SMAG for LIVET

SMAGSMYSTERIET

SMAGEN UNDER LUP

SUSANNE HØJLUND (red.)

SMAG #03 2015

skriftserie om smag

SMAGSMYSTERIET

Smagen under lup

Af Susanne Højlund (red.)

SMAG #03 2015

skriftserie om smag

Smagsmysteriet: Smagen under lup. **SMAG #03** 2015

Susanne Højlund (red.)

© 2015. Smag for Livet, forfatterne.

Grafik og layout: CHROMASCOPE

ISBN (trykt): 978-87-998266-4-3
ISBN (elektronisk): 978-87-998266-5-0

Nøgleord: smagsmysteriet, food festival, metode, interdisciplinær formidling, smag

Dette og andre numre af SMAG kan downloades fra www.smagforlivet.dk.

Gengivelser og uddrag, herunder citater, er tilladt med tydelig kildeangivelse.

SMAG for LIVET

NORDEA FONDEN
Vi støtter gode liv

INDHOLD

5 **Introduktion: Den mystiske smag**
Susanne Højlund

7 **Kan man spise dét?**
Ole G. Mouritsen, Klavs Styrbæk og Anita Dietz Lykkegaard
8 Sådan foregik det
10 Tangmysteriet
11 Kokkens Smagsmysteri
13 Svar på spørgsmålene
14 Referencer

15 **Smag som aktivitet på en fødevarefestival**
Emil Holland
16 Smagen der udeblev

19 **Smag, detektivarbejde og familiemysterier**
Sara Schultz Markvorsen
20 Metodiske eksperimenter
21 Aarhus Food Festival som kontekst
22 Smagning som en social og situeret aktivitet
23 Kompetente børn
24 Identiske smagsløg?
25 "Jeg kan godt lide at smage nye ting"
27 Børn gør noget ved smagen
27 Referencer

31 **Hvordan skal maden gribes an?**
Maija Strala
31 Måltidet
32 Neofobi
33 Roller og identitet
35 Deling af mad, viden og oplevelse
36 Når vi rører ved maden
37 Referencer

39 **Smagen af 'ingenting'**
Ivana Bogicevic, Maja Kjærgaard, Stine Hauberg Nielsen

43 **Med et forstørrelsesglas i hånden…**
Vibeke Dahlgaard
45 Designantropologi og design som researchmetode
46 Cultural Probes
49 Cultural probes og børn
50 Tilbage til Food Festival, skattekort og forstørrelsesglas…
52 Uncertainty as a positive value
53 Referencer
54 Øvrig anbefalet litteratur til inspiration

55 **Matador Mix Mysteriet**
Jonatan Leer
55 Hvorfor Matador Mix?
57 Matador Mix i en smagsramme
57 Selve eksperimentet
59 Hvad kan vi så lære af det?
60 Referencer

61 **Kræsenhed, afsky og væmmelse**

INTRODUKTION: DEN MYSTISKE SMAG

Susanne Højlund, lektor i antropologi

Institut for Kultur og Samfund - Antropologi og Etnografi, Aarhus Universitet, Moesgaard Allé 20, 8270 Højbjerg. etnosh@cas.au.dk

Det kan være svært at se skoven for bare træer, siger man. På samme måde kan det være svært at erkende smagen, fordi den er så tæt på. Den sidder på tungen, i næsen, i vores øjne og hjerner – vi møder den i medierne, i reklamer, og i vores daglige måltider. Den er i sproget, i madvarerne, i vinen, på restauranterne, og den er del af vores traditioner, historie, økonomi og kultur. Fra børnenes madpakker til de ældres vacuumpakkede middage er smag nu også blevet et politisk anliggende. Den allestedsnærværende smag er en selvfølgelig del af vores hverdag, og man skulle tro, at den gjorde os til vidende eksperter. I denne publikation vil vi udfordre denne antagelse. Hvad nu hvis vi ikke ved? Hvad nu hvis de mange træer gør os blinde for skoven? Noget kunne tyde på det. For samtidig med at smag er på dagsordenen som aldrig før, er der også mange, der påpeger, at vi har glemt at smage, glemt håndværket, at vores sprog er fattigt for smagsnuancer, at vi ikke nyder at smage maden sammen. Antropologer kalder det 'hjemmeblindhed', hvilket refererer til, at noget kan være så selvfølgelig en del af ens kulturelle bagage, at det er svært at analysere. Derfor er antropologens blik ofte rettet mod at forstå 'De Andre' eller at forstå det fremmede. Hvis man studerer det hjemlige, søger man at anlægge et undrende blik, som om man ikke forstår eller kan forklare et fænomen.

Inspireret af denne antropologiske tilgang til 'det fremmede' satte vi os for at gøre et forsøg: at gøre smagen fremmed, beskrive det eksotiske i det velkendte. Dvs. at anskue smagen som mystisk med henblik på at genopdage den. Eller nyskabe den, få øje på skoven af træer – få mulighed for at stille nye spørgsmål til smagens betydning: Smitter smag? Har afsky og væmmelse en social funktion? Kan man se en smag? Hvordan smager sommer? Kan man smage med fingrene? Betyder vores viden og fordomme noget for smagen? Smager børn og voksne det samme, og hvordan forhandles og kommunikeres der om smag?

Kemikere, fysikere og kokke, antropologer og antropologistuderende, – alle

partnere i Smag for Livet - arbejdede i tre dage i september 2014 på sammen at mystificere smagen. I denne lille bog har vi samlet erfaringer med og refleksioner over *Smagsmysteriet*, et eksperiment, som løb af stablen på Food Festival i Aarhus i september 2014. I en kombination af oplysning og formidling, eksperimenteren, tværfaglighed og dialog med vores gæster blev vores telt et socialt laboratorium, hvor alt kunne ske. Organiseret under seks gentagne events i teltet: *Tangmysteriet, Familiemysteriet, Smagsdetektiverne, Kokkens Smagsmysteri, Smagsgåden og Tal en Smag*, inviterede vi de besøgende på Food Festival til både at være modtagere og medskabere af viden om smag. I det følgende vil vi udfolde de måder, vi undersøgte smagen på, de spørgsmål, vi stillede og de tendenser, som vi mener, vores eksperiment kan antyde.

De følgende tekster kan læses i sammenhæng eller hver for sig, afhængigt af tid, lyst og formål. Der er beskrivende tekster, som forklarer fremgangsmåder; der er mindre artikler, som afdækker et fokuseret emne, og endelig er der små anekdotiske tekster, som har til formål at skabe billeder og refleksioner hos læseren.

Vi håber vores arbejde kan inspirere andre til at tænke over og udfordre smag og smagsbegreber, og/eller iværksætte lignende aktiviteter.

God læselyst!

Tak!
Tak til gæster og aktører i teltet for entusiastisk deltagelse, til Food Festival og Food Organisation of Denmark for samarbejdet, til Nordea-fonden, Ny Nordisk Mad-Maritimt Initiativ, Jens Møller Products (Cavi-Art) samt Aarhus Universitet for finansiel støtte til arrangementets afholdelse.

KAN MAN SPISE DÉT?

Ole G. Mouritsen, professor i biofysik
Klavs Styrbæk, kok og restauratør
Anita Dietz Lykkegaard, kok og kostvejleder

MEMPHYS, Syddansk Universitet, Campusvej 55, 5230 Odense M
STYRBÆKS, Slettenvej 223, 5270 Odense N
Anita Dietz, Ny Vestergaardsvej 17-E, 3500 Værløse

Smag for Livet – www.smagforlivet.dk, ogm@memphys.sdu.dk,
klavs@styrbaeks.dk & anita@dietzseaweed.com

I september 2014 deltog vi, en videnskabsmand og to kokke, sammen med flere andre medvirkende i *Smagsmysteriet* ved Food Festival i Aarhus i to forskellige aktiviteter, *Kokkens Smagsmysteri* og *Tangmysteriet*. Begge aktiviteter havde til hensigt at udfordre publikum på deres smagsmod ved at lade dem smage på små retter fremstillet af usædvanlige råvarer, mens de i en interaktiv og uformel atmosfære i *Smagsmysteriets* telt blev fortalt om smag, råvarer og gastronomi. Først efter at have smagt fik de at vide, hvad smagsprøverne var lavet af. Stemningen og efterklangen af arrangementet var præget af spørgsmålene: Kan man spise dét? - og hvordan forholder man sig til lige at have nydt en velsmagende og veltilberedt ret i godt selskab for derefter at få at vide, at den var lavet af noget, som man nok ikke ville have smagt på, hvis man på forhånd havde vidst, hvad det var lavet af?

Smagsmysteriets telt på Aarhus Food Festival 2014.

Kan man få folk til at spise vandmand, tang og tyretestikler? Nok nogen, men måske ikke de fleste. Kan man få folk til at reflektere over, hvad smag er, når de bliver udsat for overraskelser og forundring over deres egne reaktioner på at smage på noget ukendt og først bagefter får at vide, hvad det er? Og kan man ved at udfordre folk på deres smagsmod få dem til indbyrdes at diskutere, hvad smag er, og hvordan man beskriver en smagsoplevelse for andre? Svarene herpå er ja. Disse og flere andre spørgsmål var motivationen for os til at kaste os ind i *Smagsmysteriet*.

SÅDAN FOREGIK DET

Over tre dage lavede vi tre omgange af ca. 30 minutter af *Kokkens Smagsmysteri* efterfulgt at samtaler i og uden for teltet. Derudover afviklede vi fem omgange *Tangmysteriet*, også hver af 30 minutters varighed, hvoraf den ene gang var på engelsk for en international gruppe af madjournalister og -skribenter. Tangudstillingen og *Tangmysteriet* var et specielt tiltag, der udgjorde det danske bidrag til de nordiske aktiviteter i 2014 om 'Ny Nordisk Mad' under Nordisk Ministerråd, rettet mod udbredelse af kendskab til brug af nordiske tangarter i maden (Maritimt Initiativ, 2014).

Der lyttes intenst, mens der smages.

Modellen var ens for de to mysterier. Aktiviteterne foregik i et telt på 6 x 12 m, hvoraf en del var afsat til en udstilling af tang og en del til et køkkenbord med tilhørende faciliteter, som vendte ud mod publikum. Publikum tilmeldte sig på forhånd uden for teltet, og de blev bl.a. lokket til ved brug af smagsprøver og lovning på udfordrende smagsoplevelser. Der var plads til ca. femogtyve personer

i teltet ad gangen. Ved alle aktiviteter deltog der én eller flere videnskabsfolk og én eller flere kokke. Kok Klavs Styrbæk og kokkeelever fra STYRBÆKS stod bag *Kokkens Smagsmysteri*, mens kok Anita Dietz stod bag *Tangmysteriet*. Kokkene havde tilberedt dele af smagsprøverne på forhånd, men den endelige tilberedning og præsentation af portionsanrettede smagsprøver foregik i teltet, så alle kunne følge med i kokkenes arbejde uden nødvendigvis at kunne identificere karakteren af de anvendte råvarer (se www.smagforlivet.dk for opskrifter).

Publikum enten stod eller sad i teltet. Indretningen og teltets størrelse gjorde, at stemningen var præget af nærhed og en vis intimitet mellem aktører og publikum. Det indbød til spørgsmål og dialog, ikke mindst i de perioder hvor smagsprøverne blev delt ud, smagt og kommenteret enten via ansigtsudtryk, lavmælt samtale eller mere spontane og hørlige verbale udbrud. Teltet var åbent i den ene ende, så interesserede kunne komme til undervejs eller følge noget af arrangementet udefra. Publikum repræsenterede en meget bred aldersgruppe, og der var ofte familier med mindre børn tilstede. Ved velkomsten til hvert arrangement blev publikum gjort opmærksom på, at hensigten med det hele var at udfordre dem på deres smagsmod, og at de skulle være forberedt på at smage noget, som de måske aldrig havde smagt før. Langt de fleste tog imod smagsprøverne og spiste det hele eller dele heraf. Nogle spurgte efterfølgende om mere. Så vidt det blev registreret, var der kun en enkelt af publikum, der forlod teltet synligt ubehageligt til mode over smagsoplevelsen efter det blev klart, at der blev budt tyretestikler rundt. Nogen stoppede med at spise, da de fik at vide, hvad det var, de havde i munden.

En mærkelig fisk: *katsuobushi*.

Der blev løbende uddelt smagsprøver af tang ved den særlige tangudstilling, ligesom der blev delt smagsprøver ud uden for teltet. Efter ethvert arrangement var der samtale og diskussion i og uden for teltet, og publikum fik mulighed for at smage nogle af smagsprøverne igen, samt at se og røre ved nogle af råvarerne. Aktørerne var iført særlige forklæder, så det var synligt for publikum, hvem de var.

Morten deler smagsprøver iud.

TANGMYSTERIET

Tangmysteriet bestod af en fast udstilling med plancher og skriftligt materiale om tang som mad, bl.a. opskrifter, og der var fremlagt en række forskellige prøver på tang fra nordiske vande. Der blev løbende uddelt smagsprøver på tørret tang, og publikum kunne selv forsyne sig fra de fremsatte skåle. Hovedaktiviteten var de planlagte smagsarrangementer, som publikum kunne melde sig til på forhånd. Disse forløb ved, at der blev fortalt om tang som fødevare med særligt fokus på de forskellige tangarters smag og brede anvendelighed i køkkenet. Tangen blev vist frem, både frisk og tørret, og publikum blev opfordret til at røre ved og smage på det. Undervejs tilberedte Anita Dietz smagsprøver, som blev sendt rundt til smagning.

Tangmysteriets smagsprøver:

- Geléer lavet på smagsneutralt vand og agar (tangekstrakt) farvet med forskellige smagsløse farver.
- Fyldte dadler med savtang.
- Tangpesto med sukkertang og savtang.
- Cavi-Art (tangkugler) med forskellig farve og smag.

Cavi-art og tangpesto.

Publikum kommenterede og kom med spørgsmål, som blev besvaret af forskerne og kokken. Det var klart, at en stor del af publikum i forvejen vidste, at tang kunne spises, og at det er sund mad. Færre var klar over, at tang kunne være så velsmagende, som smagsprøverne demonstrerede, ligesom få syntes at vide, at der findes så mange forskellige slags tang, og at der er masser af tang fra de danske vande, som man kan spise, f.eks. blæretang. Det blev ikke iagttaget, at nogen følte ubehag ved at smage hverken råvarer eller tilberedte smagsprøver med tang. Kun nogle få takkede nej til at smage.

Selvom tang ikke indgår i den daglige kost for de fleste danskere, bliver det tilsyneladende ikke længere betragtet som noget uspiseligt og væmmeligt, som det der ligger opskyllet på stranden og lugter. Dette kan måske tilskrives at både Ole G. Mouritsen (Mouritsen, 2010) og Anita Dietz (Dietz, 2012) igennem en længere årrække har gjort en indsats for at gøre tang mindre fremmed for danskerne.

KOKKENS SMAGSMYSTERI

Kokkens Smagsmysteri foregik ved, at videnskabsfolk og kokke fortalte om, hvad smag er, og forklaringerne blev understøttet af store plancher, der var hængt op i teltet. Specielt blev det beskrevet, hvorledes smag er en multimodal sanseoplevelse, som integreres i hjernen. Hvad den enkelte kalder 'smag' er altså ofte en sammenblanding af mange forskellige sanseindtryk (at se, at føle, at høre, at lugte, at smage), samt andre sanseindtryk, der som brændende (kemestesi) og snerpende (astringens) også blander sig med smagen. Endelig er smagen afhængig af kultur, tradition og sociale relationer.

