

At sanse smagen af tv-medieret mad

Katharina Thordis Raagaard

MedieKultur 2010, 48, 115-132

Published by SMID | Society of Media researchers In Denmark | www.smid.dk

The online version of this text can be found open access at www.mediekultur.dk

Hvordan formidler madprogrammer på tv madens smag? Hvornår får jeg en sanselig smagsoplevelse? Og hvordan kan det i det hele taget lade sig gøre for et madprogram at konstruere en smagsoplevelse, når de to vigtigste sanser – nemlig smags- og lugtesansen – ikke er i spil? Det er dette sansemæssige paradoks, som artiklen vil gøre rede for. Argumentationen skal findes i begrebet om synæstesi, der grundlæggende skal forstås som en sammentænkning af sanserne. Denne sammentænkning forklarer, hvorfor vi som seere kan sanse madens smag uden rent fysisk at indtage den. Artiklen vil derfor argumentere for, at madprogrammet benytter sig af sanselige strategier – eller rettere sagt synæstesisstrategier – for at formidle en specifik og ikke mindst sanselig smagsoplevelse. På baggrund af dette vil de to danskproducerede madprogrammer "Spise med Price" (2008-2009) og "Du er hvad du spiser" (2005-2007) blive analyseret for at opnå en dybere forståelse af programmernes sansedramaturgiske greb.¹

Madprogrammer på tv beskæftiger sig med kunsten at lave mad. Dog er der ikke kun tale om en formidling af madlavningsteknikker samt råvarekvaliteter. Det handler også om at frembringe en fornemmelse for madens smag – den sanselige tv-oplevelse – hos seeren. Dette stemmer godt overens med, at sanselighed er blevet en afgørende salgsstrategi i jagten på seertal i det nutidige medie billede.² En undersøgelse af sanselighed som strategi er derfor relevant.

Dette gælder især for madprogrammer, der med formålet om at skabe en smagsmæssig (dvs. fysiologisk) sanseoplevelse hos seeren appellerer til et sæt sanser (de audiovisuelle) for at få et andet sæt sanser (smags-, lugte- og følesansen) med i spil. Artiklen ønsker derfor at undersøge, hvordan tv-madprogrammer formidler madens smag i en form, der appellerer til tv-seerens sanser og derved skaber en sanselig smagsoplevelse.

Argumentationen forløber over tre trin. I første omgang er det nødvendigt at redegøre for det sanselige som et fænomen, herunder synæstesi, for fuldt ud at forstå hvorledes en sanselig strategi kan skrues sammen. Med afsæt i dette bliver det muligt at se nærmere på de audiovisuelle og narrative greb (herefter kaldet sansedramaturgiske greb), der skal til for at føre den sanselige strategi ud i livet.

For det andet: Da den sanselige strategi er en måde, som det enkelte madprogram ønsker at formidle specifikke smagskvaliteter i den præsenterede mad på, kommer redegørelsen ikke uden om en diskussion af smagsbegrebet. Eftersom smag både er et æstetisk, kulturelt og fysiologisk fænomen, er det med afsæt i disse, at de synæstetiske strategier yderligere skal defineres.

Afslutningsvis vil en analyse af madprogrammernes sansedramaturgiske greb bevisliggøre konstruktionen samt brugen af synæstestrategier. Valget er faldet på *Spise med Price* (DR2, 2008) og *Du er hvad du spiser* (TV3, 2005-2007), da de umiddelbart repræsenterer yderpunkterne inden for danskproducerede madprogrammer inden for en kort årrække. Hvor *Spise med Price* hylder det klassisk-didaktiske tv-køkkenformat, opererer *Du er hvad du spiser* inden for livsstilsprogramformatet. I *Spise med Price* er både placering af køkkenbord, gennemgang af retternes tilberedningstrin og værterne orienteret omkring den direkte henvendelse til seerne. Det handler om, at seerne skal lære at lave lækre og veltilberedte måltider. Heroverfor står *Du er hvad du spiser*, et dansk remake af det britiske program *You Are What You Eat*. Her handler det primært om, hvad mad ikke skal være, idet man eksplicit fremhæver de usunde og ulækre kvaliteter i den mad, de medvirkende indtager til daglig. Det maddidaktiske kombineres her med et kropsligt make-over-program. Maden har en central rolle, men den direkte henvendelse til seeren er ikke-eksisterende, og ligeledes indgår oplysninger om råvarer og tilberedning kun implicit i programmet. På trods af forskellighederne har de to programrækker tre afgørende ting til fælles. De handler om mad, smag og sanselighed. Og som analysen vil belyse nærmere: på absolut hver deres egen måde.

Sansetænkning og synæstesi

I den klassiske definition af det menneskelige sanseapparat knyttes sanserne direkte til en specifik legemsdel. I forlængelse heraf argumenterer den britiske neuropsykolog Jamie Ward (2008) for, at det sanselige begreb skal tænkes anderledes. I stedet for at tænke på, at sanserne er lig kroppens receptorer, argumenterer Ward for, at sanserne skal tænkes som en systematisering af forskellige receptive oplevelser. Det betyder, at i stedet for at tænke smag = mund, se = øjne, hørelse = øre, lugt = næse og følelse = hud, så skal f.eks. smagsop-

levelsen tænkes som den receptive oplevelse, der sker i kombinationen mellem munden, næsen, følelsen (der både vurderer overflader og temperaturer), hørelsen og synet. Forskellen mellem de to forståelser ligger i graden af adskillelsen mellem sanserne. Eksempelvis skal synssansen, i den nye forståelse, ikke længere forstås som en registrering, der udelukkende foregår i øjet. Til gengæld er der tale om en visuel oplevelse, forstået som en kombination af sanseinformationer, der via kroppens forskellige receptorer bliver registreret, for derefter at blive sendt til hjernens synscenter, som afslutningsvis samler oplysningerne i en fælles visuel oplevelse. Ward opstiller hermed en 'multisensorisk' (multi-sensory perception, *ibid.*, p. 45) forståelse af sanseoplevelsen – som et fænomen, der opstår via samspillet mellem sanserne.

Ifølge Ward opstår den synæstetiske oplevelse, når et sanseindtryk fremkalder en anden sanselig fornemmelse. Det sanselige samspil er derfor også den sammentænkning af sanserne, som Ward lægger til grund for, hvorfor individet kan have en synæstetisk oplevelse uden reelt set at have synæstesi.³ Et eksempel på, hvordan et sanseindtryk kan have indflydelse på den samlede sanselige smagsoplevelse, er f.eks. lyden i en tv-reklame for kartoffelchips. Fremkomsten af en knasende lyd er afgørende for formidlingen af chipsenes sprødhed og smag. I denne sammenhæng påvirker lyden både den taktile og smagsmæssige sanseoplevelse hos seeren. Uden lyden ville chipsene miste en afgørende del af deres tiltrækning, hvorfor den knasende lyd fungerer som et multisensorisk virkemiddel. Ved frembringelsen af specifikke synæstetiske oplevelser kan man derfor med fordel spekulere i brugen af multisensoriske virkemidler.

