

Oplevelsesdesign i krydsfeltet mellem teori og praksis

Speciale i Oplevelsesdesign
Aalborg Universitet maj 2012
Irene Pedersen

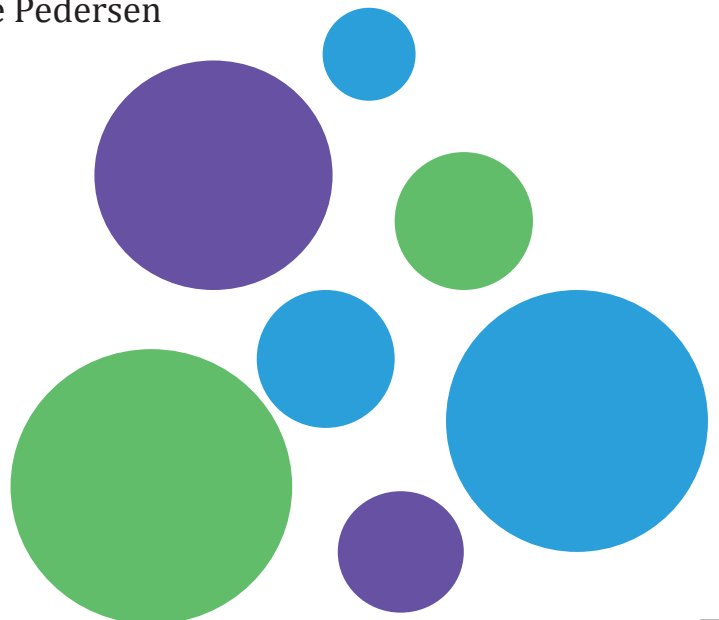
Vejleder: Rasmus Grøn

Titelblad

Oplevelsesdesign i krydsfeltet mellem teori og praksis

Aalborg Universitet
Speciale i Oplevelsesdesign
10. semester, maj 2012
Vejleder: Rasmus Grøn
Typeenheder: 148.791
Normalsider: 62

Irene Pedersen



Abstract

Master Thesis, Experience Design, Aalborg University

Title: Experience Design at the Intersection between Theory and Practice

With the experience economy, it is stated that it is not possible to design a specific experience for an audience, because each user's previous condition is of vital importance for what is experienced. Designing for experiences can be quite complex if one wants to ensure that all the different factors for the human experience are taken into consideration. Therefore this master thesis focuses on a study of different elements that could be part of a way to understand how people experience different designs. The field of experience design, which is used in the thesis, aims at giving the users an increased experience that they will never forget. One way to examine how to create meaningful experiences is to study the human experience that originates from the human body and mind. It is from a phenomenological stance and with focus on the body in the field of experience design stated that experiences influence the biological and reflective levels of the body and the brain. With the knowledge of surprise, alteration and transformation as elements that provide a good, memorable and meaningful experience, the focus of this thesis is therefore on some of the underlying elements of an experience.

Through Design Driven Innovation, designers can use their creativity to try to develop products which hopefully will produce the intended experience. The user's opinion is from this point of view not needed in the initiating part of the design process, because this part is driven by technology, creativity and the designer's different visions.

With this knowledge achieved, a model is developed and evaluated to examine its possible use in practice with the theoretical elements as un-

Abstract

derlying basis. Furthermore, a concept for an interactive, digital tool is developed since it is also the purpose of the thesis to see how the design process itself can be an experience for the customer.

Based on the work by the design company Kollision this tool will be created on a concept level. It is the idea that the tool can assist them in their design processes to keep focus on the experience and to initiate a qualified dialogue with the client about their wishes for the design, and the possibilities and limitations of these wishes as opposed to what would best work for the experience. As the thesis will show, this idea is not easily put into practice since the intersection between theory and practice comes with different challenges. The business community wants simple models without too much information whereas the academic practice focuses on valid theories. It is my opinion that it is not possible to design a theoretically correct development tool that will also function in practice for a complex field as the one of experience design. The good design is not possible to put on a single schema and the field of designing experiences is complex to work with.

Forord

Dette speciale er udarbejdet som afslutning på kandidatuddannelsen i Oplevelsesdesign ved Aalborg Universitet, og er fortsættelsen på det arbejde, jeg påbegyndte i forbindelse med mit praktikophold hos designstuen Kollision fra Aarhus.

