

Tema	Kropsbilleder og livsvaner
Fag	Madkundskab
Trin	Udskoling
Faglige Fællesmål	<p>Eleven kan foretage madvalg ud fra målgrupper og forholde sig kritisk til madkommunikation (Kompetencemål)</p> <p>Færdigheds- og vidensområder: Sund mad til målgrupper Kommunikation og samfund</p>
Kompetenceområder	Mad og sundhed
Præsentation	I aktiviteten Mad- og sundhedsidealer skal eleverne lære om, hvordan mad og sundhed bliver afbilledet i det offentlige rum. Målet er, at eleverne fysisk skal udforske det offentlige rum gennem deres kameratele. De skal lære om og blive opmærksomme på, hvordan reklamers æstetiske kommunikation er rettet mod bestemte målgrupper.
Aktiviteten	<ol style="list-style-type: none"> Læreren præsenterer aktiviteten (se aktivitetsark) ved at læse den indledende tekst højt for eleverne. Med afsæt i de tilhørende spørgsmål startes en dialog om mad- og sundhedsidealer. Eleverne skal have mulighed for at diskutere egen forståelse af og oplevelser med sundhedsidealer og madkommunikation i det offentlige rum Læreren introducerer aktiviteten en fotosafari efter sundhedsidealer i det offentlige rum. Eleverne arbejder i deres madkundskabsgrupper Eleverne skal i grupper finde og tage billeder af madkommunikation i byrummet Hver gruppe beslutter hvilke to af deres billeder, de vil analysere og fremvise i plenum. Der er fokus på reklamebudskaber samt afsender og modtager Grupperne skal dernæst designe en smoothie til en udvalgt målgruppe ud fra opgavens rammede kriterier. De skal vælge ingredienser, skrive en opskrift, og de skal udforme en skitse samt et slogan til en reklame. Tillige skal de forberede en pitchtalk Næste undervisningsgang skal grupperne tilberede smoothies og præsentere den for målgruppen sammen med reklame, slogan og pitchtalk. (HUSK: Repræsentanter for målgruppen skal inviteres på besøg inden undervisningen) Læreren faciliterer derefter en evaluering, hvor elevernes erfaringer deles
Antagelser før aktiviteten	<ul style="list-style-type: none"> Hvordan har eleverne tidligere beskæftiget sig med sundhedsbegreber, sundhedsadfærd, reklamer og madkommunikation? Hvordan kan læreren indtænke det nærliggende offentlige rum i fotosafarier? Hvor skal eleverne gå hen for at finde relevant madkommunikation, og hvilke rammer og regler skal de være opmærksomme på? Hvordan kan læreren italesætte og drøfte madkommunikation og sundhedsbudskaber med eleverne? Hvordan kan læreren skabe inspiration til kritisk refleksion over budskaber i det offentlige rum? Skal eleverne selv vælge en målgruppe til deres projekt, eller skal læreren lave bånd og skrive forskellige målgrupper på sedler, som kan trækkes af grupperne? Fx forskellige aldersgrupper, 0. klasse, mellemtrinnet, udskoling, unge, ældre, gamle, fysisk hårdt arbejdende, sportsfolk osv.
Evaluering af aktiviteten	<ul style="list-style-type: none"> Hvilke tegn er der på, at eleverne har udviklet egen forståelse af sundhed og kritisk refleksion over madkommunikation? Hvordan har eleverne samarbejdet og kommunikeret i øvelsen? Hvordan har bevægelselementet bidraget til elevernes løsning af opgaven? Hvilke tegn er der på, at eleverne har tilegnet sig viden om mad- og sundhedsidealer? På hvilken måde kan byrummet indgå i andre madkundskabsforløb?

Linje 2A suser forbi, og du når lige at se overskriften "Ny McSalad - udviklet af stjernekok", og da du passerer kiosken foran stationen, ser du overskriften på dagspressens spiseseddel: "Spis dig slank".

Vi møder alverdens former for reklamer i bybilledet. De er overalt i det offentlige rum. Tænk blot på reklamesøjler og væggene ved bus- og togstationer. Plakater i butiksvinduer og store blinkende neonskærme med skiftende slogans og billeder på højhuse. En stor del er reklamer for mad eller sundhed. Vi har alle brug for mad, og hvem vil ikke gerne være smuk, glad og sund?

Men har du tænkt over, hvem afsenderen af reklamen er? Hvad ligger bag deres budskaber? Og hvem henvender de sig til?

Tal om følgende:

- Hvilke reklamer for mad og sundhed kender du fra det offentlige rum?
- Har du mødt reklamer, hvor sportsstjerner eller andre berømte reklamerer for bestemte produkter?
- Har du overvejet, hvem reklamerne henvender sig til?

I følgende opgave skal du undersøge, hvordan mad og sundhed bliver afbilledet omkring dig.



Mad og sundhedsidealer:

På fotosafari i det offentlige rum

1. Du og dine klassekammerater skal på fotosafari for at undersøge, hvordan mad og sundhed bliver afbilledet i byrummet. I skal samarbejde i jeres madkundskabsgrupper om opgaven.
2. Tag billeder med mobiltelefon. De skal bruges senere som inspiration til jeres egen sundhedsreklame. Billederne skal deles i en fælles digital klassemappe.

Tilbage i klassen

Hver gruppe skal fremvise to billeder, som gruppen synes, er særlig interessante. Drøft i klassen:

1. Hvad viser billedet?
2. Hvem er afsender?
3. Hvem er modtager? Hvad fortæller billedet om modtageren/målgruppen?
4. Hvad er budskabet?

Design en smoothie til en målgruppe

Du og din gruppe skal nu udvikle en smoothie til en bestemt målgruppe. Overvej følgende, inden I går i gang:

1. Hvad karakteriserer målgruppen?
2. Hvilke særlige ernæringsbehov har målgruppen?
3. Hvilke ingredienser vil passe godt til målgruppen? Og hvorfor?
4. Hvilke kriterier vil målgruppen stille til en smoothie? (Fx tekstur, smag, farve)
5. Hvordan vil en reklame se ud? Har den et slogan?



Du og dine klassekammerater skal nu designe smoothien.

1. I skal skrive en opskrift og en indkøbsseddel til smoothien.
2. I skal designe en reklame og et slogan til smoothien.
3. I skal udarbejde et vurderingsskema til jeres smoothie? Hvad skal modtageren lægge mærke til? (fx smag, udseende, tekstur, ingredienser mv.)
4. Forbered en 'pitchtalk' for jeres smoothie, hvor I forklarer jeres overvejelser bag designet.

Næste gang skal I fremstille smoothien og reklamen.

I skal præsentere smagsprøver og reklamen for jeres målgruppe. Husk derfor at invitere repræsentanter for målgruppen.

Fif

Du kan overveje, hvordan en videoreklame vil se ud og hvilken musik, der kunne passe til produktet og målgruppen. Måske kan du endda selv komponere et musikstykke.

Evaluering

Drøft i klassen:

1. Hvordan har målgruppen vurderet jeres produkt?
2. Hvilke ændringer ville I lave?
3. Hvad har I lært om sundhedsidealer?
4. Hvad har I lært om mad og ernæringsanbefalinger til jeres målgruppe?
5. Hvad har I lært om reklamer og kommunikation i det offentlige rum?