Det står altså klart, at via den multisensoriske perception kan både syns- og høresansen være lige så vigtige som den fysiologiske smagssans for skabelsen af en smagsoplevelse. Dette forklarer dog stadig ikke, hvordan madprogrammets seere kan have en samlet og "færdig" smagsoplevelse, når de kun har to sanser at trække på i receptionsprocessen. Spørgsmålet er, om det i det hele taget kan lade sig gøre at få en smagsoplevelse, når man som tv-seer ikke selv smager maden? Her bliver Wards begreb om 'mirror-synæstesi' vigtig, da den processuelt forklarer, hvordan en sansemæssig mediering kan resultere i tv-seerens genkaldelse af smag.

Mirror-synæstesi

Mirror-synæstesi beskrives bedst som en fantom-oplevelse, hvor individet trækker på en personlig sensorisk erfaring. Ved synet af en anden person, der bliver aet på kinden, vil beskueren typisk genkalde den fysiske fornemmelse af at blive aet hos sig selv. Her er tale om, at individet foretager en mental simulation, eller rettere en fornemmelsesmæssig spejling af berøringen, hvorved der opstår en såkaldt 'mirror-touch synæstesi' (*ibid.*, p. 123).

Ward udvider endvidere spejlingsbegrebet ved at koble følelsesapparatet til den sensoriske oplevelse. Når vi f.eks. på en persons ansigtsudtryk kan se, at vedkommende er blevet frastødt, aktiveres den del af vores hjerne, hvor denne frastødende fornemmelse opstår (*ibid.*, p. 124; det samme gælder, hvis vi f.eks. ser en person smile, hvorefter vi selv begynder

at smile). Dette forklarer også, hvorfor et tv-program med succes kan formidle en følelsesmæssig oplevelse til seeren, da seeren bl.a. via spejlingsprocessen kan opnå en sensorisk oplevelse, der minder om den oplevelse, programmets medvirkende må formodes at have. Det betyder, at menneskets hjerne, på baggrund af følelsesmæssige og sensoriske erfaringer, går ind og erstatter den manglende del af sanseoplevelsen.

Derved åbnes der op for en forståelse af, hvordan madprogrammets seere selv kan bringe deres følelsesmæssige og sensoriske erfaringer til den sanselige afkodning af den præsenterede mad. Det handler derfor ikke kun om, hvad madprogrammet bringer til den sanselige smagsoplevelse. Det er også et spørgsmål om, hvilke følelsesmæssige og sensoriske erfaringer tv-seeren bringer til afkodningen. Det er her, de multisensoriske virkemidler får deres betydning. For via disse gøres det muligt for madprogrammet at påvirke den sanselige afkodning, som i eksemplet med tv-reklamen for chips. Det betyder også, at madprogrammerne med fordel kan tænke den synæstetiske oplevelse som en strategi i konstruktionen af specifikke smagsoplevelser.

Smag på tv

Men hvilke smagsoplevelser er der tale om? Da spørgsmålet både dækker over den fysiologiske, kulturelle og æstetiske forståelse, er det hensigtsmæssigt at skelne mellem disse. Den fysiologiske smag skal forstås som det kemiske fænomen, der opstår ved den direkte indtagelse og dermed intime kontakt med madvaren. I denne kontakt vil tungen og smagsløgene vurdere madvaren, kategorisere den efter art (om det er grønt, fisk, kød, frugt etc.) og ud fra flavour (som indbefatter tekstur, den kemiske aflæsning: er madvaren bitter, sød, sur, salt etc. – med hjælp fra lugtesansen).⁴ Når der er tale om denne form for smag, vil det være fremhævet i brugen af det lille for bogstav 's'. Er der tale om den æstetiske smag, vil for bogstavet være et stort 'S'.⁵ I denne form for Smag er der i udgangspunktet tale om en mere åndelig vurdering af smagsoplevelsen, som opererer ud fra en grundlæggende forståelse af det skønne versus det uskønne; en æstetisk dom, der traditionelt set bruges ved kunstoplevelsen (Carlsen, 2004, p. 28). Da jeg vælger at adskille den fysiske og åndelige smagsdom, vil Smagen med stort 'S' også dække over den kulturelle Smag. Som redegørelsen også vil påvise, hænger den æstetiske og kulturelle Smagsdom tæt sammen. De to opridsede definitioner er absolut ikke udtømte og er også kunstigt opstillet, men udgør, for artiklens videre diskussion og analyse, en nødvendig skelnen mellem en fysisk og æstetisk forståelse af ordbrugen.

I beskrivelsen af madens kemisk-sanselige karakteristika, dvs. det fysiologiske smagsperspektiv, benyttes der ofte adjektiver som varm, kold, sur, sød, salt, bitter, kraftig, stærk, salt, fed, tør, støvet, mør, knasende etc. Man kan tale om, at maden bliver karakteriseret ud fra sin helt egen smagsæstetiske diskurs (Korsmeyer, 1999). Men den gastronomiske smagsoplevelse er også andet end den kemisk-sanselige oplevelse, som opstår i munden, når den møder maden. Smagsoplevelsen afhænger ligeledes af madens æstetiske præsentation. Ifølge Pierre Bourdieu ligger der i den æstetiske fremstilling af måltidet en formmæssig

aflejring af samfundets kulturelle normer og vurderinger af god Smag (1979/1984). Det vil sige, at madens fremstillingsform er resultatet af en social og dermed kulturel konstruktion. Formen tillægges en kulturel symbolværdi, hvorfor en æstetisk afkodning af maden ligeledes indebærer en kulturel Smagsvurdering af madens kemiske smag. Bourdieu sætter hermed forbindelse mellem form og indhold, hvorved madens form tildeles en lige så stor s/Smagsgivende betydning som selve det kemiske indhold. Derfor vil enhver sanselig afkodning af madens smag ikke kun indebære en kortlægning af madens kemiske smag, det vil også indebære en æstetisk og kulturel Smagsoplevelse såvel som Smagsdom.

Sammentænkes Bourdieus Smagsforståelse og den synæstetiske oplevelse som beskrevet af Ward, vil denne Smagsafkodning altså finde sted under den følelsesmæssige og sensoriske genkaldelse, som Ward argumenterer for vil opstå i tilfældet med mirror-synæstesi. Tv-seeren foretager derfor også en æstetisk og kulturel Smagsdom af den præsenterede mad under afkodningen af madens kemiske smag, hvorfor smagsbegrebets tre betydninger, dvs. den fysiologiske, æstetiske og kulturelle, bliver lige afgørende for forståelsen af madprogrammets konstruktion af den sanselige s/Smagsoplevelse.