Kompleksiteten af at have en smagsoplevelse blev illustreret ved de forskellige smagsprøver, som blev tilberedt og sendt rundt til smagning og kommentering undervejs i hele forløbet. Der var ofte en livlig dialog mellem aktører og publikum, samt indbyrdes samtale publikum imellem.

Smagsprøver ved *Kokkens Smagsmysteri*

- Grillet torskemave (svømmeblære).
- Fermenteret kål med rønnebær, rejehoved og søl.
- Sprødstegte tyretestikler med estragon-mayo.
- Vandmand med agurk og chili.
- Vegetarisk kødsauce med gærflager og parmesanskorper.
- Cavi-Art med passionsfrugt.

Vandmand og tyretestikler.

Et gennemgående tema i smagsprøverne var umami og den specielle synergetiske mekanisme, der giver en forstærket smag af umami (Mouritsen og Styrbæk, 2011). Det blev illustreret ved flere af smagsprøverne, f.eks. kombinationen af tangarten søl og hoveder af rejer eller vegetarisk kødsauce med gærflager og parmesanost. Et andet tema var mundfølelse, dvs. madens tekstur, som er summen af de forskellige mekaniske sanseindtryk i munden (Mouritsen og Styrbæk, 2015). Forskellige forhold omkring mundfølelse blev illustreret ved grillet torskemave (både sej og knasende sprød), vandmand og agurk (sprød), chili (brændende), estragon-mayo (cremet) samt Cavi-Art (eksploderende og knasende). Videnskabsfolkene benyttede lejligheden til at fortælle om naturvidenskaben bag smagen og de af madens fysisk-kemiske egenskaber, som er vigtige for smag (Mouritsen og Styrbæk, 2015).

De mest udfordrende råvarer i *Kokkens Smagsmysteri* var utvivlsomt tyretestikler

og vandmand. Tyretestiklerne blev serveret som sprødstegt kødbolle med en panering af panko-brødkrummer. Kokkene har tidligere oplevet, at børn elsker denne tekstur og kalder disse kødboller for McNuggets. Vi ville selvfølgelig fortælle publikum, hvad disse kødboller var lavet af, men gjorde således, at vi først fortalte engageret om mad og smag, mens smagsprøverne blev delt rundt, indtil et punkt, hvor vi bedømte, at alle havde haft en chance for at smage. Først da fik publikum at vide, hvad de forskellige retter var lavet af. Det skal ikke være nogen hemmelighed, at det var interessant at se ansigtsudtrykkene efter denne besked. Der var ingen tvivl om, at de fleste af publikum nød denne smagsprøve, ikke mindst pga. den fine kontrast mellem den sprøde kødbolle og den cremede mayo - lige indtil de fik at vide, hvad det var. Mange tog efterfølgende den del af smagsprøven, de havde i munden, ud og/eller holdt bakken med smagsprøven langt væk fra sig. Flere af de, som endnu ikke havde smagt, undlod at smage. Den sprøde vandmand sammen med sprød agurk og brændende chili vakte en mindre kraftig reaktion, og de fleste blev nok overraskede over, at vandmand faktisk ikke smager af andet end vand. Det er ren tekstur. Mange skulle efterfølgende hen og røre og smage på selve råvaren.

Per og Klavs fortæller om smag.

SVAR PÅ SPØRGSMÅLENE

Vi lagde denne artikel ud med at stille nogle spørgsmål, som relaterer til, hvor grænserne går for, hvad man kan og vil spise, og hvorledes man reagerer på med stort velbehag at have spist en smagsprøve, for derefter at få at vide, hvad det var. Hvor mærkelige råvarer vil folk rent faktisk spise?

Tang synes ikke længere at være en grænseoverskridende råvare at spise for det publikum, som besøgte *Smagsmysteriet* over de tre dage i 2014, og det gælder alle aldersklasser. De fleste udtrykte interesse for selv at lære at bruge tang i deres eget køkken og efterspurgte navne på leverandører. Vandmand som mad var ukendt for stort set alle hos publikum, og mange udtrykte forundring over, at det faktisk kunne spises. Generelt kan man sige, at de fleste syntes, at det var en interessant kuriositet, men det var formodentlig ikke noget, de ville efterspørge eller selv tage i brug i deres køkken. Der var dog ingen tvivl om, at langt de fleste fandt den sprøde tekstur appetitlig og blev hermed opmærksom på, hvor vigtig mundfølelse er for smagsoplevelsen. Tyretestikler kommer nok ikke på danskernes middagsbord foreløbigt. Her går grænsen for de fleste for, hvad de mener kan spises. Ingen udtrykte dog afsky ved selve smagen eller mundfølelsen af de tilberedte sprødstegte kødboller. Ingen bad om at se råvarerne. I alle tilfælde førte de forskellige smagsprøver til indbyrdes diskussion publikum imellem samt sammen med aktørerne, ikke mindst efter forløbet. Det blev også iagttaget, at mange forsøgte at sætte ord på deres smagsoplevelser og ønskede at dele deres erfaringer med andre.

REFERENCER

Dietz, Anita (2012): *Rimelig Rå*, Indblik, København

Maritimt Initiativ (2014): *Tang som Mad*. Lokaliseret på: http://nynordiskmad.org/tema/tang-og-tare-til-mat/

Mouritsen, Ole G. (2010): *Tang. Grøntsager fra havet*. Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck, København.

Mouritsen, Ole G. og Styrbæk, Klavs (2011): *Umami. Gourmetaben og den femte smag*. Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck, København.

Mouritsen, Ole G. og Styrbæk, Klavs (2015): *Fornemmelse for smag*. Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck, København.

Mouritsen, Ole G. og Styrbæk, Klavs (2015): Smag på Naturvidenskaben. I: *LMFK-bladet* 1, 32-29.

SMAG SOM AKTIVITET PÅ EN FØDEVAREFESTIVAL

Emil Holland, ph.d.-studerende ved Institut for Agroøkologi

Institut for Agroøkologi - Jordbrugssystemer og Bæredygtighed,
Blichers Allé 20, 8830 Tjele. emilholland@agro.au.dk

Alle de deltagende aktører på årets Food Festival, måske med undtagelse af os, de medvirkende i *Smagsmysteriet*, syntes at have en fastlagt version af den besøgende i sig. For de fleste aktørers vedkommende var den besøgende en forbruger. Ikke altid en køber lige her og nu, men næsten altid en forbruger. En forbruger, der søger nytte og styres af lyst. Søger noget der er bedre, noget der gavner *mig*. Og her er smagen central. Men forbrugeren kaster ikke bare velsmag i sig. Den skal forberedes, arbejdes med og opnås. Det var også tilfældet med vores tang. Hvordan forbereder jeg den? Hvordan arbejder jeg med den? Hvordan opnår jeg den gode smag? Hvordan (for)bruger jeg den?

De besøgende tager forbrugrollen på sig. Forventer den. Vi skal på fødevarefestival. Vi skal smage noget nyt. Men her betyder ordet 'smage' ikke at bevæge sig tanketomt rundt og hælde hidtil ukendte substanser ned over smagsløg, der uhindret sender besked til diverse hjernecentre, der igen tryller smagen og nydelsen frem som direkte og umedieret konsekvens af det, der blev tilbudt ved lige netop den stand. Om smagen er god eller dårlig følger heller ikke af sig selv. Og det er måske ikke engang relevant.

Når det kommer til at smage tang på en fødevarefestival, er smagningen et redskab til at forestille sig hvad der *kunne* blive godt, og ikke mindst hvordan. 'Hvad bruger man det til?' Det skal *bruges*, ikke bare smages for sig selv. Tang er en ingrediens og ikke noget, man bare gumler på. Det skal indgå i relationer med alt muligt andet og forberedes på rette vis. Men hvilke og hvordan? Og hvad er det så det handler om, når man står der og gumler på tang på en fødevarefestival? Måske at forestille sig ændringer i hverdagspraksisser som madlavning? Men var det vores mål eller deres? Eller deres antagelse om vores mål? Måske er det bare det, man gør på en fødevarefestival, udforsker sammen. Når altså det lykkes.

SMAGEN DER UDEBLEV

Her er en lille sekvens. En observation. Med mig godt gemt i skyggen i eftermiddagens hede, travlt noterende i min kinabog, holdt jeg øje med Morten, der, intetanende om min opmærksomhed, gik rundt med Cavi-Art smagsprøver. Det skal nævnes, at denne sekvens var usædvanlig. Den brød med alt det andet der foregik, de utallige andre smagninger af tang. Og derfor fandt jeg den interessant. En akavet situation, der måske mest af alt fortæller noget om, hvad der ikke er akavet, hvad der er givet. Det skal også nævnes, at det ligeså godt kunne have været mig, eller måske dig, der havde stået der med fadet, midt i et akavet ingenting.

Morten bevæger sig rundt foran teltet. Han bærer et fad med smagsprøver, som en af kokkene, Anita, har tilberedt. Det er omhyggeligt ristet sukkertang, drysset over ananas. En nøje udtænkt smagssammensætning. Saftigheden, syrligheden og sødmen i den friskskårne ananas skal akkompagneres af tangens umamismag, og tydeligt vise, hvordan sukkertangen på mild og elegant vis tilfører umami en helt ny dimension, til en ellers velkendt smag. Det, forestiller jeg mig i hvert fald, er tanken bag. Morten bevæger sig rundt med et smagseventyr på fad. Han spørger en familie; mor, far og en dreng omkring 12 år, om de vil smage. De svarer ikke, men det fremstrakte fad får dem alligevel til at række ud efter en af tandstikkerne med tang og ananas for enden. De smager alle tre. De tygger lidt, men ansigtsudtrykkene forbliver lidt tomme, lidt uengagerede, måske. De kigger ikke på Morten. De står der bare.

Det er allerede en lidt underlig situation. Når man får en smagsprøve, så udtrykker man sig. Man evaluerer. Det ligger vel i smagsprøvens økonomi? Man får en gratis prøve. Men det er netop en prøve. Man skal prøve. Man skylder at prøve. En smagsprøve er ikke noget man spiser, det er noget man gør. Og man betaler tilbage ved at dele smagen. Med en evaluering. Og siden man nu har fået det, man smager, er tilbudt på høflig vis, så evaluerer man vel helst positivt? Hvis ikke ligefrem lækkert eller velsmagende, så er det vel i det mindste 'sjovt', 'interessant' eller 'spændende'. Anerkendelser. En tak for prøven.

Men Mortens smagsprøvere står bare der. De tygger stadig på ananas og tang. Morten tager affære. "Hvad synes I det smager af?". Der går lidt for lang tid, inden nogen svarer, og jeg får en snigende fornemmelse af en situation, begge parter ikke rigtig kan slippe ud af. "Timian", svarer manden. Jeg når lige at tænke, at det ligner det jo også, og mundfølelsen må være den samme. "Den har

jeg ikke hørt før", siger Morten, og kommer med sit tonefald til at indikere, at det ikke var det svar han ledte efter. Jeg får indtryk af, at der nu er rigtigt og forkert på spil. Familien anerkendte ikke, og nu leder Morten efter, om de overhovedet smager efter. Morten har forklaret, at det er ananas med tang, men spørger igen hvad det smager af, og får understreget, at timian ikke var korrekt. Han prøver at hjælpe smagen frem med sine spørgsmål, men familien ligner nogen, der ufrivilligt er vandret ind i en eksamen på et fag, de aldrig har taget. De kigger væk og tygger videre. Drengen kigger kortvarigt op på Morten på en måde, så jeg forstår, at han ikke forstår. De glemte at anerkende, og nu ved de ikke hvad de skal. Men de ved, at de ikke bare kan gå. "Af hav måske?", foreslår Morten. De bider ikke på. Morten forsøger at frembringe smagen af hav med sit spørgsmål. Han forsøger at hjælpe dem, dirigere dem i smagen. Men det mislykkes. Smagen udebliver. "Det smager ikke af så meget", siger manden. "Det smager af ananas", siger kvinden.

"Det er en mild tang", siger Morten, og indikerer, at hvis de nu prøver, så er den der, smagen. Men situationen står ikke til at redde. Smagen udebliver. Manden og kvinden smiler lidt forlegent, undskyldende måske, da de endelig river sig fri og gør tegn til at gå videre. Morten går ufortrødent videre. Han snakker entusiastisk med mange. Udforsker smagen sammen med dem. Deler den. Deler hvad man gør med tang, hvad der er godt, og hvordan det smager. Folk smager prøverne, og anerkender med interesse. Men lige der i den ene smagning var der måske slet ingen smag?

SMAG, DETEKTIVARBEJDE OG FAMILIEMYSTERIER:

ANTROPOLOGISKE REFLEKSIONER OVER KOMPETENTE BØRN, SMAG OG SPISNING PÅ AARHUS FOOD FESTIVAL

Sara Schultz Markvorsen, stud.scient.anth.

Institut for Kultur og Samfund - Antropologi og Etnografi, Aarhus Universitet, Moesgård Allé 20, 8270 Højbjerg. ssmarkvo@gmail.com

"Jeg kan godt lide at smage nye ting. Nogle gange, så når man tror, at man ikke kan lide det, så viser det sig, at man godt kan lide det. Det er sjovt." (Pige, 9 år). Ovenstående citat stammer fra en pige, der, sammen med sin jævnaldrende veninde, var på besøg i *Smagsmysteriet*. De to piger havde – ligesom 34 andre børn i alderen 4-13 år – indvilliget i at være på '(felt)arbejde' som *Smagsdetektiver* og hjælpe os antropologer med at blive klogere på børns forhold til smag.

Forholdet mellem børn og smag er for alvor kommet på dagsordenen i Danmark i løbet af de seneste år. Det ses f.eks. i forlængelse af det igangværende projekt Smag for Livet, som *Smagsmysteriet* er en del af, og hvis overordnede vision er, at børn skal opnå øget bevidsthed om smagens betydning, samt lære at "(...) værdsætte og udfordre smagen i de daglige måltider" (Smag for Livet, 2014). Af andre initiativer, hvor børn og smag er i fokus, kan nævnes den årlige begivenhed *Smagens Dag*, hvor der sættes fokus på smagssansen og på at "eleverne skal lære at smage" (Smagens Dag, 2014). Desuden blev faget hjemkundskab i den danske folkeskole fra august 2014 erstattet med det nye fag, madkundskab, hvor der skal lægges "(…) større vægt på madlavningsglæde, smag og entreprenørskab" (Trier, 2014).

Fælles for ovenstående projekter og tiltag er, at de alle er skabt *af* voksne *for* børn. De udspringer af nogle ambitioner, som *voksne* har på *børns* vegne. Men hvilken betydning har smag og spisning egentlig for børn, hvis man spørger dem selv? Og hvordan forholder børn sig til smag og spisning på en madfestival? Kan voksne måske også lære noget af børn i forhold til smag?

Ambitionen med denne artikel er dels at frembringe refleksioner omkring det metodiske og teoretiske udgangspunkt for (særligt to af) de aktiviteter, som

vi udførte på Aarhus Food Festival; dels at præsentere nogle overvejelser omkring madfestivalen som kontekst for at undersøge børns forhold til smag og spisning; og endelig at præsentere empiriske eksempler på, samt refleksioner over, hvordan børn forholder sig til smag og spisning på en fødevarefestival. Et gennemgående argument i artiklen er, at smag er noget socialt og situeret, at det derfor må studeres som sådan.

