Teori om sensoriske metoder

Forfattere: Bat-El Menadeva Karpantschof, Marie Damsbo-Svendsen, Michael Bom Frøst
Redaktør: Thomas Brahe

Introduktion:
I denne aktivitet introduceres eleverne til sensorik og sensoriske evalueringsmetoder gennem et teoretisk oplæg.

Aktivitet med dialogoplæg og billeder

1 Vis det indtalte slideshow om sensorik og sensoriske metoder, eller bed eleverne om at se præsentationen hjemme inden undervisningen.

Find slideshowet her:

2 Du finder en fagligt uddybende tekst her - enten til eget brug eller til deling med eleverne.

Forberedelser

For dig som lærer:

- Se evt. præsentationen inden undervisningen.

NORDEA FONDEN
Vi støtter gode liv

- Gør PowerPoint-fremviser klar og sørg for at der er lyd på, hvis du viser eleverne det indtalte slideshows.

For eleverne:

- Eleverne kan evt. se slideshowet hjemme inden undervisningen.

Læs fagligt uddybende tekst her.

Læringsmål

Fra Bekendtgørelsen for gastronuddannelsen arbejder eleverne i denne aktivitet med følgende læringsmål:

Kompetenceområder:

- Anvendelse af råvarer, tilberedningsmetoder, arbejdsmetoder, værktøj og udstyr i forhold til en given opgave

Kompetencer:

- Eleven kan vurdere råvarer.
- Eleven kan udvise kreativitet samt lyst og evne til at lære nyt og tage ansvar.
- Eleven kan bestemme, beskrive, indkøbe og kvalitetsvurdere råvarer, herunder hel- og halvfabrikata.
- Eleven kan anvende råvarer og tilberedningsmetoder til at tilberede velsmagende mad og måltider med udgangspunkt i målgruppens ernæringsmæssige behov og kulinariske præferencer.

Uddybende

Sensorik og sensoriske metoder

Sensorik er videnskaben om hvordan sanserne fungerer. Det er en tværfaglig disciplin, hvor kemi, statistik, fysiologi, neurobiologi og psykologi indgår. Sensorik omfatter menneskets evne til at bedømme og beskrive stimuli (produkt/fødevare/drikkevare) med sanserne. I sensoriske analyser bruges mennesket som måleinstrument til at vurdere et produkts sensoriske egenskaber. *Sensoriske egenskaber* er det, der vedrører produktets udseende, lugt, smag, mundfornemmelse og lyd, og er således det, der kan vurderes med menneskets sanser.

I sensorisk analyse findes tre hovedtyper af metoder til at vurdere produkter:

- **Subjektive tests**, som bruges til at afdække hvad forbrugere synes om et produkt, eksempelvis hvor godt de kan lide det, eller hvilket produkt de bedst kan lide.
- **Diskriminative tests**, som bruges til at påvise om produkter er forskellige. Det kan eksempelvis være i en produktion, hvor man har erstattet en ingrediens fra en producent med en ingrediens fra en anden producent, eller lavet en opskrift, hvor man har reduceret mængden af salt og vil vide, om forbrugere kan smage forskel på den originale og den nye opskrift.
- **Deskriptive tests**, som består af en beskrivelse af et produkt. En deskriptiv test afdækker et produkts egenskaber (smag, tekstur, aroma osv.) og intensiteten af disse egenskaber, f.eks. hvor intens smagen af kanel er i en milkshake. Man vurderer til gengæld ikke hvor godt man kan lide et produkt i en deskriptiv test, men udvikler et ordforråd til at beskrive et produkt med.

Subjektive tests udføres som regel med almindelige forbrugere, hvorimod diskriminative og deskriptive tests som regel udføres af et trænet sensorisk panel. I de senere år er det blevet mere almindeligt at forbrugere eller utrænede personer er med til at beskrive sensoriske egenskaber i produkter. Der er ligeledes udviklet nye hurtige metoder til at lave deskriptive tests, som bl.a. gør det muligt at udføre deskriptive tests andre steder end i et sensorisk laboratorium.

Anvendelse af sensorik

De første spadestik til at lave sensoriske analyser blev foretaget i 1930erne, fordi industrialiseringen gjorde at flere og flere landbrugsvarer blev forarbejdet og konkurrencen om forbrugerne steg. Det førte til, at det blev relevant at finde ud af, hvad forbrugerne godt kunne lide – og ikke mindst hvorfor. De første deskriptive tests blev udviklet under 2. verdenskrig, da den amerikanske hær ønskede at udvikle acceptable madvarer til hæren, og dermed teste, hvordan soldaterne opfattede de rationer der blev udviklet til dem for at sikre at de fik god næring og dermed kunne gå i krig.

Sensorik har altså rødder i industrialiseringen og ønsket, om at vide hvordan forbrugere opfatter et produkt og dets kvaliteter. Sensoriske metoder bliver desuden i stigende grad brugt indenfor markedsføring og produktudvikling af biler, personlig pleje, elektronik m.m.

Kilder

Skibsted, Leif H.: *sensorisk kvalitet* i *Den Store Danske* på lex.dk. Hentet 2. juli 2020 fra

https://denstoredanske.lex.dk/sensorisk_kvalitet.

https://journals.openedition.org/aof/7956#tocto2n3