Madprogrammets æstetiske relation

Da en væsentlig del af synæstestrategien tydeligvis må være at appellere til seerens følelsesmæssige og sensoriske erfaringer, opstår den sanselige smagsoplevelse altså i mødet mellem den medierede mad og tv-seeren. Det vil sige, at det lige netop er i mødet, at vi skal finde en endelig redegørelse for synæstestrategierne. Dette kræver, at der kigges nærmere på relationen mellem tv-seeren og den medierede mad, og hvorledes denne relation bliver etableret. Her kan man med fordel hente inspiration fra Brønnum Carlsens beskrivelse af den 'æstetiske relation' (2004).⁶ Relationen skal specifikt forstås som den måde, hvorpå mennesket interagerer med maden. Den æstetiske tilgang foregår helt anderledes, end hvis vi gik logisk-analyserende til maden, og den kan ikke oversættes til begreber, men er en tilgang, der forholder sig umiddelbart til skønhed, afsky og oplevelser. Det peger på, at når individet møder maden æstetisk og udtrykker sig enten ved lyst eller afsky, så afsiger vedkommende en dom – en Smagsdom. Og eftersom "menneskets relation til mad kan ses i en mediering af kulturel og videnskabelig forforståelse" (ibid., p. 17), er det særlige ved denne dom, at den også kan opstå inden vedkommende rent fysisk indtager maden. Maden har altså et æstetisk potentiale (ibid.), der opstår i relationen mellem maden og individet, og hvor den visuelle (og for den sags skyld også auditive) repræsentation derfor bliver alfa og omega.

Det, der gør denne beskrivelse interessant for en forståelse af, hvordan madens smag kan medieres, er, at individet bringer forforståelsen med til smagsoplevelsen. Det vil sige, at vi allerede har en smagsvurdering, før vi rent fysisk indtager maden og smager. I overensstemmelse med synæstesiens appel til den følelsesmæssige og sensoriske erfaring bliver det her nødvendigt at se nærmere på, hvad forforståelsen baserer sig på:⁷

- 1) Den kulturelle:
 - hvad siger vores kultur
 - vores sociale liv
 - vores historie
- 2) Den subjektive erfaring:
 - hvad har vi selv erfaret før
 - i hvilke omgivelser har vi erfaret det
 - og var smagen en, der smagte os godt
- 3) Den kognitive (objektafhængige):
 - hvilke kvaliteter har maden
 - og kender vi som spisere til disse kvaliteter

Denne oversigt over forforståelsens elementer indbefatter altså ikke kun den kognitive og subjektive del af smagsdannelsen, men også den bourdieuske Smagsforståelse, som beskrevet tidligere. Her tænker jeg specifikt på den kulturelle Smagsafkodning af maden. Derved appelleres der både til seerens personlige erfaringer med smagsoplevelsen samt vedkommendes forståelse for overordnede kulturelle Smagsdefinitioner.

Men hvor Brønnum Carlsen beskriver forforståelsen som en allerede eksisterende Smagsdom, der bringes til det umiddelbare møde med maden, giver opstillingen ikke noget svar på, hvordan madprogrammet kan appellere til specifikke forforståelser. Endsige hvordan det medierede møde bringer tv-seerens følelsesmæssige og sensoriske erfaringer i spil. Derfor er Wards beskrivelse af den synæstetiske oplevelse og de multisensoriske virkemidler vigtig for definitionen af madprogrammets æstetiske relation, da den åbner op for en forståelse af, hvordan madprogrammet kan appellere til specifikke forforståelser.

Det står tydeligt, at forforståelsen er en væsentlig komponent i madprogrammets smagsformidling. Men det står også tydeligt, at for at kunne etablere en succesfuld æstetisk relation mellem tv-seeren og madprogrammet er det nødvendigt for madprogrammet at operere med en synæstesisstrategi for at italesætte tv-seerens afkodning af den præsenterede mad.

Det står ligeledes klart, at madens smagsæstetik (dvs. madens smagskarakteristika som beskrevet af Korsmeyer) er en væsentlig komponent i madprogrammets æstetiske relation, eftersom en appel til forforståelsen under alle omstændigheder må tage afsæt i madens kemiske smag. Eftersom der hér er tale om en medieret smagsformidling, må en anden væsentlig komponent være de dramaturgiske konventioner, der er forbundet med madprogrammet som genre; altså dem, der sikrer en *mediering af kulturel og videnskabelig forforståelse* og ikke mindst formidler madens smagsæstetik. Madprogrammets æstetiske relation kan derfor kort beskrives som bestående af følgende 3 komponenter: forforståelsen, madens smagsæstetik og genrekonventioner:

Madprogrammets æstetiske relation =

Forforståelsen + madens smagsæstetiske karakteristika + genrekonventioner

Fig. 1

Etableringen af den æstetiske relation mellem den medierede mad og tv-seeren afføder altså en sanselig s/Smagsoplevelse, hvorfor en analyse af relationen vil redegøre for det enkelte programs brug af synæstesisstrategier. Det er altså med afsæt i figur 1, at de to madprogramrækker *Spise med Price* og *Du er hvad du spiser* bliver analyseret for at få en dybere forståelse for madprogrammets sansedramaturgiske greb.

Spise med Price – 10 programmer à 28,30 minutter, DR2 2008

Price – brødrene Adam og James – er programrækkens kokkererende værter. Tonen er især kendetegnet af de to brødres fælles begejstring for mad samt interne konkurrencedrevne ønsker om at bevise deres individuelle evner inden for den kulinariske verden. Dette udmønter sig ofte i en glad og humoristisk tone, men også i kærlige spydige kommentarer til hinandens fremgangsmåder og opfattelser af korrekt madlavning. Brødrenes værtsroller er uden tvivl styret af deres egen madlyst og derfor også holdninger til samt opfattelser af korrekt gastronomi. Begge brødre er anerkendte madanmeldere, hvilket dog ikke betyder, at programmet har en elitær og arrogant tone, tværtimod. Programmet spiller i høj grad på en kulturel intertekstualitet, både ved at hylde det klassiske tv-køkken-format og ved det omfangsrige brug af arkivklip fra bl.a. Conrad og Aksels kronede dage i *TV-køkkenet* (1966-1992), gamle tv-reklamer, *Far til Fire*, historisk arkivmateriale og ikke mindst private 8 mm-optagelser fra brødrenes barndom. Dog er det ikke uden ironiske kommentarer til den tv-tradition, som deres programrække indskriver sig i. Ironien kommer bl.a. til udtryk via Price-brødrenes legende facon, og dette ses især i de indlagte iscenesættelser, der bedst kan beskrives som små sketches. En fast genganger findes i programmernes afslutning, hvor opvaskesituationen er blevet iscenesat. James påbegynder typisk opvasken og Adam, der ellers har tørretjansen, kommer for hvert afsnit med opfindsomme og altid nye undskyldninger for at undgå arbejdet. I denne programrække handler maden først og fremmest om at have det sjovt, om luksus og nydelsen.

