

Vanliga misstag och missar i studentrapporter

Nedan kommenteras några vanliga misstag och missar som brukar förekomma i studentrapporter. I rapporten som följer är motsvarande misstag och missar markerade med samma färg och nummer som nedan.

1 2

Rubriken "**Inledning**" skiljer sig typografiskt från den följande rubriken "**En kognitiv modell ...**", men egentligen tillhör de samma rubriknivå (*rubriknivå 1*) och ska därför vara identiska, dvs. samma storlek, typsnitt, stil och avstånd till brödtexten undertill (samt brödtext ovanför).

1

Rubriken "**Olika forskningsprojekt ...**" svävar "för sig själv" mellan två stycken med brödtext. Eftersom rubriken relaterar till den efterföljande texten bör avståndet undertill vara mindre än det ovanför (för att skapa en visuell koppling).

1 2 3

Här hittar vi tre olika sätt att byta till nytt stycke. I en och samma text bör man hålla sig till *ett* system.

Variant (1) kan bli helt osynligt om stycket ovanför avslutas med en full rad och ska därför inte användas.

Variant (2) kan passa bra i t.ex. mer faktaorienterad och redovisande text där man presenterar och räknar upp saker. I detta fall är avståndet (= tom rad) mellan styckena för stort och "flytet" i läsningen blir lätt hackigare och mer fragmenterad. Sådär "halva" typsnittsstorleken kan fungera bra.

Variant (3) passar bra till mer flytande text. I detta fall är dock "indraget" för stort och man riskerar lite knepiga och störande "tomma fält" om sista raden i det övre stycket avslutas innan första raden i det nedre stycket påbörjas (se nedan):

Här är ett exempel på ett mycket, mycket kort stycke som avslutas med ett ensamt litet ord.

Då kan det uppstå ett lite knepigt och störande tomrum mellan styckena som helt enkelt riskerar att störa läsarens flyt, samtidigt som texten hackar till på den semantiska nivån.

1 2 3 4 5 6

Olika småfel som bör kontrolleras och fixas med till exempel funktionen "Sök och ersätt". *Exemplen nedan visar hur "mellanslag" kan smyga in på olika ställen i en text.*

(1) Dubbla mellanslag; (2&3) Mellanslag före punkt och komma; (4) Mellanslag efter startparentes (resp. innan slutparentes); (5) Mellanslag före frågetecken; (6) Inledande mellanslag.

1

Ej konsekvent formatering; i detta fall "*ibid.*".

Smakens irrgångar

Reflektion kring en kognitiv-biologisk ansats för upplevelser

Magnus Haake

Uppsats i kursen: Perspektiv på smak, Lund 2004.

1 Inledning

Ett syfte med denna text är att ta tillfället i akt att fördjupa mig i en möjlig kognitiv, biologiskt grundad modell av hur ett föremåls egenskaper kan kopplas till en brukares upplevelser. Ett

3 annat syfte är att, med kursen Perspektiv på smak som såväl ursäkt som referensram, etablera ett (i första hand personligt) förhållningssätt till den biologiska ansatsen och dess

1 förklaringskraft för relationer mellan produkttegenskaper och brukarupplevelser. Jag har här också fått värdefull hjälp av avdelningen för kognitionsvetenskap, som låtit mig hålla ett

4 seminarium¹ där jag presenterat en av Desmet (2002) föreslagna modell, samt diskuterat

2 möjliga förhållningssätt till estetiskt orienterade upplevelser. I artikeln kommer referenser till detta seminarium att betecknas (LUCS, 2004)

1 Desmet (*ibid.*) för fram en modell som fokuserar på emotioner, alstrade av produkters

1 utseende, där emotioner definieras som kortvariga affekter relaterade till ett objekt.

Produktrelevanta emotioner som härrör ur produkters utseende kan därmed ses som en aspekt av smakupplevelsen. Man kan också notera att Desmet (*ibid.*) klassificerar den underliggande

värderingsprocessen för vissa produktrelaterade emotioner som just 'smak' i betydelsen latent sympatier och antipatier för vissa objekt eller deras attribut², vilket gör smak till en aspekt av

5 emotioner. Och vad är för övrigt en smakupplevelse egentligen?

2 En kognitiv modell för hur produkter lockar fram emotioner³

6 I avhandlingen *Designing Emotions* (Desmet, 2002), presenterar Pieter Desmet en kognitiv modell för hur produkttegenskaper kan alstra emotionella upplevelser, eller närmare bestämt hur produktens utseende kan alstra produktrelevanta emotioner. Avhandlingen beskriver ett 5-årigt forskningsprojekt, som ligger till grund för såväl en modell för produktemotioner, som två olika designverktyg – ett självvärderingsverktyg (*PrEmo*) och ett inspirationsverktyg (*[P&E] Navigator*) – båda med täta kopplingar till modellen för produktemotioner.

1 Olika forskningsperspektiv på emotioner

Nedan följer en genomgång av några av de mer framträdande forskarperspektiven man har på emotioner idag. Perspektiv (1) till (3), som redovisas i Desmet (2002), kompletterats med perspektiv (4) och (5).