Jeg ønsker at rette en stor tak til jer alle i Kollision. Det er altid en fornøjelse at komme på besøg, og jeg sætter stor pris på jeres hjælpsomhed og venlighed! Især skal Thomas Fabian Delman have stor tak for at have lyttet tålmodigt til mine til tider højtflyvende ideer fra dette speciale, og for at have sat dem i perspektiv i forhold til den praksis Kollision arbejder med.

Herudover skal min vejleder Rasmus Grøn fra Aalborg Universitet også have en tak for de gode og givende diskussioner, vi gennem forløbet har haft.

Sidst vil jeg gerne takke alle dem, der har støttet mig gennem de sidste fem års akademiske strabadser ikke mindst i forbindelse med arbejdet med dette speciale. Ingen nævnt, ingen glemt.

Indholdsfortegnelse

Kapitel 1 - Introduktion

Indledning	1
Specialets opbygning og mine forudsætninger	4
Projektdesign	6
Introduktion til Kollision	8
Opsummering af resultater fra praktikrapporten	9
Problemfelt	17
Problemformulering	21
Metode	22
Oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign	25
Oplevelsens form	30
Kapitel 2 - Teoretisk konstruktion	
Begrebsafklaring	36
Fænomenologi	37
Æstetik	43
Design	49
Designets indvirkning på den menneskelige oplevelse	52
Kapitel 3 - Udvikling	
Udvikling	60
Inspiration fra teoretiske og praktiske modeller	60

Indholdsfortegnelse

Operationalisering	67
Projektbeskrivelser	67
Kobling mellem teori og praksis – første vurdering	72
Implementering af tilpassede begreber	78
Oplevelsesfelt	78
Kommunikation	79
Æstetik	80
Kobling mellem teori og praksis – anden vurdering	81
Konceptudvikling	85
Udvikling af ny mock-up	92
Kapitel 4 - Afslutning	
Diskussion	105
Konklusion	109
Procesrefleksion	111
Litteraturliste	114
Artikler	116
Internethenvisninger	115

Overzicht: Figurer, billeder og bilag

Figur 1: Specialets hermeneutiske cirkel

Figur 2: Oplevelsesdesignmodellen, første udgave

Figur 3: Mind-Body-Heart, Kollision og undertegnede

Figur 4: Oplevelsesdesignmodellen, Kollision og undertegnede

Figur 5: Visualisering af elementer i ny udgave af OD-modellen

Figur 6: Ti kriterier for oplevelsesdesign (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 98)

Figur 7: Specialets forståelse af fænomenologi

Figur 8: Jantzen, Vetner og Bouchet om æstetik (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 25+123-127)

Figur 9: Specialets forståelse af æstetik

Figur 10: Specialets forståelse af design

Figur 11: Min visualisering af Normans redegørelse for de tre niveauer i emotionelt design (Norman 2005: 21)

Figur 12: Oplevelsesdomæner (Pine & Gilmore 1999: 30)

Figur 13: Flowmodel (Kollision)

Figur 14: Realismeskalaen (Kollision)

Figur 15: Første udgave af model til udvikling af oplevelsesdesign

Figur 16: Nye domæner

Figur 17: Anden udgave af model til udvikling af oplevelsesdesign

Figur 18: KOfÆ-modellen

Overzicht

Figur 19: ord til mock-up

Figur 20: komplementære ord

Figur 21: iOpDesign mock-up billede 1

Figur 22: iOpDesign mock-up billede 2

Figur 23: iOpDesign mock-up billede 3

Figur 24: iOpDesign mock-up billede 4

Figur 25: iOpDesign appliceret på iOpDesign

Billede 1: Den digitale fortælling (Kollision)

Billede 2: Der tegnes ved Love Doodles (Kollision)

Billede 3: Der tages billede ved Love Doodles (Kollision)

Billede 4: Billederne samles i en mosaik (Kollision)