Forforståelsen og sensorisk erfaring

Et godt eksempel på programmets forsøg på at skabe en oplevelse af synæstesi finder vi i program 3. Her laver Adam sin egen Ras el Hanout, som er en orientalsk krydderiblanding. Mens Adam informerer om, at Ras el Hanout betyder 'det bedste i butikken', hører vi på lydsiden orientalsk inspirerede toner, der leder seeren hen på forestillingen om orientalsk

gastronomi. Imens træder Adam ud i haven til det lange køkkenbord, hvor han ender i en total ved bordet. Der lægges en sort grafisk ramme hen over billedet, således at der kun er fokus på hans hånd, der tager fat i morteren. I den sorte grafik er der placeret en informationsboks, der fortæller: "Ras el Hanout består nogle gange af over 100 forskellige krydderier. Vi nøjes med 12". På samme tid fortæller Adam, at krydderiblandingen består af mange forskellige krydderier, og tager tørret ingefær ud af en glasbeholder. Det tørrede ingefær bliver hamret til støv, og ved denne hamren zoomer kameraet ind og "skubber" grafikken væk og sørger for, at seerens fokus bliver på morteren. Kameraet tilter op på Adams ansigt, der fortæller instruktøren, at "der er intet, der slår at lave sin egen krydderiblanding. Når man ligesom får lov til at stå med varen i hånden, så ser man også på, hvad det er for noget". Kameraet går ind i et håndholdt nærbillede (denne indstilling følger det meste af denne fremstillingsproces, undtagelsesvis afbrudt af tilt op på Adams ansigt, når han fortæller). Efter at have tilføjet knust kardemomme og kanel i krydderiblandingen, tager han et glas muskatblommer frem. Adam fortæller: "muskatblomme, det dufter sådan lidt gammelt, som en gammel kryddeributik". Senere konkluderer Adam, mens han hamrer ned i morteren, at "det skal have noget temperament det her mad". Adam tilsætter fenikelfrø og fortæller, at det smager af lakrids. Efterfølgende informerer han om, at mange krydderiblandinger smager lidt af karry uden at være karry, "fordi det har mange flere aromatiske ting i sig". Af og til udbryder han: "Ras el Hanout", ledsaget af de orientalske toner. Afslutningsvis løfter han morteren med den færdige krydderiblanding til kameraet, der er tiltet ned i et supernærbillede, så man kan se krydderiblandingen. Adam tager flere små håndfulde af blandingen op og lader det falde langsomt ned i morteren igen, så seeren kan se blandingens støvede tilstand. Blandingen har en karrygul farve, og mens Adam igen siger "Ras el Hanout" i en lettere arabisk tone, ledsages musik siden atter engang af de orientalske toner.

Det er betegnelser som 'gammel kryddeributik', 'karry', 'temperament', 'flere aromaer', de orientalske toner på musik siden, den nøje gennemgang af samtlige ingredienser i denne krydderiblanding og den afslutningsvise fremvisning af krydderiets konsistens, som seeren må trække på, når vedkommende skal fremkalde sig en sanselig smagsfornemmelse. En appel til seerens forforståelse og sensoriske erfaring er tydeligvis i spil her, og selvom man sidder tilbage som seer og ikke decideret kan lugte krydderiblandingen, så har man i det mindste en idé om, hvilken smagsretning det bevæger sig mod. Ligeledes frembringes en fornemmelse for krydderiets støvede konsistens ved at den visuelle del bidrager til en suggestiv formulering af krydderiets tilstand.

Gestikken som tegn på luksus

Luksussen kommer i højsædet i programrækkens sidste afsnit (10), der går under titlen "Blær". I introen erklærer brødrene: "Vi skal lave blærerøvsmaad, blæreretter. Retter som man laver, hvis der er smukke kvinder i selskabet, eller konkurrerende mænd, som også tror, at

de kan lave mad". Første ret er en Creme Ninon – en avanceret ærtesuppe. Efter en introduktion til suppens base fortælles det på lydsiden, at der skal bruges ærter (nærbillede af en stor glasskål halvfyldt med ekstremt grønne ærter i vand, kameraet er i let fugl, så hele den grønne mængde kan ses), og at de skal pureres. Adam fortæller derefter, at "det er en ret, der har den skønhed i sig, at det er nu og her, at den foregår", mens han knipser. Han fortsætter: "Når den bliver serveret, er den dødimponerende, den kan ikke varmes op igen. Det er ligesom, at når det er gjort, så er det gjort, for hvis man varmer en ret op som denne her, der har den smukke farve som de friske ærter, så bliver den brun eller grå, så er det ikke sjovt mere, så det er simpelthen nu og her, det foregår".

Kravene om her og nu-tilberedningen bliver understreget af knipseriet og ikke mindst af kontrastopstillingen mellem de ekstremt grønne ærter i billedet og formuleringen af genopvarmningsprocessens grå-brune forvandling af ærterne. Luksussen ligger så absolut i her og nu-situationen og ved opretholdelsen af den grønne farve.

Det særlige ved retten ligger dog i anretningen, og til denne hører sig flødeskum og champagne. Mens James informerer om dette, illustrerer han flødeskummets cremede tilstand ved at gestikulere en imaginativ og nonchalant pålægning af flødeskummet på suppen, henover den tomme suppeterrin. Herefter klippes der over til et nærbillede af den tomme suppeterrin, som Adams hånd befinder sig i og gestikulerer champagnens boblen ved at vende fingrene opad og bevæge dem. Mens vi på lydsiden hører James fortælle, "når så champagnen kommer ind, så bruser den op" (ordet champagne bliver sagt med en overdrevet fransk accent). Det interessante i denne sekvens er, at formuleringen af råvarernes luksuriøse kvaliteter især formuleres i gestikken og den verbale formidling, uden at retten egentlig er til stede i billedet. Om end ærterne er der og vidner om suppens farve, så mangler vi stadig at se champagnen og flødeskummet. Man kan sige, at sekvensen her formidler en forestilling om madens luksuriøse, boblende og (mærkværdigt nok) også cremede kvaliteter. På den måde har man som seer allerede fået en fornemmelse af madens smagsæstetiske kvaliteter, der derfor skaber en suspense, indtil den færdige ret er præsenteret.

Adams gestikuleren er så at sige en afspejling af det virkelige forløb, som kommer, og bidrager ikke kun til, at vi som seere på det rent intellektuelle plan skal forstå, at dette er luksuriøst – men at vi også skal opleve det på det sanselige plan. Ikke nok med, at vi som seere ikke kan smage og lugte maden, vi får ikke engang lov til at se eller høre den. Alligevel forstår og fornemmer vi som seere, på baggrund af Adams verbale beskrivelser og ikke mindst gestikuleren, godt ærtesuppens smag samt dens boblende og cremede konsistens. Også hér er forforståelsen med dens sensoriske erfaring absolut afgørende for synæstesioplevelsen.

Billedet som målrettet strategi

At programrækken er bevidst om mediets begrænsninger, og at en formidling af madens smagsæstetiske karakteristika derfor nødvendigvis må ske via en målrettet appel til høre- og synssansen, er bl.a. tydeligt i program 6.

I program 6 oplever vi foie gras'ens egenskaber ved, at programmet målretter seerens opmærksom på den visuelle oplevelse. Adam går udendørs for at stege foie gras, og mens han gør klar til stegning, beskriver han, hvor fed den er, ved at fortælle, at den forsvinder fra panden, når man steger den. Inden da skærer han foie gras'en i skiver. Det vises i et såkaldt *foie gras-cam*, det vil sige, at kameraet er lagt i øjenhøjde med og helt tæt på foie gras'en. Dette resulterer i, at for hver gang, Adam skærer foie gras'en, rammer kniven kameraet, hvorved der aflejres fedt på linsen. Her understreges foie gras'ens fede egenskaber visuelt.