(1) Det evolutionära perspektivet på emotioner

Emotioner ses här som funktionella för artens och individens överlevnad. En central aspekt är att emotioner betraktas som adaptiva beteenden i bemärkelsen att en emotionell respons kan styra beteenden för att säkra överlevnad. Inom denna tradition finns också idén att varje emotion representeras av ett specifikt beteende (som kan kopplas till något av våra grundläggande behov). Vidare indikerar det evolutionära perspektivet att emotioner är evolutionära (gradvis utvecklade), vilket gör att de skulle kunna vara universella.

2

En fördel med detta perspektiv är att den erbjuder en förklaring till hur grundläggande emotioner som rädsla, lycka, överraskning, etc. kan uppstå. Å andra sidan kan modellen inte

¹ Seminariet hölls på avdelningen för kognitionsforskning, Lunds universitet, 2004-03-30 och hade titeln "A cognitive model on how products elicit emotions".

² I Desmet (2002) uttrycks det som: "Tastes are examples of the concern type attitudes, i.e. dispositional likes (or dislikes) for certain objects or attributes of objects (Ortony, et al., 1988)."

³ I sin avhandling talar Desmet (2002) om: "a model of product emotions" eller "a cognitive model on how product appearance elicit product relevant emotions".

förklara hur mer komplexa emotioner som t.ex. inspiration genereras och varför dessa emotioner varierar mellan olika personer.

(2) *Perspektivet på emotioner som kroppslig återkoppling*

Den grundläggande idén i detta perspektiv är att någon form av kroppsliga förändringar föregår en emotionell upplevelse. Tolkningen av 'kroppsliga förändringar' är diskuterad, men man kan tänka sig såväl omedvetna, autonoma förändringar som medvetna förändringar.

(3) *Det kognitiva perspektivet på emotioner*

Detta är den för närvarande mest populära ansatsen för att förklara emotioner och innehåller delar av såväl det evolutionära perspektivet som perspektivet baserat på kroppslig återkoppling. Centralt i detta perspektiv är att man för att förstå emotioner måste förstå hur människor gör omdömen⁴ om företeelser i omgivningen, eftersom emotioner just genereras av omdömen om världen (omgivningen). Ett omdöme betraktas här som en intuitiv process som värderar huruvida något är fördelaktigt eller fördärligt för individen.⁵ En annan viktig aspekt är att fokus inte hamnar på själva händelsen (stimulus) utan på den mening som man tilldelar händelsen, dvs. den värdering man gör.

3

Det kognitiva perspektivet öppnar en dörr för en modell som beskriver hur produkttegenskaper kan alstra produktrelevanta emotioner. Precis som det evolutionära perspektivet har det kognitiva perspektivet en instrumentell syn på emotioner, dvs. emotioner hjälper oss att relatera till en omgivning. Skillnaden ligger i att man, istället för att fokusera på grundläggande emotioner relaterade till individens och artens överlevnad, anammar en bredare tolkning av möjliga för- och nackdelar (*benefits or harms*). Det kognitiva perspektivets fokus på värderingsprocessen erbjuder därtill en möjlig beskrivning av hur olika människor, genom aktivering av olika utvärderingskriterier, reagerar med olika emotioner – vilket kan tolkas som att de tillskriver samma objekt olika mening.

(4) *Det socialkonstruktivistiska perspektivet*

Detta perspektiv tas inte upp i Desmet (2002), men kan sammanfattas med att emotioner är sociala konstruktioner som endast kan förklaras med sociala strukturer. Alla typer av processer, som antas äga rum i en individ saknar relevans i en socialkonstruktivistisk förklaringsmodell. Enligt detta perspektiv är det möjligt med en kultur, där det vi kallar 'upplevelse av ilska, glädje, äckel, osv.', inte förekommer. Vissa förespråkare hävdar till och med att det är möjligt med en kultur, där ingen upplever några emotioner alls (Lazarus, 1991).

(5) *Det neurologiska perspektivet*

Inte heller detta perspektiv tas upp av Desmet (2002), men man kan konstatera att den framåtskridande forskningen på neurologisk nivå har kartlagt neuroners strukturer vad gäller primära stimuli och dess registrering (aktivering) i primära neurologiska strukturer. Man kan alltså beskriva och förklara primära neurologiska strukturers responser på olika stimuli, främst syn och hörsel. Dock vet man idag egentligen inte mycket om hur dessa neurologiska responser associeras, lagras och återkopplar i någon form av tolknings- och värderingsprocess.

⁴ Det är inte utan att man här kan fundera lite över Kants "omdömeskraft" (Kant, 2003). Såväl det kognitiva perspektivet, som Kant fokuserar på förmågan att fälla ett omdöme (*eng. judgement*). Ingen av ansatserna kan egentligen förklara hur det går till, men de kan bidra med ett förhållningssätt.

⁵ Det engelska ordet för värdering är *appraisal*, och värderingsprocessen (*eng. the process of appraisal*) ses som "direct, non-reflective, non-intellectual automatic judgement of the meanings of a situation" (Arnold, 1960).