METODISKE EKSPERIMENTER

De to af *Smagsmysteriets* events, henholdsvis *Smagsdetektiverne* og *Familiemysteriet*, som denne artikel omhandler, var udviklet som to metodiske eksperimenter, der skulle stimulere refleksion og handling hos børn og børnefamilier samt bidrage til at skabe viden om, hvordan børn og deres familier forholder sig til smag og spisning. Formidling, dataindsamling og analyse foregik løbende og samtidig; sidstnævnte skete både gennem os antropologers indbyrdes udvekslinger og gennem refleksioner sammen med teltets besøgende børn og deres familier.

De overordnede metodiske ideer og overvejelser bag *Smagsmysteriet* var blandt andet inspireret af antropologerne Hadi Deeb og George Marcus' (2011) begreb 'para-site'. Begrebet dækker over en nyudvikling af den etnografiske metodetilgang, hvor forskere ikke bare skaber viden *om*, men snarere indgår i et 'intellektuelt partnerskab' (ibid.) *med* sine informanter, som i deres egen hverdagspraksis har en analytisk interesse og intellektuel nysgerrighed, der for antropologen kan fremkalde nye tænkemåder, formet af både analytisk distance og engagement (ibid., 11; Højlund et al., 2014).

I aktiviteten *Smagsdetektiverne* indgik vi – med Marcus' ord – i et 'intellektuelt partnerskab' med børn. Her var vi særligt inspireret af den metodiske teknik 'Cultural probes', som beskrives nærmere i Vibeke Dahlgaards artikel i denne udgave af SMAG. Mens børn blev sendt på (felt)arbejde som *Smagsdetektiver*, blev børnefamilier inviteret til at deltage i familieworkshoppen kaldet *Familiemysteriet*. Vi konstruerede et forhandlingsrum, hvor børnefamilierne fik til opgave i fællesskab at vælge fem ud af de i alt ti råvarer/retter, som stod opstillet på buffetbordet. De ti råvarer/retter, som børnefamilierne kunne vælge imellem, bestod af lyst og mørkt brød, broccoli, gulerødder, pålægschokolade, vegetarbolognese, tang, tangkugler (Cavi-Art) med passionsfrugtsmag og snackpølse. Tankerne bag dette eksperiment byggede på en antagelse om, at vi dermed kunne 'få adgang'

til familiernes prioriteringer, værdier, 'valuering' og værdiansættelse (Heuts & Mol, 2013) af de enkelte fødevarer, samt indbyrdes relationer og forhandlinger omkring maden, spisningen og smagen. Når familierne havde sammensat deres fælles tallerken, inviterede vi dem til at smage på maden. Vi observerede løbende familiernes tilgang til maden, spisningen og smagningen og i øvrigt spurgte vi ind til den praksis, vi observerede samt til familiemedlemmernes holdninger, værdier og perspektiver på smag og spisning. Observationer og resultater fra *Familiemysteriet* beskrives nærmere i Maija Stralas artikel i denne udgave af SMAG.

Antropologistuderende Maija og Sara guider to familier gennem forskningseksperimentet *Familiemysteriet.*

AARHUS FOOD FESTIVAL SOM KONTEKST

I og med at vi befandt os på en festival, handlede den antropologisk-teoretiske udforskning af smagsbegrebet ikke blot om at udforske, hvad smag er generelt – men snarere: hvad er smag, og hvordan gøres smagning på en fødevarefestival? Aarhus Food Festival var en oplagt kontekst for at udforske børn og familiers forhold til smag, fordi vi på kort tid havde 'adgang' til mennesker, der i en eller anden grad havde udvist interesse for mad (og smag) ved overhovedet at være til stede på en madfestival. Her befandt børn og børnefamilier sig i en ny kontekst, som adskilte sig fra deres velkendte hverdagskontekster. De var på 'udflugt' sammen med familiemedlemmer, klassekammerater, lærere, pædagoger eller venner. Måske fordi de havde en særlig interesse for mad. Måske mest bare for at hygge sig og få smagsprøver.

Der eksisterer ingen antropologisk litteratur om, hvordan familier og børn forholder sig til smag og spisning i denne kontekst. Hertil skal dog tilføjes, at i og med, at vi ikke har fulgt de mennesker, som vi var i kontakt med på Food Festival, i andre kontekster, kan vi næppe udtale os om, hvorvidt (og hvordan) vores informanters ageren og forhold til smag og spisning varierer på tværs af disse kontekster.

SMAGNING SOM EN SOCIAL OG SITUERET AKTIVITET

Smag betragtes ofte enten konkret som en sans, vi har på tungen; som noget, der er iboende i en ret eller fødevare, eller i overført betydning som udtryk for livsstil (Bourdieu, 1984). I *Smagsmysteriet* arbejdede vi med at udfordre disse tilgange til smag ved at begrebsliggøre og udforske *smag som en social og situeret aktivitet;* som noget, man aktivt *gør* sammen med andre. Her er vi blandt andet inspireret af sociologerne Genevieve Teil og Antoine Hennion (2004), som appellerer til at forstå smag som en aktivitet, der især foregår kollektivt, og hvor smagerne formidler deres indtryk indbyrdes. Smag er altså, ifølge de to sociologer, ikke blot en bestemt kvalitet ved en ret eller fødevare, ligesom smag heller ikke alene er en individuel præference og noget, der foregår på tungen. Smag eller smagning er *også* en social og situeret aktivitet, som smagere aktivt kommunikerer, performer, manipulerer, sanser, forandrer og kropsliggør (Højlund, 2015).

Med denne artikel er jeg ikke ude på at underkende eller negligere, at smag handler om biokemi og fysiologi; ambitionen er snarere at udfordre og udvide forståelsen af smag, og – ved hjælp af empiriske eksempler – forsøge at demonstrere, at smagsoplevelser er en kompleks størrelse, der formes af en lang række forhold, herunder konteksten hvori smagningen foregår, sociale sammenhænge, relationer, værdier, tidligere erfaringer, viden om fremstillingsmetoder, stemning og meget mere (Jakobsen, 2014).

Når vi valgte at sende børn på 'jagt' efter forskellige smage på en fødevarefestival, kan det muligvis indikere, at vi placerer os inden for den samme tilgang til smag, som vi netop forsøger at udfordre. Hvis børnene som smagsdetektiver skal ud at 'finde' smage, skaber det så ikke netop et billede af, at 'smagen er derude,' og at børnene blot skal ud at 'finde' den smag, som matcher deres

(individuelle) smagspræferencer og livsstil? Jo, vil nogen sikkert mene. Men hertil skal dog tilføjes, at *Smagsdetektiverne* og de 'Cultural probes', som var skabt til aktiviteten, netop blot var et forsøg på at stimulere refleksion samt at opsætte nogle rammer, som kunne tydeliggøre eller skabe viden om børns forhold og tilgang til smag på en fødevarefestival. Således var vi i mindre grad interesseret i, *hvad* børnene havde svaret i de fire forskellige kategorier, men snarere *hvordan* børnene forholdt sig til smag og gik til de udfordringer, vi stillede dem overfor.

KOMPETENTE BØRN

Som beskrevet tidligere indgik vi i et 'intellektuelt partnerskab' med børn og inddrog dem aktivt i vores bestræbelser på at blive klogere på, hvordan børn forholder sig til smag. Vores videns-skabelse afhang således af de inddragede børns fortolkning af den opgave/udfordring, vi stillede dem overfor. Vi skabte altså ikke blot viden *om* børn, men også *med* børn.

I *Smagsmysteriet* betragtede vi børn som selvforvaltende og sociale aktører, der, ligesom voksne, aktivt og kompetent deltager i eget liv, og hvis viden derfor har gyldighed i sin egen ret (Gulløv & Højlund, 2006: 57). Børn gør, ligesom voksne, noget ved verden (og ved smagen). Måden, man opfatter børn på, har også indflydelse på, hvilke metoder man anvender, når man ønsker at udforske børns perspektiver og tilgange til verden. Til trods for at vi anser børn for at være kompetente og selvforvaltende aktører, ligesom voksne, så er undersøgelser med børn alligevel potentielt anderledes end undersøgelser med voksne (Punch, 2002). Dette grunder primært i, at børn indgår i nogle særlige magtrelationer og -strukturer i forhold til voksne (Kampmann, 2006: 177), og i øvrigt besidder børn også andre kompetencer end voksne (James et al., 1998: 189). Metodologisk betyder det blandt andet, at det ikke er tilstrækkeligt blot at spørge voksne omkring børnene, hvis man ønsker viden om børns forhold til smag. Børn er nemlig i besiddelse af unik og relevant viden om og indsigt i deres liv, som voksne, særligt grundet deres specifikke magtposition i forhold til børn, ikke umiddelbart har adgang til. Derfor var det relevant at inddrage børn i vores bestræbelser på at blive klogere på børns forhold til smag, og inddragelsen af børn og børns perspektiver var således i høj grad metodisk motiveret (Warming, 2011). I det følgende vil jeg i artiklen præsentere nogle af de temaer omkring børns forhold til smag, som var gennemgående i de to aktiviteter på Food Festival.

IDENTISKE SMAGSLØG?

To af de børn, som agerede smagsdetektiver, var de 9-årige piger, som blev præsenteret indledningsvist i artiklen. Gode veninder, som sammen gik til udfordringen med at 'finde' forskellige smage med stort engagement. Til trods for, at pigerne havde fået hver deres farvestrålende skattekort, havde de valgt at skrive det samme på deres respektive skattekort. I feltet 'noget, der smager godt' havde pigerne noteret "salte kiks med rødt på" og tilføjet, at det i øvrigt var noget, de "aldrig har smagt før". I feltet 'noget, der smager dårligt', havde pigerne skrevet "løg-knækbrød smagte ikke godt, fordi det var stærkt". Men da pigerne på deres (felt)arbejde som smagsdetektiver skulle finde 'noget, som du og dem du følges med er uenige om, hvordan smager', blev de udfordret, hvilket de i det efterfølgende interview uddybede med: "Vi kunne ikke finde på noget, vi var uenige om, for vi har næsten de samme smagsløg" (to piger, 9 år).

Nogle vil måske umiddelbart mene, at denne tanke er fjollet. Selvfølgelig har pigerne ikke de samme smagsløg – det kan jo fysiologisk set ikke lade sig gøre. Smagsløg består af celler, som er lokaliseret på pigernes tunge. Men måske er pigernes påstand slet ikke så dum endda. I hvert fald ikke hvis man, som os, betragter smagning som en kollektiv, social aktivitet. Ovenstående citat kan betragtes som et tydeligt eksempel på, at smag 'smitter,' og at børn bliver påvirket af dem, de omgås med eller smager med. Denne pointe kan i øvrigt underbygges af adskillige andre empiriske eksempler, både fra vores telt på Food Festival i 2013 og 2014. Eksempelvis så vi, hvordan besøgende i *Smagsmysteriet* begyndte at smile eller snakke til deres fremmede sidemand i det øjeblik, det blev afsløret, at de netop uden varsel havde smagt på tyretestikler. De søgte nogen at *dele* denne smags- og spiseoplevelse med. Ligeledes oplevede vi under vores event på Food Festival i 2013 hvordan mennesker, der kendte hinanden, gik meget op i at blive *enige* om en smag, når de sad ved et rundt bord og blev inviteret til at smage på forskellige slags oste samt skumfiduser. Disse empiriske eksempler antyder, hvordan smagning i høj grad også er noget socialt og relationelt, som foregår mellem mennesker, og altså ikke bare noget, der finder sted i mødet mellem det enkelte individs tunge og en specifik fødevare. Derfor må det nødvendigvist også udforskes som sådan.

"JEG KAN GODT LIDE AT SMAGE NYE TING"

Den franske antropolog Claude Fischler (1980) har peget på et grundlæggende paradoks, som vi mennesker befinder os i, når vi skal spise; vi må på én og samme tid være skeptiske over for, hvad vi indtager, og samtidig må vi være åbne over for forskellige og nye fødevarer for at sikre, at vi får dækket vores næringsbehov. I *Smagsmysteriet* oplevede vi adskillige eksempler på, hvordan børn (og deres forældre) tager stilling og betragter det at smage nye fødevarer. De fleste af de børn, vi var i kontakt med i *Smagsdetektiverne*, betragtede det som en sjov og positiv udfordring at finde noget, de aldrig havde smagt før. Blandt børn (og deres forældre) oplevede vi, som hos pigen i det indledende eksempel, en udbredt forståelse af, at det anses som noget positivt at smage nye fødevarer:

> *"Jeg godt kan lide at smage nye ting. Det smager tit godt." (dreng, 6 år).*

> *"Jeg har også smagt græshoppe og blæksprutte. Jeg kan godt lide at smage nye ting. Man kunne spise hele græshoppen. Den var meget knasende og den smagte ligesom bacon." (pige, 6 år).*

En pige fremhævede endda, at hun ikke syntes noget smagte dårligt: "Der er ikke noget, jeg direkte synes smager dårligt" (pige, 9 år). Børnenes begejstring for at smage nyt blev i mange tilfælde bakket op af forældrene, som eksempelvis denne mor, der stolt og smilende kiggede på sine børn og sagde: "Ja, I er generelt ikke så kræsne" (mor til 9-årige tvillinger). Eller denne mor til en dreng på otte år, som smilende fortalte os: "Han er meeeget madglad" (mor til 8-årig dreng).

Ovenstående eksempler står i stærk kontrast til en ellers ofte udbredt fortælling om 'de kræsne børn'. Når man i medierne eller i pædagogiske sammenhænge fokuserer på børn og smag, handler det ofte om den mad, børnene *ikke* kan lide. Som Karen Wistoft og Jonatan Leer (2014) fremhæver i en kronik i Berlingske, bliver børns egen smag ofte reduceret til "(…) et problem for passende maddannelse og til noget, de voksne skal forsøge at regulere for at narre flere broccoli og usaltede stykker grovbrød i poderne." Ifølge sensoriker og fødevareforsker Helene Hausner (2013) er det muligt at 'kurere' børns kræsenhed, ved at præsentere dem for maden 8-15 gange, og hun fremhæver forældres og voksnes "vedholdenhed" som kodeordet, når børn skal ændre deres smagspræferencer (ibid., 75). I denne model gøres børn til passive smagere (Teil & Hennion 2004) og til nogen, der skal 'lære' at smage ved hjælp af de voksnes "vedholdenhed". Endvidere reduceres smag her til en fysiologisk stimuli-respons hos børnene;

rationalet synes at være, at man kan tilvænne børns smagsløg til bestemte smage ved blot at udsætte smagsløgene for en bestemt smag et vist antal gange. Og det er der sikkert også noget om. Denne teori synes dog i mindre grad at tage højde for de komplekse faktorer, som påvirker smagsoplevelsen, herunder den sociale situation og kontekst, som danner ramme for smagningen.

Tilbage til de empiriske eksempler; hvordan kan det være, at denne fortælling om 'de kræsne børn' var svær at få øje på i vores telt på Food Festival, særligt i *Smagsdetektiverne*? En forklaring kan være, at fortællingen om 'de kræsne børn' blot er en myte. Det kan også have noget at sige, at børnene havde en forventning om, at vi (eller deres forældre) som voksne anså det som noget positivt, at børnene havde lyst til at smage nyt. Og at børnene derfor ønskede at fremhæve eller imødekomme dette.