Billede 5: Ord til mock-up

Billede 6: Tilføjede ord

Bilag 1: Praktikrapporten

Bilag 2: Interview med TFD og TL, oktober 2011

Bilag 3: Interview med TFD, maj 2012

Bilag 4: Diasshow fra interview, oktober 2011

Bilag 5: Interviewguide, maj 2012

Bilag 6: Redegørelse af Jantzen, Vetner og Bouchets ti kriterier



Introduktion



Indledning

RUN MOTHERFUCKER RUN

Jeg er på kunstudstilling på ARoS Aarhus Kunstmuseum. Digital kunstudstilling. Nærmere bestemt udstillingen *ENTER ACTION – Digital Art Now* (Aros.dk: Enter Action). Det er en kold februarformiddag, og antallet af andre gæster omkring mig er lavt. Værkerne er forskellige. Forskellige fra hinanden, og fra det meste anden kunst, jeg før har set. Sorte heliumballoner, der bevæger sig og laver musik. Kørestole med kunstig intelligens og hver deres outrerede personlighed, der reagerer på hinanden og på de mennesker, der træder ind i kunstværket. En skrivemaskine, der ikke skriver bogstaver, men i stedet dyr. Jeg går omkring et hjørne og ind i et dunkelt, stort rum, der kun er oplyst af en projektion på væggen, og møder her installationen *Run Motherfucker Run*.

Den består af en projektion, der viser tomme gader, sportsanlæg, øde vejkryds og dystre gyder og foran væggen med projektionen er et manipuleret industrielt løbebånd, der mest af alt ligner en kombination af en mekanisme på vej i krig og en motionsmaskine, der kan få selv den bedste atlet til at svede tran. Ved at bevæge sig på løbebåndet i forskellige hastigheder og fra den ene side til den anden skifter billedet på skærmen foran løberen. Jo hurtigere, der løbes, desto tydeligere er billedet, og scenarierne ændrer sig alt efter deltagerens hastighed og placering på løbebåndet. Installationen er lavet af den hollandske kunstner *Marnix de Nijs* (Marnixdenijs.nl: Run Motherfucker Run), og imponerer mig fra første øjekast. Min interesse for brug af digitale teknologier som oplevelses-skabende middel vækkes for alvor med udstillingen på ARoS.

Kapitel 1

Rune Nielsen fra designvirksomheden Kollision underviser på daværende tidspunkt undertegnede i design på Informationsvidenskab i Aarhus. Han fremviser for de nysgerrige fjerde semesters studerende det ene eksempel efter det andet på digitale projekter med oplevelsespotentiale. Alt fra facadeprojekter til interaktive spil. Disse udbygges med mange og forskellige metoder til udvikling af designs, og jeg føler mig klar til at entre den virkelige verden. De næste år inden jeg får mulighed for et besøg i praksis i form af et ophold som praktikant, byder universitetslivet på suppleringsfag i Begivenhedskultur og første år på kandidatuddannelsen i Oplevelsesdesign. Her bliver jeg skarpere på mødet mellem mennesker og oplevelser, og min faglige viden og personlige interesse for digitale, interaktive oplevelser vokser. At søge praktik hos Kollision er derfor nærliggende, og min glæde er stor, da de tilbyder mig at blive en midlertidig del af kreativitetshulen.

Inden min første dag som praktikant forbereder jeg mig ved at forsøge at huske alle de udviklingsmetoder til kreative processer, jeg gennem tiden har lært.

Overraskelsen er dog stor, da det går op for mig, at virkelighedens design-situationer er anderledes end de teoretiske. Der er forskel på rekvirenterne, forskel på budgetterne, og stor forskel på projekterne, hvilket betyder, at det ikke altid er optimalt at udføre de lærte teoretiske rutiner. Uden at kende synderligt til fremgangsmåden bliver jeg hos Kollision inddraget i projekter, der er baseret på research, Kollisions erfaringer og evner til at idégenerere – uden inddragelse af brugerne. Jeg havde forestillet mig netop det modsatte, nemlig at brugerne altid skulle inddrages i designprocessen. Løbende. Hele tiden. For at sikre at man som designer udvikler et produkt, der kan bruges af målgruppen, som tager udgangspunkt i kundens behov og ønsker, der er etableret ved en inddragelse af brugerne selv. Denne konstante inddragelse viser sig dog ikke altid at være ønskværdig i praksisverdenen, hvilket jeg er glad for at lære. Henholdsvis brugerinddragelse drevet af brugerinddragelse og innovation drevet af