Adam sætter det på spidsen ved at gøre grin med stegeprocessens indvirkning på madvaren, når han kommenterer: "man kan næsten stå og tælle kroner, når man lægger den på". Alt imens seeren på billedsiden kan se Adam lave en imaginær bevægelse med hånden, der forestiller foie gras'en trække sig sammen og blive mindre. Efterfølgende smider Adam skiverne på den varme stegepande, hvor foie gras'ens fede egenskaber igen, i et lettere tiltet nærbillede af panden, bliver tydeliggjort visuelt. Foie gras'en bliver straks mindre, og Adam kommenterer: "I kan se, hvordan foie gras bliver mindre. Den svinder ind". I tillæg bidrager også lydsiden til oplevelsen, da man hører retten syde. Efterfølgende tager Adam foie gras'en af panden og lægger den over på et viskestykke for at dryppe af. Foie gras'en er i mellemtiden svundet ind til halv størrelse og efterlader stadig fedtplamager på viskestykket, hvilket bekræftes af Adam, der siger: "og der er meget fedt på".

Ved gentagne gange verbalt at henvise til den visuelle oplevelse af foie gras, og ved at benytte sig af hhv. foie gras-cam og af et nærbillede af panden, hvor vi ser foie gras'en svinde ind, samt vise de fedtede aflejringer i viskestykket holder programmet seeren visuelt i skak. For helt at forstå, hvor fed foie gras er, og derved få den rette sanselige oplevelse af madvaren, bliver seeren altså nødt til at kigge koncentreret. Den målrettede appel til den visuelle sans bliver her en synæstesi-strategi for at skabe en oplevelsesmæssig formidling af foie gras' særlige fede karakteristika.

Opsamling

Programrækken *Spise med Price* arbejder i høj grad med synæstesioplevelsen. Både ved den verbale formulering af madens smagsæstetiske karakteristika og den suggestive gestikulerende formidling af madens tilstandsformer (creme ninon). Men også ved at appellere målrettet til f.eks. den visuelle oplevelse (foie gras). Musikken bruges derudover også aktivt for at målrette seerens smagsorientering, som i eksemplet med den marrokanske krydderiblanding Ras el Hanout, hvor den orientalske musik skal henlede seerens opmærksomhed på østen. Selvom man som seer ikke kan indtage og smage eller for den sags skyld lugte retterne, så bidrager den visuelle æstetik, og også brødrenes imaginative gestik, til en fornemmelse af f.eks. ærtesuppens luksuriøse kvaliteter. I disse eksempler afhænger den succesfulde formidling i høj grad af, hvorvidt programmerne formår at appellere til seerens forforståelse og sensoriske erfaring med smagsretninger. Derfor kræver disse programmer også af seeren, at de til en vis grad bringer en gastronomisk forforståelse med til programmet. Den æstetiske formgivning

af maden er tydeligvis ikke uden betydning for den sanselige – og derved synæstetiske oplevelse af madens smag. Dette bliver især evident i programrækken *Du er hvad du spiser*.

Du er hvad du spiser

– 3 sæsoner, 29 programmer à 40 minutter, TV3 2005-2006

Udgangspunktet for disse programmer er, at samtlige medvirkende spiser dårlig kost, og at de i kraft af det både lider fysisk og psykisk. Programmets tilgang er, at de medvirkende har en forkert kostforståelse og derfor, via programmets forløb, skal igennem en forandringsproces, som ikke bare gælder kroppen (der bliver sundere, hvilket ses ved, at de taber sig), men også den mentale forståelse af, hvad der er god og dårlig mad. Kostekspert Lene Hansson er programmets spydige og konfrontatoriske vært, som ikke skyr nogle midler, når det gælder om at formidle hendes budskab om, at sund mad er god mad. Programrækken er især kendetegnet ved, at samtlige programmer benytter sig af en gentaget situationsspecifik iscenesættelse af maden, som når deltagerne f.eks. konfronteres med deres ugentlige madindtag (se næste afsnit). *Du er hvad du spiser* benytter sig i høj grad af synæstetiske strategier, der baserer sig på, at den audiovisuelle præsentation af maden bevæger sig inden for en formgivet/formopløst- og ufordøjet/fordøjet-dikotomi. Denne fremstillingsform peger tilbage på den klassiske forståelse af æstetik, hvor den kulturelle gode Smag vurderes på baggrund af, hvad der er skønt og behageligt for øjet. Det betyder, at programrækken arbejder med en synæstetisk strategi om, at når noget ser ulækkert ud, så er det ensbetydende med, at det smager dårligt og vice versa. Hvor *Spise med Price* især handler om at nyde maden, handler *Du er hvad du spiser* primært om, hvilke madvarer man ikke skal nyde. Derfor er nydelse en væsentlig strategi for denne programrække – og dette i kraft af dens fravær, som næste afsnit vil beskrive.

Fjernelse af nydelse som en synæstetisk strategi

En af programrækkens grundpiller er fremvisningen af det usunde bord, hvor de medvirkende konfronteres med en uges madindtag. På dette bord bliver de enkelte madvarers kulinariske egenskaber og potentielle indvirkninger på hinanden ikke tilgodeset, i og med at maden præsenteres i en sammenblandet masse. Dette er dog en bevidst strategi for at fremstille den usunde mad så uappetitlig og utiltalende som muligt. Et eksempel herpå finder vi i programmet med søstrene Ane og Helle. Da de præsenteres for deres ugentlige madindtag, klippes eksempelvis til et nærbillede af en tallerken. Herpå er placeret tre kartofler, seks stykker chokolade, en halv banan, en halv pølse, en håndfuld chips, en cookie, en håndfuld pommes frites, tre cherrytomater og en chokoladestang plus tre pastiller. Senere klippes over til et tilet supernærbillede af et glas *Miracel Whip*, hvor mayonnaise-massen er væltet ud på bordet. Herpå er placeret en pølse, og ned over pølsen vælter det med chokopops.⁸ Denne rodede og kulinarisk katastrofale sammensætning har udelukkende ét

formål, og det er at bidrage til seerens forståelse af, hvor ulækkert lige netop denne mad er. Formålet er at gøre maden så utiltrækkende som muligt.

I præsentationen af maden trækkes der på seerens forforståelse af, at man ikke opnår en nydelsesmæssig spiseoplevelse ved at blande madvarerne sammen. Fremstillingsformen trækker altså alligevel på de respektive madvarers smagsæstetiske kvaliteter for at appellere til seerens forforståelse af, hvad der kulinarisk set passer sammen. Men ved at fremstille maden i en rodet masseform "overdøves" den enkelte madvares kulinariske egenskaber, hvorved de respektive madvarer forsvinder i massen. Den synæstetiske strategi er derfor både at referere visuelt til madens smagsæstetiske karakteristika for at få seerens forforståelse i spil, men også at skabe en fremstillingsform, der så at sige italesætter seerens synæstesioplevelse som nydelsesløs. Den nydelsesløse synæstesioplevelse bakkes efterfølgende op af billedsiden, der afslører søstrenes chokerede og frastødte reaktioner på maden. Her er det tydeligt, at programmet også benytter sig af den følelsesmæssige mirror-synæstesi for at få seeren til at forstå gennem en oplevelse af, hvor frastødende maden er. Det vil sige, at programrækken i denne sammenhæng benytter sig af to synæstestrategier. En er fremstillingsformen af maden, hvor seeren selv trækker på en forforståelse af, hvad der er kulinarisk acceptabelt, og en anden er en følelsesmæssig afspejling af oplevelsen. Strategierne bakker hinanden op, hvorved nydelsesaspektet bliver hevet fuldstændig ud af madvarerne.