Der eksisterer dog yderligere mulige forklaringer på fraværet af 'de kræsne børn' på festivalen. Det kan også betragtes som en modreaktion på den ellers udbredte fortælling om kræsne børn. Her kan vi hente hjælp i begrebet 'kulinarisk kapital' (Naccarato & Lebescos 2012). Begrebet er udviklet med inspiration fra den franske filosof og sociolog Pierre Bourdieu og bygger på en antagelse om, at mad og madpraksis spiller en særlig rolle som markører af menneskers sociale status (ibid.). Det må antages, at mange af de mennesker, som vælger at betale en entrépris på 75/100 kr. til en madfestival, har en vis interesse for mad (og smag). Flere af de besøgende på en Food Festival kan med stor sandsynlighed kaldes for 'foodies'; altså personer som er særligt interesserede i mad og i særdeleshed gourmeter; folk med høj kulinarisk kapital, som (bevidst og ubevidst) markerer deres sociale status ved at manifestere sig selv som åbne og imødekommende over for nye og ukendte smage (og fødevarer). Og endda, hvis de ikke til daglig har en betragtelig interesse for mad, så kommer mange af de besøgende sandsynligvis på Food Festival med det formål at *smage*.

Dette skal således igen ses i forhold til den kontekst, hvori smagningen foregår (ibid.). På en fødevarefestival, hvor mange nicheprægede fødevareproducenter var repræsenterede, og hvor *Smagsmysteriet* ovenikøbet var placeret i et område, der blev kaldt 'Mad*eksperimentariet*', kan der herske en vis forventning om, at man viser interesse over for (nye og ukendte) fødevarer og måske ovenikøbet er *eksperimenterende* i forhold til mad og smag. Som sociologen Anne Murcutt (2013) fremhæver, betyder smagning og spisning noget forskelligt i forskellige kontekster. Situationen, hvor moderen til en dreng på 4 år i umiddelbar forlængelse af en 'smagsjagt' påpegede, at "det var sjovt [at du kunne lide det], fordi du

normalt ikke kan lide ost" (mor til dreng på 4 år), er et udmærket eksempel på netop dette. På en fødevarefestival, hvor mange af de besøgende (her børn og børnefamilier) blandt andet er til stede med det specifikke formål at *smage* (på smagsprøver), er de sandsynligvis mere performative, reflekterede og kommunikative omkring smag (og muligvis også mere imødekommende over for at smage nyt), end det er tilfældet, når de finder den lunkne madpakke op fra skoletasken. Der er her tale om vidt forskellige smagssituationer. Dette bekræfter pointen om, at menneskers smagspræferencer og -oplevelser må studeres i den situation og kontekst, hvori den optræder, og altså ikke blot handler om biokemi og fysiologi.

BØRN GØR NOGET VED SMAGEN

Smagspræferencer afhænger ikke blot af en bestemt kvalitet ved en ret eller fødevare, ligesom smag heller ikke alene er en individuel præference og noget, der foregår på tungen. Det er ikke blot smagen, der gør noget ved børn (altså smagen, der kommer ind i kroppen og giver 'smagsindtryk') – børn er kompetente og gør, ligesom voksne, også noget ved smagen (Korsmeyer, 2002). På en madfestival er børn aktive smagere, som eksperimenterer, kommunikerer, performer, sanser, forandrer og kropsliggør smag.

Hvis vi skal leve op til Danmarks måltidstænketanks ambition om, at børn skal blive "mere nysgerrige på, hvad de tilbereder af mad" (Wistoft og Leer, 2014), og at børn i faget madkundskab skal udvikle større madlavningsglæde, smag og entreprenørskab (Trier, 2014), er det måske netop vigtigt og relevant at udforske, hvordan børn forholder sig til smag. Måske er det ikke kun voksne, der kan lære børn om smag, men også børn, der kan lære voksne noget om smag?

REFERENCER

Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.

Claude Fischler (1980): "Food habits, social change and the nature/culture dilemma". I: *Social Science Information 19: 937*.

Deeb & Marcus, George (2011): "In the Green Room: An Experiment in Ethnographic Method at the WTO".

Gaver, William, Dunne, Tony, & Pacenti, Elena (1999): "Cultural Probes". In: *Interactions, 6, 1, 21-29.*

Gulløv, Eva og Højlund, Susanne (2006): *Feltarbejde blandt børn. Metodologi og etik i etnografisk børneforskning*. 1. udgave, 2. oplag. Gyldendal.

Hausner, Helene (2013): Udvikling af smagspræferencer hos børn. I: J. Benn, red. *Børn, ernæring og måltider - tværfaglige perspektiver.* København: Munksgaard: 55-78.

Heuts, Frank & Mol, Annemarie (2013): "What Is a Good Tomato? A Case of Valuing in Practice". I: *Valuation Studies 1(2): 125–146.*

Højlund, Susanne et al. (2014): "Den fleksible grænse mellem spiseligt og ikke-spiseligt - Eksperimenterende feltarbejde i et kulinarisk grænseland" I: *Tidsskriftet Antropologi,* 68: 111 - 129

Højlund, Susanne (2015): "Taste as a social sense: Rethinking taste as a cultural activity" I: *Flavour,* 4:6

Jakobsen, Gry Skrædderdal (2014): "Tastes: Foods, bodies, and places in Denmark". Academic Books.

Kampman, Jan (2006): "Etiske overvejelser i etnografisk børneforskning". I: Gulløv, Eva og Højlund, Susanne (red.): *Feltarbejde blandt børn. Metodologi og etik i etnografisk børneforskning.* Gyldendal: 167-183.

Kampmann, Jan (2000): "Børn som informanter og børneperspektiver" i *Børn som informanter.* Børnerådet.

Korsmeyer, C. (2002): *Making Sense of Taste. Food and Philosophy*. Ithaca and London: Cornell University Press.

Naccarato, Peter & Lebesco, Kathleen (2012): *Culinary Capital.* London: Berg

PoLAR (2012): *Political and Legal Anthropology Review*, Volume 34, Issue 1: 51-76

Politiken (2015): *Folkehøringer om mad skudt i gang*. Lokaliseret på: http://politiken.dk/mad/ECE2526588/folkehoeringer-om-mad-skudt-i-gang/.

Punch, Samantha (2002): "Research with Children: The Same or Different from Research with Adults?" I: *Childhood* 2002 9: 321-341.

Smagens Dag (2014): *Derfor Smagens Dag.* Lokaliseret på: http://smagensdag.dk/derfor-smagens-dag.html.

Smag for Livet (2014): *Smag for livet.* Lokaliseret på: http://smagforlivet.dk/mission-O.

Teil, G, and Hennion. A. (2004): Discovering quality or performing taste? A sociology of the amateur. In *Qualities of Food*. Edited by Harvey, M., McMeekin, A., Warde, A. Manchester: Manchester University Press, p. 19-29.

Trier, Marie Becher (2014): *Fælles Mål: Madlavning skal fylde mest i madkundskab*. Lokaliseret på: http://www.folkeskolen.dk/544956/faelles-maal-madlavning-skal-fylde-mest-i-madkundskab.

Warming, Hanne (2011a): *Børneperspektiver. Børn som ligeværdige medspillere i socialt og pædagogisk arbejde*. København, Akademisk Forlag.

Wistoft, Karen og Leer, Jonatan (2014): Børn skal ikke styres af de voksnes smag I: Berlingske. Lokaliseret på: http://www.b.dk/kronikker/boern-skal-ikke-styres-af-de-voksnes-smag.

HVORDAN SKAL MADEN GRIBES AN?

Maija Strala, cand.scient.anth.

Institut for Kultur og Samfund - Antropologi og Etnografi, Aarhus Universitet, Moesgaard Allé 20, 8270 Højbjerg. stralam@gmail.com

Selv om indkøbskurven er fyldt, og opskrifter hurtigt kan hentes på Ipad'en, kan det være svært for forældre at introducere nye retter på bordet. Udfordringen i dag hedder kræsenhed, og introduktionen af nye smage på bordet bekymrer mange forældre. Men hvad er smag egentlig, og hvad påvirker voksne og børns smagsoplevelser? I denne artikel har jeg, på baggrund af eventen *Familiemysteriet,* lavet en kort antropologisk gennemgang af emnet og fundet nogle bud på, hvordan forældre (og andre) kan påvirke børns lyst til at smage.

MÅLTIDET

Inden for antropologien, sociologien og psykologien har man længe interesseret sig for madkultur. Der er dog forskellige fokusområder i spil, når maden, måltider og smag anskues, og det kan således handle om alt lige fra individuelle præferencer, kulturelle træk og identitet til interne forhandlinger i familien, opdragelse, sundhed osv. Et bestemt fokus kan dog føre til, at andre aspekter udelukkes. F.eks. ses det ofte, hvordan antropologiske studier af mad og smag ikke tillægger sanserne (tilstrækkelig) betydning og vice versa (Sutton, 2010). Denne artikel vil imidlertid komme med et antropologisk bud på, hvor væsentlig en betydning de sensoriske indtryk har for madens indtag og tilvalg i børnefamilier.

Måltider beskrives ofte som den stund, hvor familien sætter sig rundt om bordet, og det afbildes således som en temporalt afgrænset begivenhed. Maden bliver et bindeled mellem familiemedlemmerne: "I et moderne familieliv kan måltider fungere som en tilbagevendende bekræftelse på, at familien udgør et fællesskab" (Holm, 2003: 22). Hvis vi flytter vores fokus fra at anskue måltider som sociale begivenheder og ser på selve oplevelsen, er det sværere at afgrænse det til et bestemt tidspunkt, da menneskets oplevelse af maden allerede starter inden den puttes i munden. Udseendet, de andre sensoriske indtryk og vores

erindringer om den bestemte ret skaber forventninger og er med til at skabe vores smagsoplevelse (Korsmeyer & Sutton, 2011). Ofte bliver maden præsenteret på forhånd. "I dag skal vi have spaghetti og kødsovs" kan det f.eks. lyde fra en forælder, når den duftende og dampende sovs sættes på bordet, mens lille Ole allerede rokker i sin høje stol af forventning og begejstring. Andre gange bliver situationen mere anstrengt, når nye madvarer eller retter, som børnene ikke kan lide, præsenteres. "Det kan jeg ikke lide", lyder det eksempelvis fra små børn, mens de skubber tallerkenen væk. Dermed kan situationen omkring aftensmaden være stressende for mange børnefamilier og en ikke nær så rolig familiestund som ønsket.

NEOFOBI

Psykologer har længe forsket i menneskers præferencer, afvisninger og væmmelse i forbindelse med mad. En del af forskningen undersøger menneskets afvisning og fobi overfor ny mad og nye smage, den såkaldte 'food neophobia'. Ifølge disse forskere er børn mindst neofobe inden 2-års alderen, hvorefter deres neofobi drastisk stiger i alderen 2-4 år, for senere at falde igen (Pliner & Salvy, 2006: 84). Neofobi tolkes ofte som kræsenhed, et fænomen, som hyppigt debatteres i dansk børneopdragelse. Børnefamilier bliver således udfordrede på, hvordan man tackler kræsne børn, og emnet er ofte tilbagevendende inden for den pædagogiske debat. Den populære familievejleder Lola Jensen anbefaler, at man som forældre tillader sine små børn at spilde, øve og eksperimentere, så de rører og føler på maden ved bordet. Kokken Claus Meyer anbefaler, at børn skal inddrages i madlavningen, så de kan smage på nye ting og få gode madvaner (www.clausmeyer.dk). Han er ikke den eneste, der kommer med opråb om, at børn skal lære at spise varieret kost. Ifølge Bent Egberg Mikkelsen, som er professor og forskningsleder ved forskningsgruppen MENU (Måltidsvidenskab og Folkesundhedsernæring) på Aalborg Universitet, skal børn, ligesom i madskoler, have fingrene i farsen "hvis man gerne vil have børn til at leve sundere og fremadrettet interessere sig for, hvordan man tilbereder god og nærende mad" (Søgaard, 2014). I denne sammenhæng bliver læring og oplevelsen af maden tilsammen en del af en social aktivitet som det ses i madskoler. Også forskere på Københavns Universitet er optaget af børns spisevaner. Ifølge sensoriker og fødevareforsker Helene Hausner kan varieret kost i en tidlig alder modvirke kræsenhed. På baggrund af sine sensoriske forsøg med børn konkluderer hun:

"Det er [...] muligt at lære børnene at spise ny mad ved at præsentere dem for maden 8-15 gange. Børnene skal smage på maden for at opnå forandringer, men de behøver ikke nødvendigvis at synke den. Vedholdenhed er med andre ord kodeord, når det gælder præferenceændring". (Hausner, 2013: 75)

Hausner foreslår, at nye fødevarer og retter præsenteres sammen med børnenes yndlingsmad. Hvis maden bliver præsenteret utallige gange for barnet ved bordet, må det på et tidspunkt have en positiv effekt. Men hvordan skal maden gribes an i denne proces?

ROLLER OG IDENTITET

Spisning og smagning er sociale processer, men samtidig er valget af den mad, vi spiser, tæt knyttet til vores selvopfattelse. Flere mennesker har således en oplevelse af, at de igennem maden skaber deres egen identitet og kan påvirke, hvem de gerne vil være (Jensen, 2003). Dermed handler valg af mad ikke kun om at skaffe næring til ens krop eller sikre sine børns overlevelse, men også om at skabe sin egen og sine børns identitet. Under *Familiemysteriet* blev en række forskellige aspekter vedrørende smag og deling af smagsoplevelser tydelige. Et af dem var, hvordan familiemedlemmer indbyrdes forhandlede om, hvad der skulle være på tallerkenen. Voksne udtrykte ønsker om, at maden skulle opfylde bestemte behov, herunder være nem at håndtere og have forskellige smage, og de usunde valg skulle opvejes af sunde tilvalg. Børnene prøvede til gengæld at opfylde deres lyster, mens de samtidig navigerede i forældrenes anvisninger. Nogle børn spurgte deres forældre om lov til at tage noget, andre pegede og afventede tilladelse fra forældrene. De mindste børn rakte typisk direkte efter bestemte ting. Når forældre guidede deres børn, anvendte de forskellige teknikker, det kunne være et udtalt ja eller nej, et ryst eller nik med hovedet eller berøring. I nogle tilfælde kunne moderen tage i barnets arm og føre det blidt væk fra den uønskede mad, f.eks. lyst toastbrød, for i stedet at tage

det mørke brød og lægge det på barnets tallerken. Når forældre fortalte deres børn, at de ikke måtte få sukker i form af pålægschokolade og i stedet foreslog dem bestemte retter, blev forældrene bekræftet i deres egne ønsker og krav om, hvilken kost, der passede bedst til deres familie.

"Så lad os lægge det herover, sådan et grovstykke", siger moderen til sin dreng i mens de vælger brødet. "Du kan godt lide makrel, skal vi lægge det på brødet?". Barnet prikker bekræftende til brødet på tallerkenen, hvorefter moderen lægger makrellen på brødet. Derefter forklarer hun, "vi plejer at have en på dåse derhjemme og ikke sådan én med majonæse".

"Og vi skal have gulerødder, dem kan du godt lide, kan du tage én derovre". Barnet tager én og bider i den med det samme. Moderen tilbyder drengen at smage bolognesesauce. Hun rækker skeen mod hans mund, men han åbner ikke munden. Hun spørger, om faderen vil smage, og det gør han så.

Undervejs i *Familemysteriet* blev forskellen mellem rollen som forælder og barn tydeliggjort i smagssituationerne. En stor del af forhandlingerne foregik uden at snakke, fordi deltagerne snarere kommunikerede med kropssprog og ansigtsudtryk. Det var forhandlinger, hvor barnet nogle gange indvilligede i at tage de smagsprøver, som forældrene anviste, mens det andre gange lykkedes for barnet at opfylde ønsket om pålægschokolademaden. Flere forældre afviste at smage på børnenes favoritter, mens de selv forventede at børnene smagte på forældrenes egne favoritter. I mange af de tilfælde, hvor barnet gav udtryk for sin begejstring og glæde ved f.eks. makrelsalaten eller pålægschokoladen, angav forældrene deres sociale dannelse og viden om produktets produktion som grundlag for deres

afvisning. Dette skete f.eks., da en af fædrene ikke ville spise makrelsalaten og i stedet fortalte om, hvordan makrelsalaten bliver lavet: saltbasen hældes over fiskerester, og de bindes dermed sammen. Hans fravalg var baseret på bestemte refleksioner om tilberedning, og denne viden ville han videregive til andre.