Introduktion

kreativiteten, har hver sin plads i udviklingsmetodikken – og hver fremgangsmåde bruges til sin tid. Kollision følger principper fra designdreven innovation, hvor det dels er muligt at tage afsæt i den enorme viden og erfaring en designvirksomhed som Kollision besidder, og dels er muligt at tage udgangspunkt i ny og spændende teknologi. Kollisions designere vurderer selv fra projekt til projekt, om der skal inddrages brugere eller ej. Det er i min optik interessant. Hvordan er det muligt at designe spændende produkter, services og installationer som eksempelvis Run Motherfucker Run, der ender med, at brugeren får en god oplevelse, bliver overrasket, og får minder for livet?

Med oplevelsesøkonomien slås det fast, at det ikke er muligt at designe en bestemt oplevelse til en målgruppe, da den enkelte brugers forudgående tilstand har betydning for det, der opleves (Pine & Gilmore 1999: 12). Men ved at holde fokus på oplevelsens karakter, er det min hypotese, at det er muligt at overveje og vurdere nogle muligheder i designprocessen, som kan etablere et grundlag for design af oplevelser. Dette er begyndelsen på det interessefelt, jeg arbejder videre med i indeværende speciale. Det er min hensigt at se på om det er muligt at udvikle et redskab, der kan kvalificere og effektivisere. Et redskab, der samtidig tilbyder rekvirenten en oplevelse i designsituationen.

At udvikle et sådant redskab forsøger jeg allerede inden påbegyndelsen af dette speciale i samarbejde med Kollision. Her tager jeg i forbindelse med mit praktikophold første trin i en udviklingsproces rettet mod et designredskab til oplevelsesdesign, men redskabet er ikke optimalt. Derfor forsøger jeg nu igen, med oprejst pande, fyldt med spørgsmål og rygsækken tung af viden.

Inden jeg for alvor går i gang, præsenteres specialets struktur og den præcise problemstilling, jeg ønsker at arbejde med.

Kapitel 1

Specialets opbygning og mine forudsætninger

I forbindelse med mit praktikophold hos Designstuen Kollision i sensommeren 2011 udarbejdede Thomas Fabian Delman, Tobias Løssing og jeg et koncept for et designredskab, der tager form som en model til udvikling af oplevelsesdesign. Modellens indhold er som nævnt ikke optimalt, hvorfor en videreudvikling er genstand for arbejdet i indeværende speciale. Jeg begynder derfor med et nyt udgangspunkt, der i højere grad har fokus på de grundlæggende faktorer for *forståelsen* af en oplevelse fremfor i første udviklingsrunde, hvor jeg fokuserer på alle *detaljer i designprocessen* lige fra rammebetingelser og målgruppeanalyse til analyser af flowet i oplevelsen. Valget af det nye fokus er dels truffet på baggrund af de observationer, jeg foretog under praktikopholdet, samt som følge af en teoretisk vurdering og erfaring, jeg har opnået med udviklingen af praktikrapporten og den dertilhørende model (Bilag 1: 39).

Udgangspunktet for specialets redskab tænkes altså i modsætning til praktikrapportens model mere simpelt for at undgå den kompleksitet, som hersker der. Jeg undlader en del af den teori, der er grundlaget for første model, og inddrager i stedet ny litteratur som dækker nogle af de dele, der ikke tages højde for i første omgang. På denne måde ønsker jeg et nyt teoretisk udgangspunkt for at se på oplevelser. Et udgangspunkt der starter med kroppens reaktion på oplevelser.

Specialet er udviklet i spændingsfeltet mellem den akademiske og den praktiske verden, og der vil være skift mellem teoripræsentation og gennemgang af praksiseksempler, så teori og praksis understøtter hinanden. Jeg foretager løbende afgrænsninger af min brug af både teori og praksisviden.