Sammanfattning av perspektiv (1) till (5)

Enligt LUCS (2204) är alla dessa perspektiv riktiga – de bidrar alla med sin del till pusslet. Beroende på ansats och sammanhang varierar de olika förklaringsmodellernas relevans och de konflikter som finns uppstår snarare när man mer hårdnackat förespråkar ett visst perspektiv och dömer ut andra (vilket nog ofta sker på ideologiska snarare än vetenskapliga grunder).

Perspektiv (4) och (5) kommenteras inte av Desmet (2002), då de inte erbjuder en fruktbar väg för utvecklingen av en modell för sambandet mellan produkters utseende och produktrelevanta emotioner. Enligt den socialkonstruktivistiska teorin har vi att göra med en inlärd, konstruerad respons baserad på den verksamma sociala kontexten, en modell som givet sitt fokus på begreppens konstruktion och användning kan förklara mänskligt beteende, men inte eventuella relationer mellan stimuli och respons. Den neurologiska förklaringsmodellen är å andra sidan inte på långa vägar kraftfull nog för att förklara hur vi kan skapa meningsfulla tolkningar ur olika former av elektrokemiska neurologiska aktiviteter.

Identifiering och klassificering av emotioner

Som en parallell till de olika forskningsperspektiven kring emotioner, har det utvecklats olika ansatser för hur man kan identifiera och klassificera emotioner.

(1) Att särskilja emotioner på grundval av hur de uttrycks (manifesteras)

Denna ansats utgår i mycket från det evolutionära perspektivet och man betraktar för närvarande emotioner som mångfacetterade fenomen bestående av: beteendemässiga reaktioner; expressiva reaktioner; fysiologiska reaktioner; och subjektiva känslor.

(2) Att särskilja emotioner på grundval av deras föregående värdering

Denna ansats tar sitt avstamp i det kognitiva perspektivet och dess centrala värderingsansats. En fördel med ansatsen är att den ger en möjlighet att identifiera och klassificera distinkta, specifika emotioner på grundval av den föregående värderingsprocessen. Ansatsen har dock problem med att förklara skillnaden mellan vissa emotioner och icke-emotioner och olika forskares resultat är svåra att jämföra, då de studerat sinsemellan olika emotioner.

(3) Att särskilja emotioner på grundval av deras underliggande dimensioner

Denna tredje ansats beskriver emotioner som mer eller mindre relaterade till varandra. Detta medför att emotioner kan beskrivas med utgångspunkt från underliggande dimensioner, dvs. en emotion som t.ex. begär (desire) kan beskrivas som en kombination av underliggande dimensioner (beståndsdelar). Antalet underliggande dimensioner varierar i olika studier, men i många fall har man nöjt sig med två dimensioner: ”hur tilltalande något är” och ”grad av fysiologisk aktivering”. Ett vanligt sätt att visualisera emotioner i denna ansats är ”The Circumplex of Emotions” (Russell, 1980), som illustreras i figur 1.

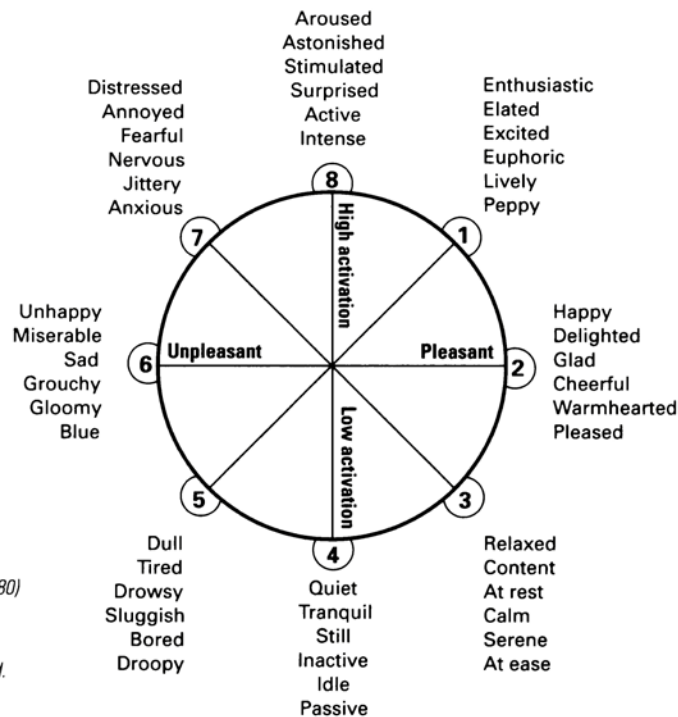
Russells modell illustrerar samtidigt denna ansats problem, nämligen hur man ska förklara skillnaden på emotioner som hamnar på samma ställe.

En speciell fördel med denna ansats är att man här haft lättare att generera en uppsättning emotioner som täcker hela den emotionella skalan från negativa till positiva upplevelser. De två tidigare ansatserna har en tendens att identifiera övervägande negativa emotioner.