DELING AF MAD, VIDEN OG OPLEVELSE

Mennesker har evolutionistisk set været fanget i et dilemma, hvor de både skulle passe på med at spise ukendte fødevarer, så de ikke blev forgiftet, og samtidig måtte være villige til at smage på nye fødevarer for at forbedre deres kost (Fischler, 1980). Også i disse dage påvirker en række forskellige faktorer menneskers madopfattelser og tilbøjelighed til at smage på nye madvarer. F.eks. spiller det ind på menneskets tilbøjelighed til at prøve nye madvarer, at man har en viden om, at maden ikke er farlig, at den smager godt, og at smagningen foregår i trygge rammer (Pliner & Salvy, 2006: 75-76). Flere forældre beretter i et dansk studie 'Haver til Maver - engagement, skolehaver og naturformidling' (2011), at projektet modarbejdede børnenes kræsenhed, skabte større interesse for madlavning og gav børnene viden om, hvor deres mad kommer fra, fordi de selv var med til at dyrke grøntsagerne (Wistoft, et al., 2011: 46). Viden om produktets oprindelse og oplevelser med råvarerne øgede ifølge forældrene børnenes lyst til at smage på grøntsagerne.

Flere psykologiske, sociologiske og antropologiske studier peger i øvrigt på, at smagsoplevelser ikke kun sker på baggrund af fysiologiske processer i vores mund og næse, men også påvirkes af smagningskonteksten, herunder de sociale og kulturelle omgivelser. Smagens kompleksitet kan forklares ud fra sociologerne Genevieve Teil og Antoine Hennions perspektiv (2004). Teil og Hennion opfatter smag som en performativ og refleksiv aktivitet, hvor mennesket både refererer til produktets egenskaber samt til erfaringer og viden om den tekniske fremstilling. Samtidig foregår smagningsprocessen kollektivt, og indtryk formidles således indbyrdes på tværs af den sociale kontekst, mennesket indgår i (Teil & Hennion, 2004: 30; se også Sara Schultz Markvorsens artikel i denne udgave af SMAG). Når maden spises, vil mennesker (også børn) gerne dele deres oplevelser med hinanden. Det kan være med ens venner ved at dele billeder på det sociale medie Instagram, det kan være ved at dele en kage i vuggestuens sandkasse eller ved at dele en fortælling om den gode restaurant, man besøgte på sin seneste rejse. Det gælder i øvrigt også, når vi spiser sammen med fremmede mennesker.

I *Smagsmysteriets* telt kom det bl.a. til udtryk i form af deltagernes smil og snak med deres fremmede sidemand i det øjeblik, hvor det blev afsløret for dem, at de netop havde fået forklædte vandmænd eller tyretestikler i deres mad.

NÅR VI RØRER VED MADEN

Vi kan dele vores smagsoplevelser, ligesom vi kan dele maden med hinanden. Undervejs i *Familiemysteriet* var der dog forskel på, hvordan familierne greb maden an rent fysisk, når de skulle sammensætte en fælles frokosttallerken. Nogle anvendte bestik, mens andre valgte at dele maden med fingrene. Hos nogle familier blev anvendelsen af bestikket distanceskabende, f.eks. i de tilfælde hvor moderen tilbød maden på en gaffel og dermed indtog en position, hvor hun styrede smagningsforløbet. Hos andre familier blev maden delt i stykker ved at hive brødet i stykker, knække gulerødderne over eller smage fra hinandens ske. Her havde interaktionen en anden dynamik, da forældre og børn havde de samme 'redskaber' (både hver deres bestik og fingre), og på den måde var de ligestillede i situationen. I disse familier var smagningsprocessen mere afslappet og flere familiemedlemmer fik smagt på prøverne. Ifølge filosoffen Annemarie Mol (2011) er anvendelsen af fingrene og dermed følesansen undervurderet i madforskning. Hendes studier viser, at fingrene spiller en betydelig rolle ift. smagningen:

> *"We would like to suggest that "tasting" may include being appreciative of the warmth and the texture of what, when eating with one's fingers, the fingers sense. That it may include anticipation during cooking and satisfaction afterwards". (Mol, et al., 2011: 239)*

Når mennesker kommer i kontakt med maden, er det igennem sanserne, der dannes en bro mellem maden og kroppen. Jo flere sanser der tages i brug, jo stærkere forbindelse (oplevelse) kan der skabes. Smagsoplevelsen af maden strækker også over længere tid end bare spisningen. Der skabes sensoriske indtryk allerede under tilberedningen, og oplevelsen fortsætter indtil de sidste rester bliver slikket af fingrene efter måltidet.

Hvis vi vender tilbage på spørgsmålet om, hvordan børn bedst kan introduceres til nye madvarer, er en af mulighederne at inddrage børnene i madlavningen i køkkenet, så deres spektrum af sensoriske oplevelser udvides. Under tilbe-

redningen kan børnene opnå viden om, hvad hver ret består af. Det giver dem viden og dermed tryghed om den mad, de skal spise senere.

Mor peger, mens børnene undersøger en røget makrel.

Over skærebrættet kan de med fingrene hapse smagsprøver af de forskellige ingredienser til salaten og mærke konsistensen, inden det lander på deres tallerken. Her kan deres nye viden og multiple sensoriske indtryk danne grundlaget for hele smagsoplevelsen af den konkrete madvare eller ret. Barnet kan også fortryde og spytte smagsprøven ud i køkkenet, imens det er mere anstrengende at fortryde sit valg ved bordet, hvor der er bestemte normer for bordskik og forventninger om, hvordan man bør opføre sig. Ved bordet er det ofte bestikket, der rører ved maden og ikke ens fingre; dermed bliver følesansen ikke en del af smagningen. Normerne om bestik bliver imidlertid tilsidesat, når man (som familie) tager på fastfood restaurant, hvor maden serveres uden bestik. Måske har fastfood-kæderne bare gennemskuet vigtigheden af følesansen?

REFERENCER

Fischler, C. (1980): Food habits, social change and the nature/culture dilemma. Social Science Information, Årgang 19: 937-953.

Hausner, H. (2013): Udvikling af smagspræfeencer hos børn. I: J. Benn, red. *Børn, ernæring og måltider - tværfaglige perspektiver.* København: Munksgaard: 55-78.

Holm, L. (2003): Måltider som socialt fællesskab. I: L. Holm, red. *Mad, mennersker og måltider - samfundsvidenskabelige perspektiver.* København: Munksgaard: 21-34.

Jensen, K. O. (2003): Mad og identitet. I: L. Holm, red. *Mad, mennesker og måltider - samfundsvidenskabelige perpsektiver.* København: Munksgaard: 51-64.

Korsmeyer, C. & Sutton, D. (2011): The Sensory Experience of Food. *Food, Culture & Society*, December Vol. 14 (4): 461-475.

Mol, A. et al. (2011): Mixing methods, tasting fingers. *HAU: Journal of Ethnographic Theory,* 1 1, 1(1): 221-243.

Pliner, P. & Salvy, S.-J. (2006): Food neophobia in humans. I: R. Shepherd & M. Raats, red. *The psychology of food choice.* Oxforshire: CABI Head Office: 75-92.

Sutton, D. E. (2010): Food and the Senses. *The Annual Review of Anthropology*, 39: 209-223.

Søgaard, J. I. (2014): *Flere Børn skal have fingrene i farsen,* Kristeligt Dagblad 19.07.14

Teil, G. & Hennion, A. (2004): Discovering quality or performing taste? A sociology of the amateur. I: *Qualities of Food.* GBR: Manchester University Press: 19-37.

Wistoft, K., Roed Otte, C., Stovgaard, M. & Breiting, S. (2011): *Haver til maver,* København: Institut for Uddannelse og Pædagogik, DPU, Århus Universitet, Campus Emdrup.

SMAGEN AF 'INGENTING'

Ivana Bogicevic, stud.scient.anth., Maja Kjærgaard, stud.scient.anth., Stine Hauberg Nielsen, stud.scient.anth.

Institut for Kultur og Samfund - Antropologi og Etnografi, Aarhus Universitet, Moesgaard Allé 20, 8270 Højbjerg. iv.bogicevic@gmail.com, majasmoer@gmail.com & stinehauberg@hotmail.com

Solen står højt på himlen, og vi står ved siden af teltet i vores sorte trøjer med påskriften *Smagsmysteriet* skrevet i gult. Rundt omkring os er pladsen lige så stille blevet fyldt med madentusiaster i alle aldre, og vi står klar til at udvælge os nogle uvidende 'forsøgskaniner' til vores lille smagseksperiment. Fysiker og tangekspert Ole G. Mouritsen har givet os nogle vandprøver, som ved hjælp af et tangekstrakt er blevet helt stive. Derudover har han tilføjet forskellige farvestoffer, så vi nu står med røde, gule, grønne, sorte og orange 'geleklumper', som jo altså blot er vand. Der er ingen smagsforstærkere i, så det er kun konsistensen og farven, der adskiller vores prøver fra almindeligt vand, som vi kender det fra hanen. "Ja, folk tror altid, at det smager af den farve, det har," griner Ole, da han stolt overgiver kassen med vandprøverne til os.

Vi placerer os i et hjørne ved siden af teltet, hvor vi i skyggen opstiller et bord, et par stole og vores kamera, hvorpå vi håber at indfange nogle overraskede reaktioner fra vores deltagere. Vi sætter smagsprøverne op, vender os rundt mod pladsen og finder vores første testperson. Da vi ikke har tilføjet nogen form for smag til vandet forventer vi, at testpersonerne vil forsøge at gætte, hvad de smager af, ud fra konsistensen og/eller ud fra udseendet – altså mad, som har samme tekstur, mundfølelse eller farve som den enkelte vandprøve. Vi forventer dermed, at de ser bort fra smagen, som jo egentlig ikke er der, og gætter på noget mad, der stemmer overens med konsistens og udseende.

Men det viser sig ret hurtigt, at folk på Food Festival ikke er så lette at snyde – hverken børn eller voksne. Elegant navigerer de uden om vores farve- og konsistensfælder og konstaterer, at det ikke smager som noget, de nogensinde har smagt før. Faktisk svarer stort set alle vores deltagere, at prøverne smager af 'ingenting'(!)

Men smagen af ingenting er ikke så neutral, som man kunne tro. For selv om deltagerne tilsyneladende ser direkte igennem vores eksperiment – enkelte starter endda ud med at sige, at vi garanteret er ude på at snyde dem med farvene – har de stadig utrolig svært ved at beskrive prøvernes smag.

"Hvordan smager ingenting?" spørger vi, og vores deltagere prøver virkelig at svare, de vil så gerne forklare os det, men med sammenknebne øjne og rynkede pander må de alligevel give op og ty til andre måder at referere smagen på. Hårdt pressede forklarer de, at det "føles lidt som grød" (eller mel, eller kartofler), at "det ligner vingummi", eller at de forskellige farver får dem til at forvente, at det smager af jordbær, lakrids, æble osv. Derudover udtrykker mange af deltagerne også, at smagen af 'ingenting' ikke er en god smag. Hos flere kommer denne holdning til udtryk gennem kropssprog og ansigtsudtryk, og en yngre deltager får kun lige geleklumpen på tungen før han stikker tungen helt ud af munden og kigger bedende på sin mor, som kommer til hans redning og fjerner smagsprøven.

Smagen af 'ingenting' er altså en grim smag for mange. Smagen af 'ingenting' smager faktisk af så meget, at de fleste ikke vil smage igen, og afviser at smage på endnu en prøve. Kun et par enkelte deltagere vover endnu en smagsprøve, da de er overbeviste om, at en anden farve i hvert fald ikke kan smage som den, de allerede har prøvet. Anden gang smager 'ingenting' heller ikke særlig godt, og ligesom mange andre smage kommer det nok til at tage et par smagsprøver mere, før man vænner sig til smagen, kan genkende og måske endda komme til at kunne lide den.

Men hvis smagsprøven smager af ingenting, hvorfor smager den så dårligt? Og hvorfor kan vores deltagere ikke beskrive smagen af ingenting? Hvorfor ser de sig nødsagede til at begynde at snakke om konsistens og udseende for at beskrive en smag? Vores bud er, at selv om vores deltagere var en hel del klogere end både vi – og Ole – havde forventet, da vi kastede os ud i vores vandeksperiment, at de alligevel på en måde bliver snydt. Det gør vi faktisk alle sammen, hver eneste dag når vi spiser noget mad. Mad er nemlig meget mere end bare smag, og det er utroligt svært at adskille smag, konsistens og udseende. Det er derfor det i sidste ende er sådan en stor overraskelse for vores deltagere, da vi afslører smagsprøvens ingredienser…

"Er det bare vand?!" responderer de fleste deltagere forundrede, mens de mistroisk ryster på hovedet. "Det havde jeg alligevel ikke regnet med". Men hvorfor har de ikke regnet med det? Hvad smager vand da af?

Da vi spørger deltagerne siger de fleste 'af ingenting'. Men stop en halv? Hvis vores smagsprøver smager af ingenting, og vand smager af ingenting, bør de så ikke smage af det samme? Tilsyneladende ikke. Vand i sin normale form har en helt anden smag af ingenting, end vores prøver har. Den diffuse smag af ingenting, som deltagerne har så svært ved at beskrive, kan altså smage helt forskelligt. Som udgangspunkt kan den smage enten dårligt – som i tilfældet med vores smagsprøver – eller godt – som i normalt vands tilfælde.

Så selv om vi ikke får deltagerne til at sige, at den røde smagsprøve smager af jordbær og den sorte af lakrids, finder vi alligevel ud af, at tekstur, konsistens og udseende har stor indflydelse på smagen. Vandet i vores prøver har ikke fået tilføjet nogen form for smag, som adskiller det fra dét vand, der kommer ud af vandhanen. Det er kun følelsen af vandet og vandets udseende, der har ændret sig. Dermed sagt, at 'ingenting' tilsyneladende kun kan beskrives ved at trække på henvisninger til konsistens og udseende, netop fordi disse to faktorer spiller sådan en væsentlig rolle i vores måder at kategorisere mad på. Når vi bliver spurgt om, hvad vand smager af, popper der straks et billede op af noget flydende, som man drikker. Så når vi i vores eksperiment tager de tre elementer – smag, konsistens og udseende – og sammensætter dem på en måde, som de fleste mennesker ikke har oplevet før, kommer de på glat is. Pludselig bliver man opmærksom på, at smag er en langt mere kompleks og besværlig størrelse at arbejde med, end man lige skulle tro, når man fx sidder og spiser aftensmad, eller bare når man drikker et glas vand…

MED ET FORSTØRRELSESGLAS I HÅNDEN...

EN ANTROPOLOGISTUDERENDES OVERVEJELSER OVER CULTURAL PROBES, SMAG OG LEG

Vibeke Dahlgaard, stud.scient.anth.

Institut for Antropologi, Københavns Universitet, Øster Farigmagsgade 5, 1353 København K. v.dahlgaard@gmail.com

To børn instrueres i at gå ud som smagsdetektiver.