Introduktion

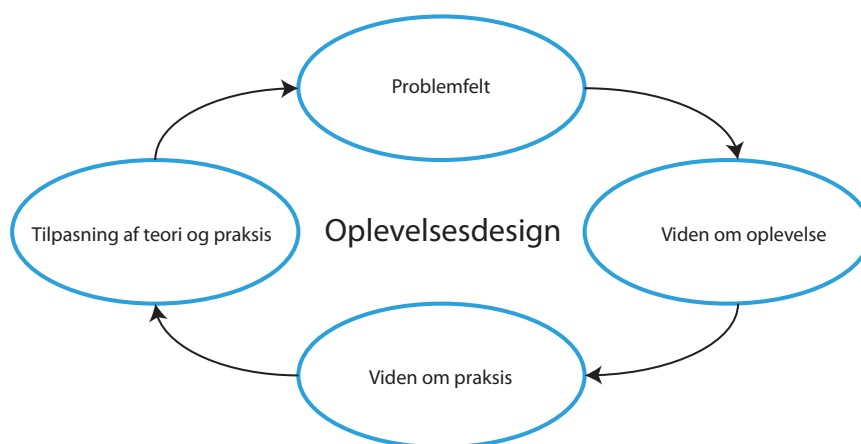
I forhold til læsningen af specialet, gør følgende sig gældende:

- Alle bilag er vedlagt på den medfølgende cd
- Observationer fra praktikopholdet er kun dokumenteret i praktikrapporten, der er vedlagt som bilag 1
- Praktikrapporten er fortrolig og dermed kun vedlagt censor og vejleders udgaver af specialet
- De to partnere hos Kollision, jeg har interviewet, er Thomas Fabian Delman og Tobias Løssing. De benævnes kun med initialer
- Nogle oplysninger i de to interviews er anonymiserede, således hverken navne på personer eller virksomheder uden for Kollision fremtræder. Interviewene er transskriberede og vedlagt som bilag 2 (Interview med TFD og TL, oktober 2011) og bilag 3 (Interview med TFD, maj 2012)
- Transskriberingen af interviewene indeholder kun de sagte ord. Det vigtigste er, hvad der bliver sagt og ikke hvordan, det bliver sagt. Jeg har derfor ikke inddraget alle pauser, "øhh" og bekræftende "ikke", som ikke har nogen betydning for meningsforståelsen i det sagte
- De to interviews er foretaget med udgangspunkt i henholdsvis et diasshow og en interviewguide. Disse er vedlagt som bilag 4 (Diasshow, oktober 2011) og bilag 5 (Interviewguide, maj 2012)
- Jeg skelner i specialet løbende mellem modellen og redskabet. Modellen er det bagvedliggende teoretiske fundament, der udgør grundlaget for udviklingen af redskabet. Redskabet er det, der ender på konceptstadiet som et digitalt oplevelseskoncept. I sidste fase kaldes de for henholdsvis KOfÆ-modellen og iOpDesign

Kapitel 1

Projektdesign

Specialets struktur kan visualiseres således:



Figur 1: Specialets hermeneutiske cirkel

Figuren viser, hvorledes jeg kredser om oplevelsesdesign som helhed for specialet. Gennem faser der knytter sig til indsamlingen af viden om teori og om praksis, danner jeg en kontinuerligt udvidet forståelse for feltet, der bygger på de erfaringer, jeg gør mig. Jeg vurderer løbende teori og praksis i forhold til problemfeltet, og ser på helheden og delene. Til sidst afslutter jeg specialet med at vende tilbage til problemfeltet en sidste gang for at se, hvilken forståelse jeg har fået.

Inden jeg starter med at udbygge min viden, vil jeg præsentere mit udgangspunkt for arbejdet med specialet.

Min forudsætning for at kunne indgå som praktikant hos Kollision og skrive dette speciale er grundlagt i min bacheloruddannelse i Informati-
onsvidenskab og i min kandidatuddannelse i Oplevelsesdesign, hvor jeg har opbygget viden om forskellige fagområder – især indenfor interak-

Introduktion

tionsdesign, kommunikation, oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign. Disse felter i kombination har givet mig forudsætningen for at arbejde med designprocesser og oplevelser i både teori og praksis, og er foruden min nysgerrighed medvirkende til en fortløbende forundring over og forståelse af teknologiers mulighedsrum.

Udgangspunktet for specialet er dermed dels funderet i min uddannelse og dels i min interesse for feltet. Resultatet er påvirket af de kompetencemål, studieordningen stiller krav til.