Sammanfattning av ansats (1) till (3)

Ansats (1) menar att det är möjligt att registrera och mäta emotioner, vilket har direkta tillämpningar i form av t.ex. marknadsundersökningar och (mer problematiskt)

sanningsdetektorer. För Desmet (2002) motiverar denna möjlighet utvecklingen av ett icke-verbalt självutvärderingsinstrument, *PrEmo* (*Product Emotion measurement instrument*). Instrumentet bygger på en uppsättning distinkta produktrelaterade emotioner illustrerade av en animerad figur. En utförligare beskrivning av *PrEmo* finns i appendix 1.



Source: Adapted from Russell (1980) and Watson and Tellegen (1985). The numbers represent octants in which the Circumplex was divided. For each octant, some emotions are represented.

Figur 1: Klassificering av emotioner: *the Circumplex of Emotions* (Desmet, 2002).

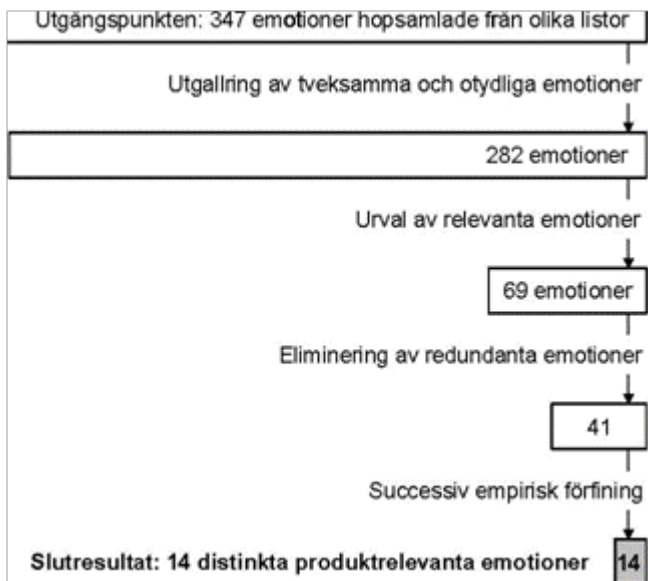
Ansats (2) visar på en möjlighet att klassificera emotioner på grundval av deras värderingsprocess, vilket leder vidare till en modell för hur produktrelevanta emotioner kan alstras av produkters utseende.

Ansats (3) ger ett verktyg för att identifiera och klassificera produktrelevanta emotioner. Denna ansats utgör därför en viktig beståndsdel, både i utvecklingen av modellen för emotioner och utvecklingen av självutvärderingsinstrumentet *PrEmo* (se ovan), vilka båda baseras på en uppsättning produktrelevanta emotioner.

Utvecklingen av en grundläggande modell för emotioner

En uppsättning produktrelevanta emotioner

Från lexikon och ordböcker kan man generera hundratals ord för emotioner. Desmet (2002) utnyttjar ansats (3) i kombination med idén om distinkta emotioner från perspektiv (1) och (3) för att i en stegvis process klassificera en uppsättning på 14 emotioner som är relevanta för att beskriva de flesta förekommande fall av produktemotioner alstrade av produkters utseende. Urvalsprocessen (som tog ett antal år) illustreras i figur 2.



Figur 2: Urvalsprocessen för att identifiera och klassificera en representativ uppsättning produktrelevanta emotioner (Desmet, 2002).

En modell för produktemotioner

Utifrån det kognitiva perspektivet och ansatsen att man kan särskilja emotioner på grundval av deras föregående värdering kan man skissa upp en modell för emotioner (se figur 3).

#BILD#

Figur 3: En grundläggande modell för emotioner (Desmet, 2002).

#BILD#

Figur 4: En utvecklad modell för emotioner (Desmet, 2002).

I det mer specifika fallet där man begränsar sig till produktrelevanta emotioner alstrade av produkters utseende, ges en möjlighet att närmare analysera och klassificera olika typer av värderingar, preferenser och stimuli. Utifrån de 14 ovan klassificerade produktrelevanta emotionerna, beskriver Desmet (2002) en mer utvecklad modell för emotioner (se figur 4) beskriven genom: – fyra typer av värderingar (appraisals): appealingness, motive compliance, legiti macy, novelty

– fyra typer av preferenser (concerns): goals, standards, attitudes, knowledge/expectations