Jeg får øje på de to børn på 50 meters afstand som en ulv, der spotter sit bytte. To drenge. Mørkhårede. Sandsynligvis klassekammerater. De har den rette alder: Endnu ikke teenagere, men helt sikkert skolebørn. Jeg griber en håndfuld forstørrelsesglas, skattekort og kuglepenne og begynder min fremmarch. Nervøst småløbende, så de ikke skal nå at slippe væk, men dog ikke så hurtigt, at det virker mistænkeligt. Jeg springer sidelæns ind foran drengene og kaster mig hovedkulds ud i en ivrig salgstale, før de kan nå at protestere: "Hvad ville I to sige til at være smagsdetektiver for en dag og hjælpe mig med at finde ud af noget om smag?"

Normalt betragter jeg ikke mit antropologiske virke som en ulvs glubske jagt eller mine informanter som forsvarsløse byttedyr trængt op i en krog. Men

som antropologistuderende placeret i et telt på årets Food Festival er jeg på denne septemberdag heller ikke i færd med at udføre et 'normalt' antropologisk feltarbejde. Bevares, jeg er udstyret med den obligatoriske notesblok og en semistruktureret interviewguide, og jeg har intentioner om at lave enten deltagerobservation eller fokusgruppeinterview. Men i dag er jeg ikke alene på feltarbejde, jeg er på feltarbejde sammen med børnene. Jeg er udstyret med et nøje designet og farvestrålende skattekort, der på forsiden præsenterer fire udfordringer til børnene: Find noget der smager godt, noget der smager dårligt, noget du er uenig med dem, du følges med, om hvordan smager, og noget du aldrig har smagt før. Der er plads til både at skrive og tegne i dertil indrettede talebobler. På bagsiden er der et kort over festivalpladsen og med fire klistermærker, der med farverne matcher forsidens fire opgaver, kan børnene markere hvor på pladsen, de har fundet de forskellige smage. Med sig får de et forstørrelsesglas og en kuglepen – forstørrelsesglasset er med for at opildne børnene til at leve sig mest muligt ind i rollen som smagsdetektiver.

De to drenge er ganske rigtigt klassekammerater og er først lettere skeptiske over for konceptet, men jeg ved at kampen er vundet, da jeg ser deres længselsfulde blikke mod forstørrelsesglassene i min hånd: Jo, de vil gerne lege smagsdetektiver. Jeg forklarer dem grundigt, hvad opgaverne går ud på og beder dem vende tilbage til vores stand senere, så vi kan snakke om, hvad det for nogle smage, de har 'fundet.' Allerede inden jeg er færdig med min introduktion, er de i gang med at studere hinandens næsebor med forstørrelsesglasset, og da jeg endelig lader dem slippe for at påbegynde skattejagten, spæner de af sted med ordene: "Jeg ved LIGE, hvor vi skal gå hen for at finde noget, der smager godt". Jeg står tilbage og stirrer efter dem et par sekunder. Har jeg lige overladt den dataindsamling, jeg ellers har studeret antropologi for at dygtiggøre mig i de sidste fire år, til to 10-årige purke?

Uanset min bekymring over at uddelegere mine antropologiske kerneopgaver, er metodiske greb, hvor informanter udstyres med et sæt genstande, der gør dem i stand til på egen hånd at indsamle etnografisk data, ikke et nyt fænomen. De kan begrebsliggøres med betegnelsen 'Cultural probes' (Gaver et al. 1999). Hvordan de to drenges antropologiske skattejagt spænder af, vil jeg løfte sløret for senere. Først vil jeg uddybe, hvor tanken om Cultural probes stammer fra, og hvordan metoden (kan) bruges.

DESIGNANTROPOLOGI OG DESIGN SOM RESEARCHMETODE

Vores idé om at benytte os af særligt designede værktøjer til indsamling af etnografisk materiale om børns forståelse for og oplevelse af smag er inspireret af koblingen af disciplinerne design og antropologi, der siden 1970'erne har gået under navnet designantropologi – en subdisciplin med egne koncepter, metoder og praksis (Gunn & Otto 2013:1). Design forstås her på den måde, begrebet indgår i et postindustrielt og digitalt samfund, hvor specialiserede designere genererer løsninger i forskellige sociale og økonomiske kontekster: Idéer til nye masseproducerede produkter, nye digitale systemer og nye services i offentlige og private rum. Antropologiens force i design-aktiviteter er traditionen for kulturel fortolkning, kontekstualisering og holistisk forklaring, og antropologen kan således tværdisciplinært bidrage til vidensproduktion i designprocesser som researchere, facilitatorer og medskabere (Ibid: 1-2).

Det er således bredt accepteret, at antropologiske og etnografiske metoder er særdeles brugbare i innovative og designmæssige kontekster. Murphy & Marcus hæfter sig dog ved, at det gavnlige forhold mellem design og antropologi i nogen grad har været asymmetrisk, forstået på den måde, at design historisk har været anset som det dominerede felt i relationen med antropologien som 'hjælpedisciplin' (2013:252). De pointerer imidlertid potentialet i at tænke design gensidigt ind i den etnografiske metode:

> *"By carefully integrating elements of design into ethnography, we hope to inject ethnography with a newfound creativity, new ways of thinking, new kinds of collaboration, new pedagogical techniques, new raw materials and new kinds of outputs." (Murphy & Marcus 2013: 262)*

De uddyber yderligere denne nytænkning af den etnografiske metode med en genovervejelse af informantens rolle i feltarbejdsregi:

> *"(…) This integration may also help ethnographers to reconstitute not only the way they do fieldwork, but also what actually counts as the "field", which for as long as it has existed has been defined foremost as something close to "not here". This may even include reconfiguring the roles played by informants in helping to formulate, carry out, and analyze on-the-ground fieldwork." (Murphy and Marcus 2013: 262)*

Netop denne tilgang til 'ethnography by design' og informanten som aktiv medspiller under feltarbejdet udgør den kontekst, hvori jeg vil placere cultural probes som metode.

CULTURAL PROBES

Cultural probes kan meget groft oversættes til dansk som 'kulturelle undersøgelser' og benyttes som metodebegreb af Gaver, Dunne og Pacenti i 1999 som nogle af de første. Ordet 'probes' trækker ifølge Gaver et al. tråde til astronomiske og kirurgiske undersøgelser i hvilke research-genstande sendes ud eller ind, efterlades og senere vender tilbage med svar – en parallel Mattelmäki & Batterbee senere uddyber som "an automatic recording device that is sent to unknown territories where human researchers cannot go, and from where it collects samples and sends it back" (2002: 266). Cultural probes er altså 'packages' eller 'kits' indeholdende materiale, der er specialdesignet og produceret til bestemte personer, projekter eller miljøer. Materialet afhænger af kontekst, formål og målgruppe og kan inkludere alt lige fra dagbøger, postkort, opgavekort og spillekort til fotografiapparater, klistermærker, modellervoks og diktafoner.

Gaver gør særligt opmærksom på, at cultural probes bør indeholde elementer af "ambiguity", "absurdity" og "opacity" samt være "open ended" og "provocative" for at motivere til refleksion hos brugeren. Sådanne overvejelser havde vi særligt i forhold til på skattekortet at bede børnene finde smage, de var uenige med andre om hvordan smagte, og smage, de aldrig havde oplevet før. Disse udfordringer, erfarede vi, fremprovokerede blandt flere af børnene og deres forældre diskussioner og refleksioner i de efterfølgende interviews om normalitet, forventninger og moral i forhold til smag. Et spørgsmål rettet mod to børns livretter førte således til følgende samtale:

> *Storesøster: "Mexicanske pandekager. Med mange forskellige kød, grøntsager, frugt, alt muligt…. Det er sundt".*
> *Lillebror: "Pandekager! Altså 'rigtige pandekager'".*
> *Mor: "Hvis nu du skulle vælge noget rigtigt mad?"*
> *Storesøster: "Ja, rigtige pandekager er ikke sunde". Lillebror er tavs.*

I brugen af cultural probes søgte vi altså efter at opretholde en balance i på den ene side at nedtone sværhedsgraden af opgaverne til et niveau, der var muligt at løse for børn, og på den anden side at udfordre børnene tilpas meget til at motivere til refleksion.

Detektivernes arbejdspapir.

Gaver præsenterer i 1999 cultural probes som specifikt egnede til i designsammenhænge at undersøge brugere og informanters 'everyday life' i situationer, der er svære at nå gennem traditionelle socialvidenskabelige metoder som spørgeskemaer, interviews, fokusgrupper og deltagerobservation. Cultural probes designes til at fremkalde indsigt i menneskers liv og kultur fra deres eget perspektiv gennem tæt samarbejde med og involvering af brugere og informanter. Det er en samling af opgaver, der har til formål både at fremlokke og provokere inspirerende respons *fra* mennesker og *ikke* omfattende information *om* dem. I Gavers optik er det æstetiske islæt af disse 'packages' essentielt for udførelsen af metoden, da det er derigennem, at distancen mellem researcher og informant reduceres. Dermed er det også igennem den æstetiske kvalitet, at cultural probes nærmer sig en variation af etnografi, der udføres både for, i og gennem design, hvorved det asymmetriske forhold mellem design og antropologi potentielt kan brydes.

Cultural probes er altså som udgangspunkt udviklet som en etnografisk design metode, der i starten af 00'erne oplever et boom i popularitet gennem udførelser og publiceringer af en lang række casestudier, der inddrager og diskuterer cultural probes som metodisk greb (Mattelmäki & Batterbee 2002, Hemmings et al. 2002, Jääksko & Mattelmäki 2003, Crabtree et al. 2003, Iversen & Nielsen 2003, Kjeldskov et al. 2004). Rækken af forskellige casestudier fordeler sig særligt inden for 4 probe-retninger, der hver især har forskellige fokus og formål for deres undersøgelser: a) Technology probes, hvor en teknologi installeres i en "real-use-context" og derigennem kan observeres i forhold til, hvordan den bliver brugt (Bernhaupt 2007; Hutchington 2002); b) Creative/playful probes, der gennem kreative øvelser og gaming har til formål at stimulere brugeren til at opfinde, undersøge og producere (Bernhaupt 2008); c) Empathy probes, der har

til formål at stimulere brugernes følelse af at blive set og forstået (Mattelmäki & Batterbee 2002) og d) Mobile/digital probes, der med mobiltelefonens fremkomst supplerer eller udskifter nogle af de traditionelle cultural probes med SMS- og MMS-funktionen (Iversen & Nielsen 2003). Set i dette perspektiv synes vores egne probes at høre ind under Kategori B i kraft af målet om gennem kreativitet og leg at bidrage til vidensproduktion om smag.

I 2004 udgav Gaver en ny artikel som respons på metodens popularitet i både industrielle, akademiske og designmæssige sammenhænge. Her påtaler Gaver den – i hans optik – forfejlede tendens til at rationalisere metoden og designe proces til at producere specifikke resultater, der blot giver os svar, vi har i forvejen, samt opsummeringer og analyser, der producerer alt for generelle billeder og analyser og udelader de spændende elementer, der 'stikker ud'. Gaver advarer mod at tro, at man uden videre kan kigge ind i folks hoveder med denne metode og opildner til at betragte cultural probes som en metode, der gennem subjektive indsigter og historiefortællinger favner "as positive values for design" (Gaver et al. 2004: 56).

På tværs af disse tilgange er det også muligt at identificere en række emner og målgrupper inden for hvilke cultural probes har vist sig at være særligt anvendelige. Dette er især inden for disciplinen Human-Computer Interaction (HCI), hvor cultural probes åbner op for indsamling af data omkring brugen af digitale og teknologiske objekter i ellers meget private hjem- og familiekontekster. Det er også i forbindelse med studier af 'sensitive settings' fx på hospitaler, blandt ældre og psykisk syge, hvor cultural probes for det første giver en stemme til en informant- eller brugergruppe, der tidligere ikke har kunnet inkluderes, og for det andet i nogle tilfælde betragtes som et mindre invaderende indgreb i en sensitiv situation end fx deltagerobservation og interviews. Sidst, men særdeles relevant i denne sammenhæng, har cultural probes også vist sig anvendelig i etnografisk feltarbejde, der inkluderer børn med det argument, at cultural probes i særlig grad "may be used to discover new ways to leverage children's natural interests" (Wyeth & Diercke 2006: 385). Jeg vil her ikke bevæge mig ind på relationen mellem børn og etnografisk feltarbejde generelt, men i stedet knytte nogle enkelte kommentarer til potentialer og problemstillinger i forhold til børn og cultural probes.

CULTURAL PROBES OG BØRN

Cultural probes såvel som traditionelt etnografisk feltarbejde møder en række metodiske udfordringer, når målgruppen er børn. Studier af og med børn kan betragtes som en 'sensitive setting' i stil med de før omtalte studier af fx patienter og ældre, hvor det kan være svært at få adgang til eller gennemføre særligt invasive og tidskrævende undersøgelser. I en række eksempler har cultural probes dog vist sig at være en givende metode til at opnå kontekstuel og kulturel indsigt i aspekter af børns liv. Iversen & Nielsen (2003) har gennem udelukkende mobile og digitale probes undersøgt, hvordan digitale hjælpemidler kan indgå i undervisning og hvordan undervisning kan rykkes ud af klasseværelset. Davis et al. (2006) designede en "intergenerational cultural probe" for at udforske og indfange kommunikation mellem børn og deres bedsteforældre. I deres studie af børns brug af innovative læringsteknologier inkluderede Wyeth & Diercke (2006) collager, ratings, dagbøger og opgaver, der opfordrede børn til at færdiggøre sætninger eller brainstorme på forskellige spørgsmål og designe forskellige gadgets eller aktiviteter. Ud fra antallet af tilbageleverede og udførte probes konkluderer Wyeth & Diercke, at børnene var mest engagerede og investerede mest tid i opgaver, der indbød til kreativitet, konstruktivitet og appellerede til børnenes opfattelse af 'sjov'. Til gengæld var de meget lidt interesseret i at skrive dagbog og lave brainstorming og collager. Dette viste sig også at være tilfældet under vores feltarbejde, hvor den skriftlige udfyldelse af skattekortet syntes nedprioriteret sammenlignet med det praktiske detektiv- og smagearbejde.

Sara og Vibeke interviewer to drenge om deres tur som smagsdetektiver.

Wyeth & Diercke understreger på baggrund af deres undersøgelse, at den første opgave i en cultural probe designet til børn først og fremmest bør være nem at udføre, så børnene starter ud med en følelse af succes. Opgaver i Wyeth &

Dierckes undersøgelse, der var for uklare eller åbne, blev af børnene ignoreret eller overfladisk besvaret. De betragter cultural probes som velegnede til at skabe indsigt i børns personlige interesser, "likes and dislikes", mens deres tanker om mere abstrakte emner som læring, uddannelse og teknologi var svære for børnene at udtrykke. Derfor er selve design- og planlægningsfasen af cultural probes af stor betydning for undersøgelsens udfald.

