Taste is King

Forfattere: Lisa Hansen
Redaktør: Thomas Brahe
Faglige temaer: Reklamer, Ordforråd, Madkultur
Kompetenceområder: Kultur og samfund, Mundtlig kommunikation, Skriftlig kommunikation



Introduktion:

I denne aktivitet skal eleverne igennem en række øvelser, der fokuserer både på mundtlighed, skriftlighed og kultur og samfund. Målet med aktiviteten er, at eleverne får mulighed for at bruge deres allerede konsoliderede ordforråd både mundtligt og skriftligt, samtidig med at de også bliver introduceret til onomatopoietikon. Afslutningsvis får de mulighed for at bruge deres kulturelle viden, hvor målet er, at eleverne bliver i stand til at kunne vurdere engelsksprogede tekster i forhold sprog og genre. I denne sidste del er der taget i udgangspunkt i to udvalgte reklamer. For inspiration til andre reklamer, der ligeledes kunne benyttes, henvises der til det uddybende afsnit.

NORDEA FONDEN
Vi støtter gode liv

Aktivitet med dialogoplæg og billeder

1 Start aktiviteten med "hangman" på klassen og gem ordet: "onomatopoeia" (= onomatopoietikon: sprogvidenskabelig betegnelse for ord, der efterligner en lyd, som ikke tilhører sproget. I dansk fx kattens *mjav*, hanens *kykliky*, klokkens *ding dang*, nysets *atju*. Som lydefterlignende fornemmes også ord som *mmm, kvidre, skratte, gurgle* o.l. Kommer fra græsk: onoma = "navn" eller "ord", og poiein = "skabe"). For beskrivelse af "hangman" henvises der til det uddybende afsnit. Når eleverne har gættet ordet, tages der en kort snak med klassen om hvad ordet betyder (jf. ovenstående beskrivelse).

2 Drøft derefter i plenum, hvilke *onomatopoietika*-ord, der kan bruges om smag. Skriv disse op på tavlen. Det er vigtigt, at ordene er synlige for eleverne, da de skal bruge dem i de efterfølgende øvelse. Eksempler:

a. Munch
b. Crunch
c. Slurp
d. Mmm
e. Ahh
f. Yummy
g. Nom nom nom
h. Eew
i. Fizz
j. Yuck
k. Nibble
l. Gobble

3 Del herefter smagsprøve 1 ud til eleverne (se mere under forberedelse).

4 Spørg eleverne om, hvilke onomatopoietika de kan bruge til at beskrive smagen af dette. Det er vigtigt, at der er plads til forskellige oplevelser, både positive og negative.

5 Del herefter smagsprøve 2 ud til eleverne.

6 Spørg eleverne om, hvilke onomatopoietika de kan bruge til at beskrive smagen af dette. Det er vigtigt, at der er plads til forskellige oplevelser, både positive og negative.

7 Del herefter smagsprøve 3 ud til eleverne.

8 Spørg eleverne om, hvilke onomatopoietika de kan bruge til at beskrive smagen af dette. Det

	er vigtigt, at der er plads til forskellige oplevelser, både positive og negative.
9	Del herefter eleverne ind i par, og del de udklippede "cue cards" ud (kopiark 1). Eleverne skiftes til at tage et kort fra stakken. Hvert kort illustrerer en madvare. Eleven skal nu: • sætte ord på (på engelsk), hvordan madvaren smager • udvælge, hvilke onomatopoietikon/"lydord" der kan bruges om det, når det spises • fortælle andre ting, der kan bidrage til beskrivelsen (fx hvis det kan indgå i en ret). • Makkeren skal ud fra beskrivelsen gætte, hvad billedet viser. Eleverne skal altså her både bruge ordforrådet, der er arbejdet med i de foregående aktiviteter, samt de nye lydord.
10	Som lærer bevæger du dig rundt imellem parrene imens. Observér og støt eleverne, hvor det er nødvendigt. Giv eleverne 7-10 minutter til dette.
11	Et par minutter inden eleverne er færdige, skriver du nedenstående tekst på tavlen eller smartboard, så alle elever kan se teksten. **„No one can stop me when I taste the feeling** **Nothing could ever bring me down** **No one can stop me when I taste the feeling** **Nothing could ever bring me down"**
12	Når eleverne er færdige med deres cue-cards, samles disse ind.
13	Læs derefter teksten fra tavlen højt for eleverne.
14	Drøft med eleverne, hvor teksten kan stamme fra m.m. (se dialogforslag nedenfor). Drøft, hvordan reklamen påvirker os, og hvilke elementer den benytter i forhold til smag. Kig også nærmere på ordklassen for ordet "taste". Eleverne kan muligvis genkende teksten. Bed dem vente med at afsløre dette, hvis de ved, hvor teksten kommer fra (fra Coca Cola-reklamer). "So, what does this text remind you of? If you know where it's from, please wait with saying it. What kind of associations does the text give you? Where do you think the text comes from? "Taste the feeling" è what does that mean? What feeling do you think they are talking about?" ***(Hvis eleverne ikke ved, hvor teksten er fra, afspilles nedenstående klip UDEN video. Se derefter, om eleverne kan gætte det. Hvis de allerede har gættet det, afspilles klippet med video):***