Brugen af mirror-touch-synæstesi

Konfrontationen med det usunde bord efterfølges af en eksemplificering af, hvad én enkelt dags måltider eller ét enkelt måltid alene i deres tilfælde indebærer. I programmet med Hanne sker det ved, at Lene beder Hanne om at række hænderne frem med håndfladerne opad. Herpå lægger Hansson to skiver hvidt toastbrød, gul karrysalat, en bleg lyserød skinke, to stykker farveløs skiveost, en mast flødebolle, tre skiver bacon, et stykke chokolade og afslutningsvis nogle rejer, hvorefter hun klapper det hele sammen. Processen afsluttes i et nærbillede af Hannes hænder, hvor vi ser karrysalaten flyde ud mellem fingrene. Madvarernes farver er hovedsageligt inden for spektret hvid, lyserød og lysegul. Og på trods af, at lyserød er rejernes naturlige farve, fremstår de ikke i et tiltalende perspektiv, da de blandes sammen med de andre madvarer. Desuden er kontrasterne i den grad hevet ud af billedet, sådan at farverne på samtlige madvarer fremstår som kunstige. Eftersom seeren både ser Hannes reaktion og den karrygule masse, der flyder ud mellem fingrene, er det kun madens utiltalende egenskaber, som seeren præsenteres for i fremstillingsformen.

Da fokus er på Hannes hænder, sættes mirror-touch-synæstesien i effekt, da der er tale om, at programmet appellerer til seerens sensoriske erfaringer med at have fed og klæbrig mad i hænderne. Det vil sige, at programrækken, via den audiovisuelle iscenesættelse af madens egenskaber, benytter sig af en taktile synæstestrategi for at fremhæve madens fedtede og sammenblandede egenskaber. Ved at appellere til en taktile sanseoplevelse er der, via den sensoriske erfaring, ikke langt fra forestillingen om at have det fedtede og klæbrige

i hånden til at have det i munden. Programrækkens fremstilling af madens smagsæstetiske karakteristika sker derfor hovedsageligt i den uæstetiske præsentation af maden, da der i et meget lille omfang bliver talt om, hvordan maden rent faktisk smager. I dette tilfælde er selve smagen i princippet også underordnet, for programmets pointe er at vise, hvor fedtet, klæbrig og ulækker maden er – og denne oplevelse ligger hovedsageligt i den taktile sansoplevelse, hvorfor mirror-touch-synæstesen er en bevidst strategi.

Opløsning af form som udtryk for den ulækre mad

Madens tilstandsform er derfor af afgørende betydning for den visuelle aflæsning, som synæstesioplevelsen forudsætter. Det synes indlysende, men pointen har sin væsentlighed her, da programrækken ofte går ind og opløser madens tilstandsform for at frembringe en bestemt synæstesioplevelse.

I programmet med Lonnie og Carsten går programrækken til ekstremerne, når det gælder opløsningen af madens formmæssige karakteristika. Da Carsten godt kan lide at spise, er hans største problem, at han ikke kan finde ud af at stoppe med at spise. Dette resulterer ofte i, at han går ud og kaster op efter måltiderne. Da Carsten konfronteres med det daglige madindtag, ønsker Lene derfor at illustrere, hvordan maden blander sig sammen nede i hans mave. Mens hun læser op fra Carstens maddagbog, beder hun ham derfor om at tage de tilsvarende madvarer og hælde dem op i en blender. Det bevirker, at Carsten må hælde ost, rullepølse, ristede løg, frikadeller, rødkål, Tic Tac og til sidst Pepsi Light ned i blenderen. I denne sekvens bevæger kameraet sig i bølgende og diagonale bevægelser, og der klippes skiftevis fra det ene diagonale billede af en madvare til det andet. Det betyder, at billederne får en søsyge-fremkaldende effekt, og eftersom blenderen aldrig står vinkelret i billedet, bidrager det derfor visuelt til en oplevelse af, at blenderens indhold konstant er ved at vælte ud af billedets ene side. Inden Carsten hælder sodavandet i, præsenteres seeren i et halvnærbillede for blenderens indhold. Lene beder datteren om at tænde for den, hvorefter indholdet bliver til en klumpet og flydende grå-brun masse.

Her er der foretaget en mekanisk opløsning af madens tilstandsformer, hvorved madens ingredienser er blevet uidentificerbare i kraft af deres formløshed. Lene hælder det op i et plastikbæger, hvorefter datteren udbryder: "ad, det ligner bræk", og faderen samstemmer: "det er for klamt, det der!" Datteren og Carsten reagerer lige præcis som tiltænkt. De reagerer æstetisk på maden. De vurderer madens kvaliteter på dens udformning, eller, rettere sagt, formopløsning. Det vil sige, at når maden fremstilles ulækkert, så skal det i denne programrække også forstås som, at det er det, og derved smager ulækkert.

Den synæstetiske smagsoplevelse bliver efterfølgende skarpvinklet i beskrivelsen af massens lugt, da Lene rækker Carsten koppen. På billedsiden ser vi Carsten i halvtotal, der holder koppen væk fra kroppen, mens hans kone og børn kigger skeptisk fra billedets venstre side. Koppen er overfyldt, og det bobler nærmest over dens kanter. Mens kameraet går ind i et nærbillede af Carsten lugter han til koppen med et skeptisk blik, hvortil Lene spørger: "er

det også sådan, det lugter, når det kommer op?” Carsten svarer: ”ja, det gør det, det er for ulækkert, det skider jeg på”. Samtalen mellem de to afsluttes ved, at der på lydsiden indlægges en lydeffekt af en prut.

Den synæstetiske smagsoplevelse baserer sig altså på madens formopløsning, på en visuelt uæstetisk oplevelse, en verbal karakterisering af madens lugt som bræk og afføring (*skider jeg på*) og en auditiv understregning i form af en pruttelyd.

Ved på denne måde visuelt, auditivt og narrativt at præsentere maden som opkast eller afføring – idet den både ligner, lyder og bliver omtalt som sådant – arbejder den æstetiske Smagsdom også inden for en ufordøjet/fordøjet-dikotomi. Den ulækre mad bliver her fremstillet i en opløst og fordøjet form, og den skal også opleves sådan. Dette bliver kun understreget af, at de medvirkende efterfølgende sendes til tarmskyllning, hvilket seeren også får lov til at følge med i. Seeren skånes ikke for at se de medvirkendes afføring, tværtimod går kameraet ind i et nærbillede af de plastikrør, som afføringen bevæger sig igennem, alt imens den tilstedeværende ekspert kommenterer afføringens konsistens, omfang og farve inden for kostparametre. Her har den usunde mad opnået den ultimative formopløsning, og der er ikke tvivl om, hvordan den æstetiske Smagsdom skal placere sig.