TILBAGE TIL FOOD FESTIVAL, SKATTEKORT OG FORSTØRRELSESGLAS…

De to drenge, jeg sendte af sted, var de eneste informanter, der i løbet af tre dages forsøg med cultural probes havde en antropologisk ledsager med rundt på pladsen, mens de brugte og udfyldte skattekortet. De kom succesfuldt tilbage med opgaven udført og en underholdt antropolog i hælene. Drengene havde haft let ved at finde de forskellige smage, for de vidste jo godt, hvad de syntes smagte godt, og hvad der smagte dårligt:

> *Ved de første tre opgaver blev drengene enige om på forhånd, hvad de skulle finde. "Du kan ikke lide ost", sagde den ene dreng til den anden. Først ved den sidste opgave ('Find noget du aldrig har smagt før') var de nødt til at tænke lidt mere og overveje/forhandle, hvor de skulle gå hen. (Feltnoter)*

Sammenlagt blev der igennem de tre dage sendt 40 børn og søskendepar ud på skattejagt, der vendte tilbage med 40 vidt forskellige besvarelser. Jovist var der mange børn, der syntes at is og chokolade smagte godt, og jovist var der mange, der ikke kunne lide ost. Men fortællingerne vi fik i de efterfølgende interviews om selve jagten og refleksionerne omkring smag bidrog med en helt anden – hvad man med Gavers ord måske ville kunne kalde "rich" og "multilayered" indsigt i individuelle smagspræferencer, børneopdragelse, moral, normalitet og forventning. Her følger blot et udpluk af citater og observationer fra de opfølgende interviews:

> *"Kunne ikke lide kartofler med dip ligesom hans bedstemor – han siger igen: "Det er sådan, vi er født".*

> *"Kan godt lide fisk. Kan godt lide at pille selv. Have indflydelse på den mad, jeg spiser."*

"Den var ikke som normale tomater, derhjemme. Den gjorde ondt på tungen. Det både sved og stak lidt. Og den var mærkelig at have i munden, altså konsistensen."

"Smagte godt. Som det så ud. Både surt og sødt."

"Ulækkert at det var grønt".

"Den smagte mærkelig. Vi troede den ville smage godt. Der var sådan noget stjerne-noget i. Vi blev lidt overraskede."

Citater som disse har bidraget til en nuancering af smagsbegrebet og større forståelse for smag som en form for videnspraksis, hvor viden om og erfaring med smag gensidigt og kontinuerligt influerer hinanden.

Vores cultural probes på årets Food Festival kan siges at have flere kritikpunkter, der i høj grad opsummeres af nedenstående kommentar fra Wyeth & Diercke:

"Participatory design processes work best with children who are good listeners, have the confidence to be actively involved and have some background knowledge. […] While it is necessary to include adults in the design team, difficulties related to power structures and children's perceptions of appropriate behaviour need to be acknowledged" (2006: 385)

Kritikpunkter omhandlende opgavernes tidsmæssige aspekt, sværhedsgrad og begrænsede åbenhed, provokation og flertydighed har givet mening i forhold til vores placering i en flygtig festival-setting og gennem valget af børn som vores målgruppe, der forudsætter at opgaverne var få, kortvarige og minimalt abstrakte. Det er dog i høj grad værd at overveje hvilken indflydelse – både begrænsende og givtig – det har haft på vores undersøgelser (jf. magtstrukturer og forventninger i relationen mellem børn og voksne), at mange børn udførte opgaverne i fællesskab med deres forældre, ligesom de efterfølgende interviews også ofte blev gennemført med assistance fra en voksen.

Som udgangspunkt kan vores cultural probes dog betragtes som et eksplorativt og kreativt forsøg på at få indsigt i, hvordan børn forholder sig til smag, hvilke spørgsmål børn stiller til smag, hvordan børn definerer og kategoriserer smag og hvilke strategier, de tager i brug for at praktisere smagning. Indledningsvist tænkte vi forstørrelsesglasset ind i projektet som et kreativt objekt, der støttede

op om teltets detektiv- og mysterietema, men under festivalen fik forstørrelsesglasset en langt mere symbolsk og analytisk betydning. Det blev for det første det fysiske udgangspunkt for at sende børnene ud for at *lede efter* smag. Smag som begreb blev derved italesat som noget, der kan *findes*. Forstørrelsesglasset blev til gengæld et instrument igennem hvilket smag kunne 'trækkes ud' af børnenes mund og oversættes og reflekteres over. Det etablerede en metaforisk distance mellem barn og antropolog på den ene side og smag på den anden.

For det andet fungerede børnene som symbolske forstørrelsesglas, gennem hvilke deres oplevelser, kategoriseringer og komparationer via vores probes blev medieret til etnografiske data. Derved kan vi også drage paralleller til foregående års feltarbejde på Food Festival i 2013, hvor vi har arbejdet med begreberne 'antropologisering', der indebærer at man som antropolog inviterer sine informanter med som medproducenter af viden og 'para-sites', hvor antropologer placerer sig i kontekster og blandt informanter, der allerede er engageret i det specifikke emne, der studeres (Højlund et. al 2013: 113)

UNCERTAINTY AS A POSITIVE VALUE

Vi har i det antropologiske telt og i planlægningen af vores cultural probes lagt vægt på en fri vidensindsamling med meget få analytiske rammer og en høj grad af eksperimenterende aktiviteter. Dette har siden fået mig til at tænke på et seminar, jeg tidligere på året overværede med Anna Tsing, Annemarie Mol og Matei Candea med temaet 'How to study natural science objects ethnographically?'. Især Anna Tsings oplæg er blevet hos mig i tankerne efterfølgende, da hun stædigt insisterede på, at antropologer leger for lidt. Vi tænker naturvidenskab som noget meget seriøst, og det er problematisk, men leg er vigtig for god forskning. Derfor må vi skubbe vores 'common sense' til side. Naturvidenskab er en genre ligesom fiktion er en genre, og når vi tænker naturvidenskab som en genre, bliver leg mulig.

Hvordan man praktisk går til værks i forhold til at betragte (natur)videnskab som genre, vil jeg for nu lade blive stående til diskussion. Hvad jeg derimod gerne vil gribe fat i, er Tsings teori om behovet for den legende antropolog, for det mener jeg netop, at vi gjorde på årets Food Festival: Vi legede, vi eksperimenterede, vi trak design ind som en researchmetode, og – modige som vi var – stod vi i et telt, som vi hårdnakket stod fast på ikke havde noget fast formål eller nogen

på forhånd defineret mening. Ved at tage et skattekort og et forstørrelsesglas i hånden, såvel som gennem udførelsen af teltets andre aktiviteter, prøvede vi at skubbe vores common sense til side og indbød festivalgængere, børn som voksne, til at deltage i og forme legen. Som Gaver skriver, så er pointen med cultural probes netop ikke at have et fast formål med sine probes, men i stedet at blive inspireret og bruge "uncertainty as a positive value" (2004: 56). Vi slap kontrollen et øjeblik, og måske var dette et af de vigtigste elementer i hele vores projekt.

REFERENCER

Bernhaupt, R. et al. (2007): Playful probing: Making probing more fun. In Proceedings of the INTERACT Conference (Rio de Janeiro). Springer LNCS, 606-619.

Bernhaupt, R. et al (2008): Trends in the Living Room and Beyond: Results from Ethnographic Studies Using Creative and Playful Probing. *Computers in Entertainment* (CIE), Vol. 6 (1).

Crabtree, A., Hemmings, T., Rodden, T., Cheverst, K., Clarke, K., Dewsbury, G., Hughes, J.A. and Rouncefield, M. (2003): Designing with care: Adapting cultural probes to inform design in sensitive settings. University of Queensland, pp. 4-13.

Davis, H., Francis, P., Gibbs, M., Howard, S., and Vetere, F. (2006): Bridging the Intergenerational Divide: Implications of Employing Cultural Probes in Distributed Homes. In OZCHI 2005 Workshop on Methods for Design in HCI.

Gaver, W., Boucher, A., Pennington, S. and Walker, B. (2004): Cultural Probes and the Value of Uncertainty. Interactions, 11, 5: 53-56.

Gaver, W., Dunne, T. & Pacenti, E. (1999): "Cultural Probes". In: *Interactions*, 6, 1, 21-29.

Gunn, W. et al. (2013): Design Anthropology. Theory and Practice. Bloombury.

Hemmings, T. et al. (2002): Probing the Probes. Proceedings of the 2002 Participatory Design Conference. Malmö, Sweden, pp. 42-50.

Horst, W., Bunt, T., Wensveen, S. and Cherian, L. (2004): Designing Probes for Empathy with Families. In Proc Dutch Directions in HCI 2004, ACM Press.

Hutchinson, H., Mackay, W., Westerlund, B., Bederson, B.B., Druin, A., Plaisant, C., Beaudouin-Lafon, M., Conversy, S., Evans, H., Hansen, H., Roussel, N., Eiderbäck, B., Lindquist, S., Sundblad, Y. (2003): Technology Probes: Inspiring Design for and with Families. In: Proceedings of the CHI'03, pp. 17–24. ACM Press, New York.

Højlund, S., B. Selmer, L. Knakkergaard, V. Dahlgaard, C. Pauli og J. Østergaard

(2013): Den fleksible grænse mellem spiseligt og ikke-spiseligt. Eksperimenterende feltarbejde i et Kulinarisk Grænseland In *Tidsskriftet Antropologi,* Nr. 68: 111-130

Iversen, O. and Nielsen, C. (2003): Using Digital Cultural Probes in Design with Children In Proc IDC 2003, ACM Press, 154.

Jääskö, V & Mattelmäki, T (2003): Observing and probing. In *Proceedings of the International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces*, DPPI'03, ACM, New York.

Kjeldskov, J. (2004): Using Cultural Probes to Explore Mediated Intimacy. AJIS Special Issue, Iss. December, pp. 102-115.

Mattelmäki, T & Battarbee, K. (2002): "Empathy Probes". In: *Proceedings of the Participatory Design Conference*, 23-25.6, Malmö, Sweden

Murphy, Keith M. & Marcus, George E, (2013): Epilogue: Ethnography and Design, Ethnography in Design… Etnography by Design. In: *Design Anthropology. Theory and Practice*. Bloombury.

Wyeth, Peta & Diercke, Carla (2006): Designing Cultural Probes for Children. School of Information Technology and Electrical Engineering, University of Queensland.

ØVRIG ANBEFALET LITTERATUR TIL INSPIRATION

Cheverst, K., Clarke, K., Dewsbury, G., Hemmings, T., Kember, S., Rodden, T. and Rouncefield, M. (2003): Designing Assistive Technologies for Medication Regimes in Care Settings. In: *International Journal of Universal Access in the Information Society*.

Corti, L. (1993): Using Diaries in Social Research [Internet] in: N. Gilbert (ed.), *Sociology at Surrey*, Social Research Update (2).

Dix, A. (2004): Case study: Cultural probes – Methods to study new environments [Internet] Human Computer Interaction. Available from [Accessed 11 May 2009].

Gaver, W., & Dunne, T. (1999): Projected Realities: Conceptual Design for Cultural Effect In *Proc. CHI 1999*, ACM Press, 600-607.

Harper, R. (2003): *Inside the Smart Home*. Springer Verlag, London.

MATADOR MIX MYSTERIET:

TAL EN SMAG! OM DET SMAGSDIDAKTISKE POTENTIALE AF MATADOR MIX

Jonatan Leer, ph.d. og postdoc ved Institut for Uddannelse og Pædagogik

Institut for Uddannelse og Pædagogik (DPU),
Tuborgvej 164, 2400 København NV. jonle@edu.au.dk

Søndag d. 7. september 2014 stod jeg klokken 08.38 med en telefon i den ene hånd, der sendte mig live igennem til P4 Østjylland, imens jeg i den anden holdt en laber larve. Jeg havde ikke regnet med, at det var sådan min deltagelse i Food Festival i Aarhus skulle starte, da jeg takkede ja til at deltage i *Smagsmysteriet*. Jeg havde i bedste kulturforskerstil regnet med at gøre det, jeg altid gør, nemlig sige noget klogt og svare på spørgsmål, altså det, man kalder et foredrag. Men jeg blev hurtigt klogere og forstod, at det ikke var foredrag, man praktiserede i dette telt. Jeg skulle lave noget interaktivt, fx noget om at sætte ord på smag.

Så gik jeg i tænkeboks, og efter mange forskellige idéer slog jeg mig fast på *Matador Mix Mysteriet*. Idéen var, at jeg i denne workshop kort ville eksemplificere, hvordan man kan beskrive smag, og hvor svært det kan være, men også komme eksempler med på, hvor kreativt man kan beskrive smag, hvorefter deltagerne selv skulle prøve at beskrive smagsoplevelser på baggrund af Matador Mix.

HVORFOR MATADOR MIX?

Jeg havde mange og lange overvejelser, men jeg blev på en eller anden måde fascineret af idéen om at lade Matador Mix indtage en central rolle. Der var flere grunde til dette valg. For det første skulle det være noget for hele familien. For det andet syntes jeg, at Matador Mix var en sjov smagsprøve, da det vel er et af de produkter, som flest danskere kan referere til. Samtidig indeholder denne pose som alle andre poser 'blandede bolsjer' ikke et entydigt smagsudtryk, men et galleri af smagsindtryk. Mange har deres individuelle oplevelse og deres personlige favoritter, og det ses næsten altid, hvordan bestemte stykker er tilbage

som de sidste. Der er andre slikprodukter, der måske kunne konkurrere, men Matador Mix har været en del af den danske kultur i over 30 år, så den går også på tværs af generationer.

Matador Mix blev introduceret i Danmark i 1983 – samme år, som sidste sæson af tv-serien Matador kørte over skærmen (mon det hænger sammen?) - som det første af Haribos produkter i Danmark. Min kærestes bror, der er født i 1971, fortalte mig, at han kunne huske, da denne pose kom frem: "Det var stort". Jeg selv fik ikke serveret Matador Mix i mit hjem. Alt, der havde noget med vingummi at gøre, blev anset for underlødig og halvkapitalistisk af mine 68'er forældre. Desto større var nydelsen, når jeg fik denne spise serveret, da den især var forbundet med overskridelse, og måske endda udgjorde et diskret oprør. Jeg husker også, hvordan min bror og jeg sammen med en lidt ældre ven fandt en tyvekronesed-del en dag under EM i 1988 (som var meget sløv fra dansk synspunkt 0 point og en målscore på 2-7 - selvom det var Schmeichels første store turnering i landsholdstrøjen), hvor vi gik og diskuterede nederlaget på 3-2 til Spanien. Den lidt ældre ven foreslog, at vi skulle købe to poser Matador Mix for pengene. Det gjorde vi, men jeg tror ikke, at vi fortalte det til mine forældre. Jeg husker også, at jeg sammen med en god ven var inde at se filmen Nattevagten. Vi var ikke helt gamle nok og for at fuldføre denne overskridelse delte vi en gigantisk pose Matador Mix. Jeg kan huske, at jeg spiste så meget, at jeg kastede op den efterfølgende nat! Den dobbelte transgression gav bagslag! Det er sjovt at disse to individuelle smagsoplevelser er så tydeligt koblet til store kollektive kultur-begivenheder – fodbold-EM i 88 og den innovative film Nattevagten. Matador Mix er altså for mig – og vil jeg formode - en del af den kollektive reference-ramme og noget, der er forbundet med individuelle oplevelser og præferencer.

Jeg syntes også, at det var interessant og vigtigt at inddrage et populærkulturelt produkt i *Smagsmysteriet*. *Smagsmysteriet* og Smag for Livet generelt har nok haft en del fokus på formidling af produkter, der var ualmindelige og grænseover-skridende, som den tang og de tyretestikler, der blev serveret i teltet. Her er fokus "kan man spise det?" og "kan så ekstraordinære/bizarre produkter smage godt?". Dette er bestemt interessant og godt at tænke over. Men når man tager et produkt, der er så familiært for store dele af den danske befolkning som Matador Mix, er fokus et andet. Der er ikke noget overskridende i at spise Matador Mix – medmindre man er opvokset som mig – og således bliver fokus på *at sætte ord på de kendte og almindelige smage*. Det er for mig at se også et vigtigt element i afmystificeringen og demokratiseringen af smagsundervisning, at dens genstandsfelt ikke kun er det ekstraordinære og eksklusive. Smagen –

som sanseværktøj og indgang til at møde verden og forstå den - er med os hele tiden og ikke kun når vi smager sofistikerede vine eller eksklusive fiskesovse. Denne pointe er særlig vigtig i et projekt som Smag for Livet, der netop ikke ønsker at koble smag med smagsdommeri eller med noget elitært.