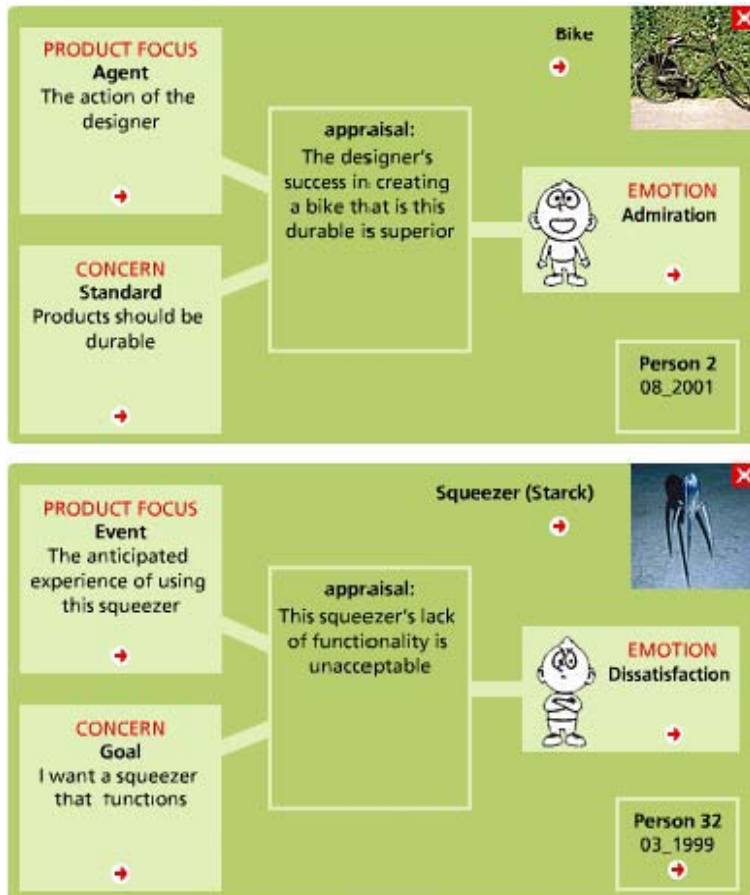
– tre aspekter på stimuli: händelser, agenter, objekt.

The [P&E] Navigator

Desmet (2002) rapporterar också om en studie för att analysera och beskriva olika mönster för hur emotioner skulle kunna alstras. De olika typerna av värderingar (appraisals) och preferenser (concerns) beskrivs där mer specifikt genom exemplifiering av olika typfall, hämtade från studiens material på 384 fallbeskrivningar⁶. Detta material och den utvecklade modellen för emotioner utgjorde utgångspunkten för ett interaktivt verktyg (The

⁶ De 384 fallbeskrivningarna genererades genom att 33 försökspersoner utrustades med en anteckningsbok och film för fotografering. De instruerades att fotografera minst 10 produkter som var och en skulle alstra en av tio på förhand givna emotioner (Desmet, 2002).

[Product&Emotion] Navigator eller [P&E] Navigator) som ska kunna stödja utforskandet av olika fallbeskrivningarna (se figur 5).



Figur 5: Exempel på olika fallbeskrivningar illustrerade i [P&E] Navigator (Desmet, 2002).

Dessa fallbeskrivningar som illustreras genom [P&E] Navigator-verktyget är tänkt att fungera som ett inspirationsverktyg för designers i inledande faser av produktutveckling, genom att visualisera olika fallbeskrivningar och på så sätt tydliggöra olika samband (mönster och sekvenser) mellan önskade emotioner (dvs. upplevelser hos brukare) och de förutsättningar (kombination av stimulus, preferenstyp & värderingstyp) som uppfyller den önskade emotionen.

Reflektion och diskussion kring idén om en kognitiv modell för hur produkttegenskaper relaterar till upplevelser.

Desmets egna reservationer (Desmet, 2002)

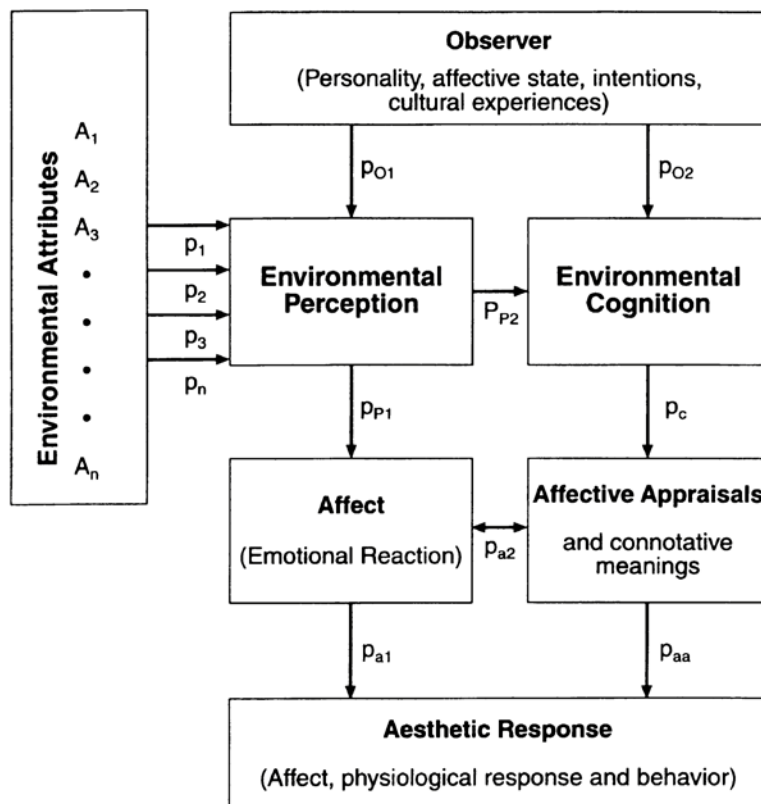
Innan vi går in på en kritisk reflektion av denna teori och dess tillämpningar (PrEmo och [P&E] Navigator), bör nämnas att Desmet själv pekar på olika svagheter i sitt arbete, bl.a. svårigheten att genom en medveten process identifiera omedvetna processer som olika värderingsstrategier och osäkerheten om vad i produkternas utseende som alstrat de identifierade emotionerna. Likaså är modellbygget stark begränsat av produktrelevanta emotioner alstrade av produktens utseende och inte dess användning, ägande, etc.