Den usunde kost skal altså opleves i den formopløste og fordøjede form – der altså er lig afføring, hvilket inden for en ”ulækkerheds-skala” nok vil toppe som én af de mest ulækre tilstande, noget overhovedet kan være i.

Madprogrammets skabelse af en synæstesioplevelse baserer sig altså visuelt på en æstetisk Smagsvurdering af maden. Næste afsnit vil uddybe, hvordan programrækken arbejder inden for en formopløst/formgivnings- og fordøjet/ufordøjet-dikotomi, ved at kigge på, hvordan den æstetiske Smagsvurdering bruges til at italesætte den sunde mad som lækker.

Formgivning som udtryk for den lækre mad

Ved præsentationen af det lækre bord er kameraindstillingerne lig dem vi ser ved det usunde bord. Opstillingen af det sunde bord består hovedsageligt af meget grønne, røde, orange og gule råvarer, til forskel for det usunde, der hovedsageligt består af matte og gul/hvide/lyserøde/brune færdigretter. Råvarerne præsenteres enten i oprindelig form, hvilket betyder, at der f.eks. ikke er fjernet stængler fra tomater eller grøntduske fra gulerødderne. Eller også er de halveret, så det er indersiden af råvaren, der viser dens kulinariske kvaliteter. Her er f.eks. tale om en halveret vandmelon, hvor man kan se det højrøde og saftige kød med sten. Råvarerne fremstilles i deres oprindelige, ufordøjede form. Det peger på, at det skønne allerede pr. automatik, og fra naturens side, er indlejret i grøntsagernes og frugternes formfuldendte tilstand, hvilket underbygger, at den æstetiske dom i disse programmer skal forstås på baggrund af råvaretilstands-parametre.

I præsentationen af det sunde bord ledsages lydsiden ofte af bossa nova-rytmer, som giver en let og festlig stemning. Derudover er der indlagt en gentagende lydeffekt, der bedst kan beskrives som den lyd, der fremkommer, når man kapsler en flaske dansk vand op.

Dette efterfølges af en *ahhh-lyd*, som om vedkommende lige har taget en forfriskende tår. Det bidrager yderligere til en let opløftet og frisk fornemmelse af livsstilsomlægningen.

Det, at lydsiden indeholder bossa nova-rytmer og lethedskonnoterende lyde, fungerer her som en betydningstillægelse til råvarernes oprindelige form, hvorved de formgives yderligere. Den synæstetiske strategi, som programmet opererer med her, baserer sig altså ikke så meget på en fremhævelse af madens smagsæstetiske karakteristika og derved appel til seerens smags-sensoriske forforståelse. Der er snarere tale om, at madens fremstillingsform æstetiseres for den visuelle nydelses skyld. Det vil sige, at det, der ser lækkert ud, også skal forstås som lækkert. Derfor gøres der heller ikke meget ud af at forklare, hvordan madens smag har betydning for, hvorvidt maden er lækker eller ulækker. Nydelsen ligger alene i præsentationsformen, hvorfor Smagsdommen også tager udgangspunkt i dette. Den synæstetiske oplevelse baserer sig altså hovedsageligt på seerens forforståelse af, hvad der er en visuel æstetisk nydelse.

I programmet med Thomas og Anja ser vi, hvordan den visuelle fremstilling af maden har afgørende betydning for den synæstetiske smagsoplevelse. På grund af Thomas' høje vægt og dårlige ånde (hvilket hans kostvaner er skyld i), har han og Anja problemer med sexlivet. Her præsenteres Thomas for madvarer, hvis tiltalende kvaliteter bliver formuleret på baggrund af en seksualiseret og nydelsesmæssig vinkling af maden. Voice-over'en informerer om, at Lene specielt har udvalgt to retter, der "indeholder ingredienser, der påvirker dannelsen af kønshormoner, og det giver mere styrke, mere udholdenhed, det styrker hjertet og stimulerer seksualiteten". På billedsiden ses Lene og Thomas lave mad i køkkenet, klippet i collageform, mens der på lydsiden er bossa nova-rytmer. Der klippes ind i et nærbillede i let fugl af Thomas, der snitter avocado og koriander, hvorefter han placerer det i en glasskål. Efterfølgende hælder Lene kokosmælken ned i ingredienserne. Collagen afbrydes af Lene, der kommenter: "så der kan komme lidt gang i lagnerne", hun smiler til ham og siger: "jeg har prøvet det et par gange". Hvorefter musikken igen tager til, og der klippes til et nærbillede af Thomas, der blander den grønne suppe med avocado og koriander. Dette igangsætter en længere collage af den samlede tilberedningsproces, hvor vi ser hver enkelt ingrediens til wokretten blive snittet, og retten smagt til, mens der på lydsiden høres bossa nova.

Hele billedsiden er især kendetegnet ved nærbilleder af friske og mættede grønne farver, og den trinvis visuelle gennemgang af ingredienserne giver de enkelte råvarer en unik plads i collagen.

Sammenligner man den blendede avocadosuppe med den blendede mad fra eksemplet med Carsten, er det interessant at se, at der i virkeligheden er tale om to tilfælde af formopløst mad. Den blendede avocadosuppe adskiller sig dog kraftigt fra den anden blendede masse (ud over at den selvfølgelig er grøn og den anden brun) ved stadig at fremstå som en æstetisk nydelse. Her kommer formgivet/formopløst-dikotomien tydeligt i spil. Forskellen ligger både i den visuelle fremstillingsform, lydsidens meningsbidrag og den verbale italesættelse. Hvor der i tilfældet med Carstens madindtag bliver filmet i bølgende, diagonale bevægelser for at fremkalde en søsygeeffekt, og lydsiden bliver ledsaget af pruttelyde og

chokreaktioner, hvilket ledsages af de medvirkendes ansigtsudtryk, der tydeligt afslører væmmelse, så bliver den blendede avocadosuppe præsenteret helt anderledes.

Avocadosuppen indledes med en collage af Thomas, der omhyggeligt snitter avocado og koriander, inden han lægger det i skålen. Det vil sige, at der, via collageformen, gøres brug af en teksttype, som understreger og bibeholder samtlige råvarers karakteristika via fremhævelsen af deres tilstedeværelse forud for, at suppen bliver blendet. Musikken og den seksualiserede italesættelse af suppen bidrager til præmissen om, at sund mad er nydelsesværdig, da den seksuelle akt af mange betragtes som en af de mest sanselige og nydelsesfyldte oplevelser.

På trods af, at der her er tale om, at avocadosuppen er blendet og i sin fysiske tilstand formopløst, så har collageformen, musikken og den seksualiserede italesættelse formgivet madens betydningsindhold. Den æstetiske nydelse af maden ligger derfor i den synæstetiske oplevelse, der her trækker på seerens forforståelse og sensoriske erfaringer med nydelsesakten – nydelsen ved indtagelsen af en avocado-/kokosmælk-/koriandersuppe, men også i den seksuelle akt. Sex bruges altså her som en synæstetisk strategi i formidlingen af madens sunde og lækre kvaliteter. Præmissen er altså: det, der er rart for kroppen, er også godt for kroppen.