"Do you like the commercial? Why/why not? When Coca Cola uses a sentence like "Taste the feeling" – is it an actual taste, like the ones we have discussed? E.g. sweet, bitter, salty etc.? Let's look closer at the word taste. What wordclass does it belong to when it is used in this sentence: „Taste the feeling"? -> It is used as verb in the imperative" (bydeform).

"What kind of message does that send to us as viewers when "taste" is used in the imperative? -> They encourage us to actually taste it, and thereby wanting us to be active, instead of "just" explaining how great it is. It has another effect that way. What other wordclass could the word "taste" belong to? è It can also function as a noun. How could the sentence be rephrased, if "taste" had to be used as a noun? -> E.g. "The best taste", "The feeling of good taste" etc. "

"Let's look at another commercial, where the word "taste" is very central as well: Burger King -> Taste is King ->

"How does Burger King use the word? (what word class?). How does the meaning change when they use it as a noun instead of a verb?"

"What is characteristic about both slogans? -> They both are very short, with only three words. Both of the slogans can be incorporated in longer sentences: E.g. "No one can stop me when I taste the feeling" and "Only at Burger King where taste is king"."

15 Inddel igen eleverne i par og uddel kopiark 2. Bed parrene om at lave deres egne slogans til de tre forskellige produkter. Deres slogans skal indeholde ordet "taste", være korte (3-5 ord) og kunne fungere som en del af en længere sætning.

16 Drøft elevernes slogans i plenum, og gå de tre produkter igennem. Drøftelsen kan indeholde et eleveksempel pr. produkt eller flere eksempler, alt afhængigt af hvor meget tid der er.

Forberedelser

- Medbring smagsprøver til alle elever:
  - Smagsprøve 1: noget knasende – fx nødder, kiks eller gulerøder
  - Smagsprøve 2: noget sødt – fx banan, rosiner eller figenstang
  - Smagsprøve 3: noget varmt der kan drikkes (husk at medbringe plastikkrus) – fx the, kakao eller drikkesuppe
- Kopier og udklip kopiark 1
- Kopier kopiark 2
- Gå lydordene igennem, så betydningen er klar

- Se de to YouTube-klip og sørg for, at de er klar til hurtig afspilning (OBS: som det ses i dialogforslaget, er der mulighed for, at det ene klip skal afspilles uden video. Sørg for at være forberedt på dette).

Læringsmål

I denne aktivitet skal eleverne igennem en række øvelser, der fokuserer både på mundtlighed, skriftlighed og kultur og samfund. Målet med aktiviteten er, at eleverne får mulighed for at bruge deres allerede konsoliderede ordforråd både mundtligt og skriftligt, samtidig med at de også bliver introduceret til onomatopoietikon. Afslutningsvis får de mulighed for at bruge deres kulturelle viden, hvor målet er, at eleverne bliver i stand til at kunne vurdere engelsksprogede tekster i forhold sprog og genre. I denne sidste del er der taget i udgangspunkt i to udvalgte reklamer. For inspiration til andre reklamer, der ligeledes kunne benyttes, henvises der til det uddybende afsnit.