Diskussion om den biologiskt inriktade ansatsen

Den ovan beskrivna modellen (Desmet, 2002) får stå som representant för en biologiskt inriktad ansats, med sin vision om att bryta ner relationen mellan stimulus och respons (eller

som i det specifika fallet: artefakts egenskaper och brukarens upplevelse) i kategorier och distinkta samband. I förlängningen hägrar möjligheten att i en designprocess kunna arbeta proaktivt med en viss förutsägbarhet, för att i viss mån i förväg kunna kontrollera och bestämma olika designlösningar, istället för att vara hänvisad till reaktiva utvärderingar och en mer svårkontrollerad iterativ designprocess.

Att den ovan beskrivna modellen kan sägas representera ett helt forskningsperspektiv kan motiveras med att Desmets (*ibid.*) modell i stort inte skiljer sig från andra biologiska-kognitiva modeller för att beskriva relationen mellan stimulus och respons. Jämför t.ex. med den modell i figur 6 som Nasar (1998) presenterar (och snabbt klassar som oanvändbar i det praktiska fallet).



Figur 6: En modell för en värderande respons av omgivningen (Nasar, 1998).

I stort säger dessa modeller samma sak. Stimuli från omvärlden bearbetas i en värderande processer med individens preferenser som referenspunkter och resulterar i en respons (upplevelse). Man kan rita in fler boxar och pilar och mer komplexa samband, men det förändrar inget i sak. Även om man tar en positiv ansats i analysen av dessa modeller kan man konstatera följande. Själva värderingsprocessen kan ses som generell (universell) funktion som resulterar i relativt universella emotioner. Vidare kan man (teoretiskt) tänka sig att bryta ned stimuli i enstaka beståndsdelar. Likväl kommer man inte att hitta enkla ett-till-ett-samband mellan stimuli och respons på individnivå. En springande punkten i dessa modeller är det som hos Desmet (2002) benämns *concerns* och hos Nasar (1998) *observer*, dvs. individuella värderingsgrunder, som kan tänkas variera beroende på personlighet, utbildning, plats och tid, social och kulturell tillhörighet, etc. Desmet (2002) har i detta avseende varit ambitiös och försökt identifiera och klassificera enskilda värderingsprocesser, men inte desto mindre kvarstår problemet att individens värderingsgrunder inte låter sig fångas. Därtill kommer problematiken med att det är svårt att veta vad hos olika stimuli som egentligen värderas:

enskilda detaljer i form och färg; helheten; artefaktens helhet i ett större sammanhang; etc. Speciellt blir detta svårt att avgöra när man samlar in material från normala brukare som i regel inte är tränade i att identifiera och analysera sina reaktioner gentemot ett föremål.

Dessa modeller är samtidigt vad man kan hoppas på idag (LUCS, 2004). Försöker man ta fram en modell för hur saker uppfattas och upplevs kan vi idag bara konstatera att den utifrån kommande informationen och hos människan redan existerande preferenser kontinuerligt blandas och utvärderas och manifesteras sig i känslor, fysiologiska förändringar, olika beteenden, korrigeringar av de preferenser som individen har och till och med förändringar i vad vi uppfattar (perceptionen) – med andra ord ett dynamiskt och återkopplande virrvarr av vad vi uppfattar från omvärlden, erfarenhet vi har och resultat som återkopplas. I detta perspektiv ska modellerna kanske snarare betraktas som pedagogiska illustrationer som ger en bild av relationerna mellan centrala begrepp (LUCS, *ibid.*).

Möjliga ansatser baserade på en biologisk modell

Idag har vi följaktligen inte någon förklaringsmodell i egentlig mening för hur stimuli kan resultera i meningsfulla tolkningar och responser, utan bara en grov skiss av hur vi tänker oss dessa centrala processer. En stor bred teori är att betrakta som utopisk, men en biologisk ansats baserad på de olika sinnenas respektive funktioner skulle kunna motivera en tydligare identifiering av de biologiska ramar som människan verkar inom. Detta skulle kunna kartlägga gränsen för vad vi kan veta och vad vi inte kan veta – en ansats som även skulle kunna vara fruktbar på ett område som estetisk smakupplevelse.