Jeg har løbende implicit forholdt mig til disse, men vil ikke eksplicitere, hvor dette gør sig gældende. Ud fra specialets problemstilling har jeg truffet til- og fravalg af både teorier og videnskabelige metoder, og alt er baseret på en løbende vurdering af relevansen for netop mit arbejde i feltet. Metoderne og teorien er valgt ud fra både Informationsvidenskab og Oplevelsesdesign som fagfelter, samt som resultat af andre teorier jeg har fundet i en søgen efter at afdække feltet på bedst mulig vis. Teoriernes og metodernes relevans vil blive beskrevet og diskuteret løbende, når de benyttes.

Specialet fokuserer på udviklingen af et digitalt oplevelseskoncept, der skal vurderes i forhold til dets placering mellem teori og praksis. Dette krydsfelt giver en række fordele, men også nogle udfordringer som jeg løbende vil diskutere. Jeg vil i diskussionen ydermere foretage en vurdering af konceptets realiseringsniveau, og her også evaluere og reflektere over effekten af det koncept, der udvikles. Dette gør jeg for at se på konceptets oplevelsesværdi for Kollisions rekvirenter, der er den kundegruppe, jeg designer til. Der opstår dermed en metadimension, da jeg udvikler et redskab til udvikling af oplevelsesdesign, som samtidig er tænkt som en oplevelse for rekvirenten at bruge.

Jeg vil slutte af med en procesrefleksion, da den proces jeg har gennemgå-

Kapitel 1

et har stor betydning for det resultat, jeg når frem til. Som jeg vil redegøre for, har forskellige valg i processen influeret på de videre skridt jeg har taget mod at udvikle et redskab til feltet mellem teori og praksis.

Først en introduktion til den praksisverden, jeg arbejder med.

Introduktion til Kollision

Konceptet i specialet er udarbejdet som et forslag til Kollision, hvilket betyder, at de forskellige typer af projekter de arbejder med, har betydning for konceptets udformning. Kollision er en designstue, der har eksisteret siden 2000. Virksomheden arbejder med mange forskellige projekter lige fra borgerinddragelse til udstillinger og facadeprojekter, og alle projekter er karakteriserede af at have en digital vinkel. Under mit praktikophold bestod Kollision af fem personer, hvoraf fire var partnere. De to partnere, der har deltaget i interviews, er: Tobias Løssing (TL) og Thomas Fabian Delman (TFD). TL er uddannet på Arkitektskolen i Aarhus indenfor Kommunikationsdesign, og TFD er Cand.mag i Litteraturhistorie og Multimedier. Arbejdsmiljøet er meget akademisk præget som følge af alle partnernes Ph.d.-grader, hvilket betyder, at jeg har mulighed for at have et langt mere akademisk udgangspunkt, end hvis konceptet skulle udvikles til virksomheder uden denne faglige sammensætning.

Designprojekterne hos Kollision er præget af diversitet, og det er derfor svært at sige noget helt generelt om deres processer. Udover forskelligheden i opgaver varetager de ofte selv alle trin i designprocesserne lige fra at inddrive projekterne til design og udførelse, hvilket betyder, at deres arbejdsopgaver er meget varierende, men også kræver megen energi. Derfor er mit fokus at udvikle et koncept, de kan benytte i designprocesser, altså et koncept der kan fremstå som et redskab i designprocessen. Redskabet skal kunne kvalificere designet og gøre designere og kunders beslutningstagen i designprocessen lettere, således der opstår en mulig-

Introduktion

hed for effektivisering. Der er ikke tale om et procesredskab, tværtimod. Jeg ønsker at udvikle en model og et redskab til produktudvikling, der kan indgå i Kollisions designprocesser. Denne beslutning om at fokusere på produkt fremfor proces stammer fra mit arbejde med praktikrapporten, idet TFD, TL og jeg der udvikler et procesredskab, der på den ene side er meget komplekst og på den anden side alt for simpelt. Derfor vil jeg i første omgang fokusere på et produktudviklingsredskab med et simpelt udgangspunkt, så kompleksiteten ikke bremser forståelsen af den valgte teori.

I følgende afsnit vil jeg præsentere de resultater, jeg kommer frem til i praktikrapporten. Jeg redegør ikke for den bagvedliggende teori, da den er at finde i bilag 1, og ikke har altafgørende betydning for specialet. Den del af teorien der også benyttes i specialet, præsenteres når det bliver anvendt.