Fra Fælles Mål sigtes mod i hvert fald disse videns- og færdighedsmål (efter 9. klassetrin):

Mundtlig kommunikation

- Eleven kan deltage i længere, spontane samtaler og argumentere for egne synspunkter på engelsk

  - Færdighedsmål – samtale: Eleven kan indgå i spontane samtaler om forskellige emner i et sprog, der passer til situationen

Skriftlig kommunikation

- Eleven kan forstå og skrive længere, sammenhængende tekster med forskellige formål på engelsk

  - Færdighedsmål – samtale: Eleven kan udtrykke sig skriftligt afpasset formål

Kultur og samfund

- Eleven kan agere selvstændigt i internationale kulturmøder på baggrund af forståelse af kulturelle og samfundsmæssige forhold

  - Færdighedsmål – tekst og medier: Eleven kan vurdere engelsksprogede tekster i forhold til genre og sprogbrug

Uddybende

I denne aktivitet introduceres eleverne til onomatopoietikon via spillet "Hangman", også kaldet *galgespil* på dansk. Her følger reglerne og beskrivelsen af spillet:

Hangman er et spil for to eller flere spillere. Én vælger et ord som resten skal gætte. Antallet af bogstaver i ordet angives på tavlen med streger. Er ordet fx "bog" laves der tre streger. Spillet går derefter ud på at resten af spillerne skal gætte ordet ved at gætte på, hvilke bogstaver der er i ordet. Der gættes på skift ét bogstav ad gangen. Hvis der gættes et korrekt bogstav, skrives dette på den rigtige streg. For hvert forkert gættet bogstav tegnes der en del af en galge med en hængt mand. Opgaven går altså ud på at gætte hele ordet eller sætningen, inden tegningen bliver færdiggjort. Mængden af streger, der bliver tegnet for hvert forkert gæt, og tegningens kompleksitet kan varieres for at give spillerne mere eller mindre tid.

Sproglige udtryk og smag

At beskrive en smagsoplevelse kan gøres på mange forskellige måder med både ord, lyde og endda mimik. Det kan gøres med maleriske beskrivelser med et væld af ord, men det kan også blot gøres ved et langt ,,uhhhmm" eller et kort og resolut ,,adr". Sprog og smag er tæt forbundet: *„Smagen har ikke blot et sprog, sproget har også smagen indbygget"* (Højlund, 2016, p. 28). At give sprogligt udtryk for en smagsoplevelse eller smagserfaring giver os mulighed for at invitere andre ind i den sanselige og æstetiske oplevelse, vi har haft. At give sprogligt udtryk for en sådan oplevelse kan være med til at genoplive oplevelsen og dermed forstærke dens indvirkning på os. Sproget har lånt elementer fra smagens verden i århundreder i form af metaforer og billedsprog, der, udover at beskrive konkrete smagsoplevelser, også er blevet brugt til at beskrive menneskelig adfærd såsom: ,,bitre erfaringer og søde smil".

Sproget kan også anses som en konstituerende faktor for en smagsoplevelse, hvilket Helle Brønnum Carlsen i hendes terminologi beskriver som: ,,adr-faktoren" (Carlsen, 2011, p. 10). Denne faktor indbefatter en prædefineret total afvisning af en smagsoplevelse, hvor afsenderen af dette ,,adr" afviser at smage på noget. Smagsdommen er afgivet. Sådanne udtryk kan også påvirke vores omverden og dermed have indvirkning på andres smagsoplevelse. Negative udtryk som ovennævnte kan ligefrem få direkte betydning for, at andre også vælger at afvise en smagsoplevelse, selvom de måske ikke selv har samme prædefineret negative smagsdom.

Derfor findes det i nærværende aktivitet relevant at beskæftige sig med smagslige sproglige udtryk for derigennem at skærpe elevernes opmærksomhed på, hvordan de selv kan bruge sproget om smag og desuden, hvilken påvirkning sprog om smag kan have på os i et fællesskab.

Referencer

Carlsen, H. (2011). *Mad og æstetik*. København K: Hans Reitzels Forlag.

Højlund, S. (2016). *SMAG - Tænkepauser 40.* Gylling: Aarhus Universitet.

Kopiark

Kopiark:
Kopiark 1 aktivitet 5_Taste is king - cue cards.pdf
Kopiark 2 aktivitet 5_Taste is king - commercial slogans.pdf

Kopiark 1

Cue cards



Kopiark 1

Commercial slogans