Vidare kan en biologisk ansats vara en utgångspunkt för ett sökande efter möjliga specifika och grundläggande orsakssamband som:

- kan man tala om tidlösa och universella former eller är de bara tillfälliga konstruktioner i sin egen tid
- kan man säga något mer bestämt om färger på husfasader och inomhus
- skulle man kunna diskutera olika typsnitt på mer konkreta grunder eller ska man se det som en elitistisk diskussion i Bourdieus anda om kulturellt kapital och sociala praktiker som förs helt över huvudet på brukarna
- etc. En underliggande svårigheten i ett sådant sökande är kopplingen mellan eventuella specifika orsakssamband och den större helheten, dvs. hur fungerar det enskilda orsakssambandet när det ingår som en del i en större helhet. Risken är att ju mer man försöker (och eventuellt lyckas) dissekera specifika orsakssamband, desto längre ifrån helheten kommer man.

Möjliga ansatser utifrån generella strukturer i biologiskt inriktade ansatser

De biologiska modellerna kan alltså betraktas som enkla skisser av kognitiva processer, men även om de inte har någon egentlig förklaringskraft, har de dock en viss analytisk och deskriptiv funktion som kan användas för att identifiera möjliga generella strukturer för hur människor i allmänhet eller identifierbara grupper av människor reagerar på sin omgivning.

Såväl Desmet (2002) som Nasar (1998) visar också på möjligheten att lämna individnivån till förmån för identifierbara grupper med mer eller mindre överlappande värderingsgrunder, dvs. att försöka hitta generella strukturer kopplade till identifierbara grupper av brukare. Nasar (*ibid.*) tar fasta på begrepp som *identity*, *structure* och *likability* medan Desmet (2002) klassificerar distinkta typer av *stimuli*, *concerns*, *appraisals* och *emotions* och hittar

indikationer på att man kan dela in brukare i olika grupper relaterade till grundläggande mönster i de emotionella responserna (så kallade *affect-groups*). Söker man sedan igenom litteraturen kan man hitta en fler taxonomier som skulle kunna vara relevanta för att beskriva grupprelaterade orsakssamband mellan artefaktens egenskaper och brukarens upplevelse. Problemet blir att man inom den estetiska sfären, trots en eventuell möjlighet till konsensus om vissa grundläggande aspekter, tills vidare hamnar i en moras av sinsemellan konkurrerande beskrivningar och tolkningar i kombination med åsikter som i extremfallen kan hävda att all form av systematik och analys är meningslös och felaktig.

Ett annat problem är att de generella strukturer man kan beskriva på gruppnivå inte ger något konkret stöd när det gäller specifika designproblem. Att till exempel god kvalitet i en stadsmiljö kan fungera estetiskt med en väl avvägd blandning av 'stabila' och 'spontana' kvaliteter (Hultman, 2002) ger inga givna direktiv för gestaltningen av de enskilda husen. Lösningen ligger närmast i att riktlinjerna utgör utgångspunkten för ett medvetandegörande av estetiska mål i kombination med en process där målen inte försvinner eller schabloniseras. På detta sätt kan de som är delaktiga i en estetiskt gestaltande process ges verktyg för att medvetandegöra och hantera de estetiska aspekterna på ett mer genomtänkt sätt.

Slutsatser

Med denna uppsats är jag personligen ganska färdig med undersökningen av en biologiskt orienterad ansats för att beskriva orsakssamband mellan artefaktens egenskaper och en brukares upplevelse. Jag har inte hittat några indikationer på att det existerar några modeller med någon större förklaringskraft än de som presenterats (Desmet, 2002; Nasar, 1998), och dessa modeller lämnar i princip fältet fritt till och med för så polariserade ansatser som deterministisk biologism och relativistisk konstruktivism. Dock kan dessa modeller tillskrivas viss analytisk och deskriptiv funktion.

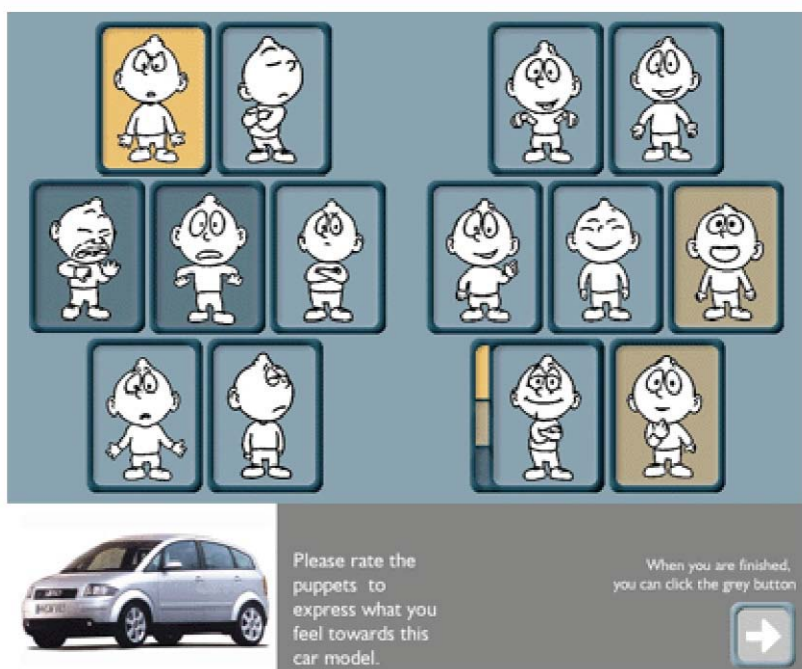
Samtidigt är jag av den inställningen att vår värdering och upplevelse av omgivningen, och inte minst den estetiska upplevelsen, är viktiga för oss som människor. Det är därför väsentligt att personer som i sin verksamhet påverkar andras upplevelse av omgivningen också har verktyg och ges stöd för att kunna medvetandegöra och hantera upplevelseorienterade aspekter. I detta sammanhang kan en biologiskt orienterad ansats fungera som en utgångspunkt för att verifiera respektive ta kål på (falsifiera) en del gamla myter. Det handlar här inte om en strävan efter någon form av deterministiskt sanning rörande estetikens uttryck som skulle resultera i en konserverande likriktning av olika uttrycksmedel. Målet är istället att mer systematiskt undersöka var gränsen går mellan vad vi skulle kunna ha någon form av faktisk kunskap om och vad vi ska hantera med vårt omdöme och ackumulerade erfarenhet (tyst kunskap). Detta skulle ge personer verksamma inom gestaltande verksamheter en tydligare spelplan på vilken kreativa idéer kan verka. Här skulle också akademiker kunna sticka ut hakan lite mer och avmystifiera en del av den gestaltande processen, vilket skulle kunna öka kraven på de diskussioner som förs inom gestaltande, estetiska områden.