MATADOR MIX I EN SMAGSRAMME

Jeg valgte således at gøre Matador Mix til genstand for en blindsmagning, hvor smageren skulle italesætte sin smagsoplevelse og publikum skulle gætte, hvilket stykke Matador Mix, der blev smagt på. Stykkerne blev skåret ud i stykker, så de ikke kunne genkendes på formen, og prøvesmageren blev bedt om ikke at nævne navne på stykkerne. Således blev det at spise Matador Mix altså også sat ind i en 'unormal' kontekst. Matador Mix bliver tit spist uden den store opmærksomhed – måske endda nærmest 'kastet ned' af glubske unger til Disney Sjov - uden eksklusiv opmærksomhed på selve smagen. Her er det nok vigtigt at pointere, at selve smagen i sådanne 'snacking-praksisser' også har en betydning. Nogle elsker Matador Mix, men hader Familie Guf etc. Og nogle kan ikke døje bestemte stykker Matador Mix, mens andre forgudes og kæmpes for, hvis posen deles. Ikke desto mindre er det en central pointe i eksperimentet at tage noget kulinarisk lavkultur og putte det ind i en kulinarisk højkulturel ramme, dvs. bringe Matador Mix'en fra lavkulturens overkropslige nedkastnings- og snacking-ramme til den sofistikerede og højkulturelle tasting-ramme, hvor sproget og italesættelsen af den sanselige og kropslige oplevelse er vigtigere end den enkeltes uudtrykte oplevelse og den sociale funktion, som mad kan have.

SELVE EKSPERIMENTET

Det hele startede med et foredrag, hvor jeg gjorde mig nogle overvejelser om at sætte ord på smag, og hvor svært det var, når vi kom ud over de fem grundsmage. Som illustration kom jeg med nogle eksempler på, hvordan man sætter smag på mad i madprogrammer og understregede, at denne genre havde det kendetegn, at man var nødt til at være god til at sætte ord på smag, da det sensuelle nærvær af smagen er fraværende (lugte, smage, taktile indtryk…). Så den gode tv-kok måtte mestre italesættelsen af sine smagsindtryk for at formidle dem videre.

Jeg fremførte nogle eksempler fra det aktuelle tv-program, Den store Bagedyst. Det er et program, hvor forskellige amatører kæmper om at blive mesterbager. Deltagernes bagværk vurderes løbende af et dommerpanel, og disse smagsdomme er en central del af programmet og af seerens oplevelse af deltagerens potentiale, da kagernes sensuelle smag ikke kan formidles via tv-mediet. Første eksempel: Mette Blomsterberg, den ene af dommerne, smager en lagkage med sommerbær og siger:

> *"Meget behagelig jordbær, bare lækkerhed, sødme, mmmm, jeg er nødt til at sige det, din jordbærcreme er skilt. Det er så ærgerligt, men smagen af den, synes jeg, er dejlig."*

Efterfølgende diskuterer vi, hvordan der i citatet skabes forskel mellem smag og konsistens, mundfølelse og tekstur. Et andet eksempel er:

> *"Jeg har en meget mild smag af sommer. Bærerne kommer fint frem. Der kunne sagtens være leget mere med karakter på smagen."*

Her spørger jeg så publikum, hvordan forestiller I jer en "mild smag af sommer"? Vi diskuterer, hvordan sådanne abstrakte og overførte ord kan bruges til at beskrive smag. Og udbygger denne diskussion med en anden af Mettes smagsdomme:

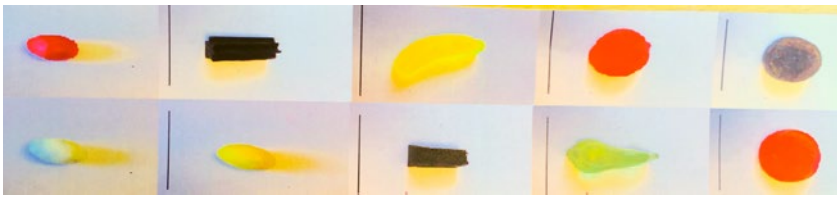
> *"Jeg synes det er meget feminin ting, du præsenterer, også med sådan et sødt udseende. Man bliver sådan lidt glad i låget."*

Her udfordrer jeg så publikum ved at spørge, hvordan smag kan have et køn. Og hvordan vil en maskulin smag mon være? Sidste eksempel er fra den anden dommer, Jan Friis Mikkelsen, som kommenterer på en kages usædvanlige kombination af brombær og blåskimmel:

> *"Det er udfordrende med denne her lille kant af blåskimmel, men sammen med brombærrene synes jeg altså, at det holder".*

Her diskuterer vi smag og komposition, hvordan kan en smag 'udfordre', og hvordan kan den 'holde'. Efter disse relativt almindelige måder at beskrive smag på, kommer jeg i den sidste del af foredraget omkring en lidt vildere smagsbeskrivelse, nemlig den vinbeskrivelse, som Jørgen Lund refererer i et uddrag af bogen, Dansk i Nullerne. Her beskrives en vin (positivt) som fremkaldende

minder om præpubertært gymnastiktøj og babylort (Lund, 2011: 106-108). Dette skulle sætte gang i tankerne om, hvor kreativ man kan være, når man skal 'tale en smag'.



Matador Mix-kupon.

Herefter er det deltagernes tur til at beskrive. To deltagere får stykker af Matador Mix som smagsprøver, som de skal prøve at beskrive uden at nævne deres rigtige navne. De andre publikummer skal gætte, hvad det er. De, der skal gætte, får udleveret en kupon med billeder på, hvor de skal krydse af (se billede). Der var i alt ti stykker lakrids, vingummier og labre larver.

HVAD KAN VI SÅ LÆRE AF DET?

Jeg havde fornøjelsen af at udføre eksperimentet tre gange med grupper af ca. 15 personer. Der er tre ting, som jeg bed mærke i under udvekslingen med publikum.

Man kan godt smage "sommer" og "kvindelighed", men ikke "babybæ"
Det var ret slående, at når jeg bad publikum om at forklare, hvordan de forstod udtrykkene 'sommer' eller 'feminin', så havde de forskellige deltagere ret ens forståelser af begreberne. Sommer forbandt de med noget "med bær" og "flødeskum". Feminin var noget lyst og fint, der kunne modsættes en maskulin smag, som var "noget med mørk øl". Det er sjovt, at sådanne abstraktioner vækker genklang, mens de mere kropslige ord, som blev brugt i vinbeskrivelsen, ikke vakte genklang. Disse ord kunne man ikke tale en smag med. De var nærmest for uhåndgribelige i al deres materialitet og lavkropslighed.

Man kan tale en smag ihjel
Jeg var før eksperimentet lidt nervøs for, om det ville være for nemt, men opgaven havde en fin sværhedsgrad. Ingen havde alle rigtige, og de fleste havde ml. 6-8/10 rigtige. Her var det ret bemærkelsesværdigt, at der generelt var den

højeste score, når to børn var oppe at smage. De kom med enkle og præcise beskrivelser. I et andet panel sad et ungt kærestepar, som kom med nogle sprogligt meget elaborerede beskrivelser med høj detaljerigdom, som kunne minde om dem, man læser bag på vinflasker, med udtryk à la 'noter af' og 'lang eftersmag'. Her havde publikum markant lavere point. Det var som om, at disse beskrivelser var for avancerede og forvirrede mere end de hjalp modtagerne til at forstå. Således kan man altså også tale en smag ihjel, når detaljeringsgrader ikke fremmer formidlingen af smagsoplevelsen, men nærmere bliver en barriere for den. Man har en tendens til altid at tænke jo mere jo bedre, når det gælder smagsbeskrivelser, og det er måske en idé, der kan revideres.

Tankevækkende at udforske det almindelige smagsunivers

Mange gav bagefter udtryk for, at det havde været sjovt og at de aldrig ville spise/smage Matador Mix på samme måde næste gang. Det er i sig selv en interessant pointe, som jeg havde en vis forhåbning om kunne blive resultatet. Der er masser af erkendelse at hente, når man smager efter på hverdagen. Smagen er her, der og alle vegne.

REFERENCER

Lund, Jørgen (2011): *Dansk i Nullerne: 50 sproglige diagnoser*, København: Gad.

KRÆSENHED, AFSKY OG VÆMMELSE

MISHAGETS ANALYTISKE POTENTIALE

Susanne Højlund, lektor i antropologi

Institut for Kultur og Samfund - Antropologi og Etnografi, Aarhus Universitet, Moesgård Allé 20, 8270 Højbjerg. etnosh@cas.au.dk

Er man kræsen, hvis man føler afsky for at spise tyretestikler? Nej, vel? Kræsen er man snarere, hvis man ikke kan lide rugbrød. Og dog, en italiener, der ikke kan lide rugbrød kan ikke siges at være kræsen, ligesom en japaner, der væmmes ved tang, må anses for at være det. Mishag for bestemte smage og fødevarer handler om, hvor man befinder sig, og om hvem man er; om det kaldes kræsenhed eller afsky vil afhænge af denne kulturelle kontekst. Jeg vil i dette lille essay argumentere for, at der i studier af modvilje og mishagsytringer overfor mad ligger et potentiale for at afdække nogle af de ofte implicitte kulturelle regler, som vores smag hele tiden forholder sig til.

At forstå, hvorfor nogen kan lide og andre ikke kan lide en bestemt smag eller en fødevare, er en kompleks sag, som også afspejles i det faktum, at afstandtagen til bestemte smage/produkter har mange forskellige begreber: kræsenhed, afsky, væmmelse, aversion, madlede. Interessant nok har vi mange flere ord for det *ikke* at kunne lide noget end for det modsatte. Som de indledende eksempler peger på, er forståelsen af kræsenhed tæt knyttet til kultur. Tyretestikler er ikke en del af det danske køkken, mens rugbrød er det. Modvilje mod rugbrød vil derfor ofte italesættes som et pædagogisk projekt: aversionen bør bekæmpes, smag 20 gange, så lærer du det! At være kræsen er at træde ud af fællesskabet, ikke bare gruppens og familiens, men også selve danskhedens samhørighed er på spil, når det gælder rugbrød. Som dansker forventes du at have en positiv holdning til denne brødtype – et dogme, som mange indvandrerfamilier møder i børneinstitutionerne, hvor nogle pædagoger opfordrer forældrene til at smøre rugbrødsmadder til børnenes madpakker, til trods for at rugbrød ikke er en del af de tilflyttedes kulturelle bagage.

Afsky er ikke det samme som kræsenhed. Men man kan vise sin kræsenhed ved

at signalere afsky. Afsky beskrives ofte som en umiddelbar reaktion, der følges af en bestemt ansigtsmimik. Men måske er den ikke så umiddelbar endda? For ved tyretestikelsmagningen så vi jo netop, at vores gæster umiddelbart nød smagen, men at mange udtrykte afsky – ikke for smagen, men for maden – da de blev bekendt med ingredienserne. Fra at forsamlingen havde lyttet til kokken, smagt og udtrykt en form for kollektivt behag, blev udtrykket splittet og følelserne modsatrettede, da det blev afsløret, at her var tale om de ædlere dele fra en fynsk tyr. Nogle lo, andre udtrykte det karakteristiske "ad", nogle spyttede ud og så vrede eller forskrækkede ud, mens andre igen udtrykte forbavselse, rykkede frem på stolen og lyttede mere intenst til kokkens beskrivelse af retten. Vores studier af filmoptagelserne af eventen viser et velvilligt publikum, der ved 'afsløringen' ændrer den kollektive stemning til ambivalens. Viden spiller altså en central rolle, i hvert fald når det gælder eksemplet med tyretestikler. At den smagende først udtrykker afstandtagen til produktet, idet der kommer ny viden om det, peger på to ting: dels kontekstens betydning, dels at viden og smag hænger sammen. Dvs. noget kan smage godt i én kontekst, mens det samme kan opleves at smage helt anderledes i en anden – selv indenfor den samme mundfuld. Om modviljen mod tyretestikler har noget at gøre med køn og seksualitet, med fortæring af bestemte dele af dyret, med tradition, identitet, symbolik eller noget helt andet, må være stof for en anden analyse. Klart er det, at det har noget med viden at gøre. Men viden er ikke bare viden. Det kan forsøgene med tangsmagning vise os.

Når det gælder en anden afstandtagen, vi mødte på årets Food Festival – den mod tang – spiller viden en anden rolle. Mange sagde til os efter at have smagt på ren tang, eller en smagsprøve garneret med tang, at det smagte lidt for meget af hav: "Og det er ikke lige mig med smagen af saltvand". Alligevel var denne form for afstand til produktet af en anden slags. Mange gav det en chance, ingen spyttede ud og udtrykte væmmelse. De fleste lyttede til et foredrag om tangens næringsmæssige fordele og dens evne til at forstærke smagen. Tang var et oplysningsprojekt, der gik ud på at tilføre ny viden og åbne folks bevidsthed. På baggrund af den viden smagte man så, prøvede at acceptere smagen, i det mindste af sundhedsmæssige grunde. Viden – om tangs næringsværdi og potentiale som smagsgiver – blev et intellektuelt projekt, og den umiddelbare smagsreaktion var præget af en helt anden tilgang end de provokerende testikler.

Tilbage til spørgsmålet om, hvordan vi kan forstå kræsenhed. Nogle beskriver den som en individuel modvilje, mens væmmelse og aversion kan forklares med henvisning til kulturelle, fælles ideer – som ofte er tavse medspillere i smagens

univers. Jeg vil vove den påstand, at hverken kræsenhed eller afsky kan forklares uden at forstå det kulturelle bagtæppe, det udspiller sig mod.

Når man – som mange i disse år – er optaget af madens kvalitet og smag, er det oftest smagens positive værdi, der er i fokus. Vi skal kunne lave god mad, der smager godt; vi skal lære børnene at få gode smagsoplevelser; vi skal udnytte den velsmag, som umami kan bidrage med; vi skal kæmpe for de ældres rettigheder til den gode smag. Kort sagt: Vejen til et bedre liv går gennem smagen, og vel at mærke den gode smag, lyder et af vor tids store dogmer.

I denne strøm af velmenende tiltag, gode råd, intentioner og budskaber fra politikere, kokke, sensorikere, forfattere, forskere og pædagoger er den fælles fjende kræsenheden og neofobien. Smagsmod, nysgerrighed og lærelyst er positive egenskaber for vor tids smagende menneske. Men i stedet for at negligere og fordømme kræsenhed, afsky og væmmelse kan denne anden side af smagen lære os noget. Når smag bliver en belastning for den enkelte eller for kollektivet, har det at gøre med kultur, viden, tradition og den enkeltes forhold til fællesskabet. Studiet heraf kan give os vigtig viden om forholdet mellem mad og kultur. Mishaget har analytisk potentiale.

OM REDAKTØREN AF SMAGSMYSTERIET

Susanne Højlund er lektor i antropologi ved Aarhus Universitet. Hun er partner i Smag for Livet og har gennem flere år arbejdet med børn, smag og madantropologi. Siden 2012 har hun hvert år ledet et eksperimentelt projekt under Aarhus Food Festival, hvor forskning og formidling er blevet tænkt sammen.