

smag ordet kan være et verbum som imperativ af *at smage* og et substantiv *en smag*. Hvor verbet stort set kun relaterer sig til den fysiologiske side af begrebet smag, rummer substantivet såvel en fysisk som en kulturel og filosofisk dimension.

Smag kan betragtes fra en naturvidenskabelig vinkel og knytter sig da til de fem grundsmage: surt, sødt, salt, bittert og umami, der registreres af tungens smagsreceptorceller, som via nerveimpulser videresender meddelelsen til hjernen, hvor der registreres en sansning. Smagen som sans er dog sjældent virksom alene. Lugtesansen er ansvarlig for størstedelen af det, vi i daglig tale opfatter som smagsregistreringer. Det er registrering af duftstoffernes vandskyende (hydrofobe) elementer, der nuancerer de få grundlæggende smagsstoffer til mangfoldighed. Også mundfølelsen har betydning. – i så høj grad at nyeste forskning tilskriver kombinationer af smag og mundfølelse så særegne karaktertræk, at man taler om yderligere smagskategorier. Smag, lugt og mundfølelse udgør tilsammen et *flavour*-begreb, der omfatter de sansninger, vi registrerer rent fysisk.

Smag er også en filosofisk kategori (grundigt beskrevet af Immanuel Kant 1790), der henviser til den dom (smagsdom) mennesket foretager gennem æstetisk tilgang til verden med oplevelsen som erfaringskategori. Smagen el. smagsdommen er den særlige forbindelse mellem mennesket og maden, der relaterer til begge sider. Smagen som dom er afhængig af den, der smager, og dermed også historisk, socialt og kulturelt forankret. Man kan ikke smage »rent«, for i smagen vil der altid være en forforståelse (erfaringshorisont) som en slags konstruktivt system. Smag og smagsdom vil derfor være konstrueret gennem den smagendes forforståelse, der både relaterer til historisk, kulturel og social forankring, men også til det smagende subjekt, hvis personlige erfaringer ligeledes er med i konstruktionen af smagen som relation og non-verbal kommunikation mellem mennesket og omverdenen. Dermed kommer alle andre sanser også i spil, når en smagsdom afsiges, og derfor kan man udtrykke sin afsmag og ulyst uden overhovedet at have smagt fysisk på genstanden. Synssansen bliver styrende, og smagen som et særligt kommunikationssystem benytter sig af tegn, der ofte relaterer til visuelle efterligninger. Nogle brød fx er flettede, andre cirkelformede, mens nogle ligefrem ligner en vindrueklase. Mange fødevarer er således formgivet med særlige betydningsreferencer, der skal vække lysten til, at man smager på dem. Tegnene kan også indeholde koder, der dækker over betydninger, der kun er defineret i særlige kulturer, el. rumme symboler af religiøs karakter. Alt dette spiller ind i valget af, hvilken smag vi vælger at gøre til vores smag.

Smag har nemlig også en social karakter, der i visse perioder omtaltes som den gode og den dårlige smag. Den smag, den enkelte udtrykker, placerer derved personen i en særlig socialgruppe, og smag bliver så også en identitetsmarkør såvel som en identitetsskabende faktor. Man er i vores kultur maskulin, hvis man kan lide kød, mens salat og grønsager er en feminin smag.

Smag er den relation, der udfolder vores lyst og ulyst til at spise mad af en bestemt form. Derfor er smagen den grundlæggende faktor for, hvordan vi som senmoderne mennesker bliver forbrugere af mad. Smag er det omdrejningspunkt, der styrer os i alt, hvad vi spiser og udtrykker glæde ved, og smagen i sin æstetiske betydning er i høj grad foranderlig. [HBC]

GASTRONOMISK LEKSIKON

Copyright © 2010 by Det Danske Gastronomiske Akademi
og Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck A/S
2. udgave, 1. oplag
Omslag, sats og grafisk tilrettelægning:
Carl-H. K. Zakrisson & Tod Alan Spoerl
Skrift: Lexicon
Trykkeri: Clemensstrykkeriet A/S, Hinnerup
Printed in Denmark 2010

ISBN 978-87-17-04043-4

Omslagsillustration:
Anne Hviid Nicolaisen, www.omedaiillustration.dk
Illustrationer: Anne Hviid Nicolaisen
Skema: Birgitte Lerche
Redaktion: Søren Hansen og Jørgen Lethan

Mangfoldiggørelse af indholdet af denne bog
eller dele deraf er i henhold til gældende dansk lov om ophavsret
ikke tilladt uden forudgående aftale med forlaget.

Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck A/S
Landemærket 11
1119 København K