Personligen tror jag (baserad på personlig erfarenhet), att en skarpare argumentation kring olika lösningar skulle gynna såväl kreativiteten som kvaliteten på lösningarna – det skulle helt enkelt tvinga fram mer av reflektion och eftertanke – lite i Schöns (1987) anda.

Referenser

- Arnold, M. (1960). *Emotion and personality: Vol. 1. Psychological aspects*. New York: Columbia University Press.
- Desmet, P. (2002). *Designing emotions*. Delft, The Netherlands: Delft University of Technology.
- Frijda, N. (1986). *The emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hultman, M. (2002). *Seaside, Celebration och Windsor: Studier av urbana estetiska regler*. Lund, Sverige: Lunds tekniska högskola.
- Kant, I. (2003). *Kritik av omdömeskraften*. Stockholm, Sverige: Thales.
- Lazarus, R. (1991). *Emotion and adaption*. Oxford: Oxford University Press.
- LUCS (2004) *A cognitive model for how products elicit emotions*. Seminarium hållet av Haake M., på avdelningen för kognitionsforskning, Lunds universitet (2004-03-30).
- Nasar, J. (1998). *The evaluative image of the city*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Ortony, A., Clore, G. & Collins, A. (1988). *The cognitive structure of emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Russell, J. (1980). A circumplex model of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, ss. 1161-1178.
- Schön, D. (1987). *Educating the reflective practitioner: Toward a new design for teaching and learning in the professions*. San Franciosco: Jossey-Bass Publishers.

Appendix 1: PrEmo-6 (Product Emotion measurement instrument)



Gränssnittsbild av PrEmo-6 (Version 6 av Desmets Product Emotion measurement instrument)

PrEmo-6 (Product Emotion measurement instrument)

PrEmo-6 är ett självvärderingsinstrument som presenteras i Desmets (2002) avhandling *Designing Emotion*.

Beskrivning av PrEmo-6

Ett visuellt stimulus presenteras i nedre vänstra hörnet – i detta fall en bil. Genom att klicka på en figur aktiveras en kort animerad sekvens (ansikte och kropp) som med ett ackompanjerande universellt ljud (t.ex. en suck eller ett "oohhh!"), illustrerar en produktrelevant emotion. Samtidigt får man möjlighet att utvärdera den illustrerade emotionen genom att klicka på ett av de tre olivfärgade fälten (se den nedre vänstra figuren i högra kolumnen). De tre färgade fälten representerar:

Överst: *"I do feel the emotion expressed by this animation"*

Mitten: *"To some extent I feel the emotion expressed by this animation"*

Nederst: *"I do not feel the emotion expressed by this animation"*

Meningen är att man ska klicka sig igenom alla de 14 produktrelevanta emotionerna och därigenom generera en emotionell profil för aktuellt stimulus. Gjorda val markeras genom att bakgrundfärgen till respektive figur får samma färg som det val man gjort.

Kommentar till PrEmo-6

Desmets självvärderingsinstrument är rapporterat att vara likvärdigt med verbala utvärderingar, t.ex. semantiska differentialer (Desmet, 2002).

De 14 valda produktrelevanta emotionerna är stegvis utvalda och utvärderade för att hantera en de flesta förekommande fall av möjliga produktrelevanta emotioner genererade av produkters utseende (distinkta, tillräckliga, tvärkulturella).

Instrumentet kräver ingen expertis eller speciell teknisk utrustning.

Genom att mäta 14 produktrelevanta emotioner, skapas en emotionell profil för aktuellt stimuli, vilket också kan tolkas som en beskrivning av de blandade emotioner man kan ha inför en produkt.

Länkar

Mer information om PrEmo finns även på: www.DesigningEmotion.nl