Opsamling

Programrækken *Du er hvad du spiser* arbejder især med to præsentationsdikotomier i den synæstetiske formidling af maden som enten usund eller sund. Den første er formopløst/formgivet, og den anden er fordøjet/ufordøjet. Ved at formopløse og tilintetgøre den usunde mad, bl.a. ved hjælp af en blender, mister maden ikke kun sin visuelle, æstetiske værdi, men også enhver visuel reference, som seeren, via forforståelsen, kan trække på i den forestillingsmæssige frembringelse af madens smagsæstetiske karakteristika. I stedet må seeren hente informationer fra den verbale italesættelse og auditive betydningstillægelse, som programrækken benytter sig af. Det er her fordøjet/ufordøjet-dikotomien træder i kraft. For ved at fremstille den formopløste mad i fordøjelsestermer sidestiller programrækken den usunde mad med afføring eller opkast. Ikke nok med, at dette bidrager til den uæstetiske oplevelse af den formopløste mad, og programrækken derfor benytter sig af den klassiske æstetikforståelse som tegn på god Smag. Det bidrager også til en ubehagelig erfarings-sensorisk oplevelse med beskrivelsen og/eller synet af opkast og afføring.

Det, der altså fremstår i uæstetisk tilstand, smager derfor heller ikke godt. Og vice versa. Det, som fremstår i sin formfuldendte og i dette tilfælde ufordøjede tilstand, ser derfor ikke kun æstetisk indbydende ud, dets æstetik er også et tegn på, at det smager godt. Man kan derfor sige, at madens smagsæstetiske karakteristika bliver formidlet via en visuel, æstetisk oplevelse af maden som værende skøn eller uskøn.

For at nå frem til dette arbejder programrækken med flere synæstetiske strategier. Der appelleres til de sensoriske erfaringer med f.eks. fedtet og klistret mad, og der arbejdes også

med mirror-synæstesi og den følelsesmæssige spejling i skabelsen af den overordnede synæstetiske oplevelse. Det retter fokus mod, at når maden formgives æstetisk, så følger der en skønhedsvurdering med maden, som validerer dens kvaliteter. Når maden til gengæld formopløses, giver dette et uæstetisk bidrag til synæstesioplevelsen. Det vil sige, at denne synæstesioplevelse tømmes for enhver forestilling om nydelse, hvorved den usunde mad mister sin tiltrækningskraft og dermed validitet.

Konklusion

Artiklen indleder med at spørge: "Hvordan formidler madprogrammer på tv madens smag? Hvornår får jeg en sanselig smagsoplevelse? Og hvordan kan det i det hele taget lade sig gøre for et madprogram at formidle en smagsoplevelse, når de to vigtigste sanser – nemlig smags- og lugtesansen – ikke er i spil?" Svaret er, at madprogrammet benytter sig af sanselige strategier – nærmere bestemt synæstesen – i den vellykkede etablering af en æstetisk relation mellem tv-seer og den medierede mad. I overensstemmelse med madprogrammets overordnede Smagsforståelse tager formidlingen udgangspunkt i specifikke smagsæstetiske karakteristika i maden og gør dem til værktøjer i den audiovisuelle afvikling af synæstestrategier.

Hvad der æstetisk opleves som skønt, skal i tilfældet med madprogrammer forstås som, at det smager godt. Og hvad der opleves uæstetisk, skal derfor også forstås som, at det smager dårligt. En uddybelse af den smagsæstetiske oplevelse sker til gengæld via synæstesen. Det kan derfor konkluderes, at oplevelsen af synæstesi bliver brugt af madprogrammerne som en medieret strategi. Hvor synæstesen er en generel kognitiv og sensorisk erfaring, så er programmernes iscenesættelser af maden en medieret appel til specifikke forforståelser, hvorved en aktivering af synæstesioplevelsen finder sted.

I forlængelse heraf ville det være interessant at uddybe analysen med empiriske undersøgelser af synæstesioplevelsen og herunder tage et nærmere kig på, hvilken type oplevelser tv-seeren har i forbindelse med madprogrammer.

Referencer

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction – A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press. (Original work published 1979).
- Carlsen, H.B. (2004). *Æstetiske læreprocesser med hensyn til mad og måltider*. København: Institut for Pædagogisk Filosofi.
- Carlsen, H.B. (2008): Smagens selekterende sanselighed – Madens æstetiske kommunikation. *Kulturo – Tidsskrift for Moderne Kultur*, 26, 38-42.
- Hansen, B.L., Søltoft, M., & Larsen, G. (2003). Sanseliggørelse. *Magasinet Fremtidsorientering*, 6. Kbh.: Institut for Fremtidforskning.
- Korsmeyer, C. (1999). *Making sense of taste*. New York: Cornell University Press.

- Raagaard, K.T. (2009). *Madprogrammets sanselige Smagskonstruktion*. Speciale ved Københavns Universitet, Afdeling for Film- og Medievidenskab.
- Ward, J. (2008). *The frog who croaked blue*. London: Routledge.

Noter

1. Artiklen er skrevet på baggrund af mit speciale *Madprogrammets sanselige Smagskonstruktion*, Københavns Universitet 2009. For en definition af madgenren og yderligere diskussion af s/Smagsbegrebet henvises derfor til specialet.
2. De tre fremtidsforskere Birthe Linddal Hansen, Maj Søltøft & Gitte Larsen (2003, p. 6) beskriver i artiklen "Sanseliggørelse", hvordan individet i stigende grad efterspørger en sanselig oplevelse af forbrugsgoder.
3. Synæstesi er noget, nogle mennesker i samfundet har, og det kan have mange former. Et af de mest typiske eksempler er personer, der oplever en farve-tal-kombination (at forestillingen om tallet '7' f.eks. bliver ledsaget af farven gul). Ward skelner mellem at have en synæstesioplevelse og så reelt at have synæstesi. Forskellen ligger i, at det ikke er alle personer, der går gennem hverdagen og f.eks. ser tal og bogstaver i farver eller form. De personer, der gør det, har synæstesi, og for dem er det ganske normalt. For dem, der ikke har synæstesi, kan farve-tal-kombinationen synes mærkelig, men til gengæld har de momentvis synæstesioplevelser (som f.eks. når man hører musik og ser billeder for det indre øje).
4. Carlsen, 2004, p. 39-41.
5. Idéen med at differentiere mellem smag og Smag ved hjælp af forbogstaverne er hentet fra Carolyn Korsmeyer (1999, p. 38).
6. I beskrivelsen af den æstetiske relation er der hentet inspiration fra Helle Brønnum Carlsens beskrivelser af mødet mellem mennesket og maden. Carlsens definition arbejder dog med det direkte og ikke det medierede møde med maden. Derfor er der i denne artikel specifikt tale om 'madprogrammets æstetiske relation'.
7. Opstillingen er hentet fra Carlsen, 2004, p. 18.
8. Det er et morgenmadsprodukt af cerealie-typen.

Katharina Thordis Raagaard
Cand. mag. i Medievidenskab
katharinathordis@yahoo.dk