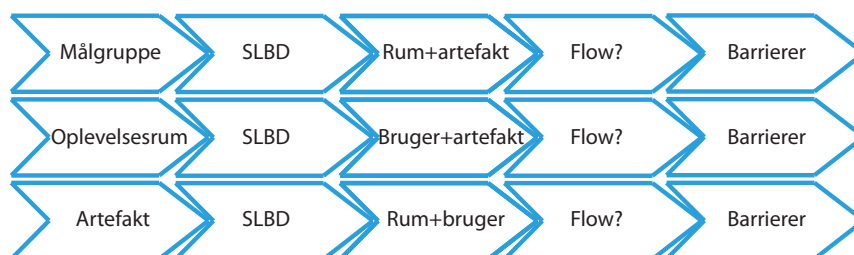
Opsummering af resultater fra praktikrapporten

I rapporten er det udviklede produkt benævnt *oplevelsesdesignmodellen* (OD-modellen) med trinnet *Mind-Body-Heart*, som den del af OD-modellen der sætter fokus på det centrale i udviklingen af en oplevelse. Udviklingen af OD-modellen tager udgangspunkt i forskellige situationer, jeg oplever under mit praktikophold. TL udtrykker et behov for at vide, hvordan forskellige målgrupper oplever, og dermed en måde at effektivisere og kvalificere designprocesser, der koncentrerer sig om oplevelsesdesign. Med dette udgangspunkt undersøger jeg forskellige segmenteringsmetoder, samt ser på Pine og Gilmores (1999) model *The Experience Realms* der illustrerer oplevelsestyper i oplevelsesøkonomien. Herudover undersøger jeg også Mihaly Csikszentmihalyis flowteori (2008), og John Hird og Peter Kvistgaards oplevelsesrum (2010). Dette i kombination bliver udgangspunktet for første udkast til OD-modellen. Den gennemgår en række udviklinger i praktikforløbet og også efterfølgende. Det oprinde-

Kapitel 1

lige udkast fremstår nu kun som inspiration for det koncept, der udvikles i indeværende speciale.

Første udgave af OD-modellen ser således ud:



Figur 2: Oplevelsesdesignmodellen, første udgave

Modellen skal forstås således, at der vælges en af linjerne. Enten tager projektet udgangspunkt i en bestemt fastlagt målgruppe, et oplevelsesrum eller bestemte artefakter, der skal inddrages. Herefter følges pilestrukturen, og dermed bliver der taget højde for de elementer, jeg på dette tidspunkt vurderer, der skal gennemarbejdes i designprocessen. SLBD er inspireret af Pine og Gilmores oplevelsesdomænemodell, som jeg præsenterer senere, da jeg også benytter den til det nye koncept, jeg udvikler i specialet. S står for *Sense*, der er underholdning, L står for *Learn*, der er læring, B står for *Be*, der er æstetik, og D står for *Do*, der er eskapisme (Pine & Gilmore 1999: 35). Hermed vises fire forskellige oplevelsestyper, hvoraf der skal vælges en eller flere for oplevelsesdesignet. Den rigeste oplevelse indeholder ifølge Pine og Gilmore elementer fra alle fire typer. At designe ud fra dette princip dog ikke lader sig gøre i praksis, beskriver jeg nærmere senere.

Udover oplevelsestyperne er det med modellen i praktikrapporten også min intention, at det skal undersøges, hvordan målgruppens flow kan un-

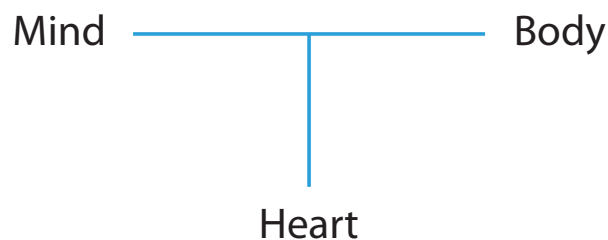
Introduktion

derstøttes, og om der er barrierer, der står i vejen for opnåelsen af flow.

Fordelen ved dette modeldesign er, at den giver et overblik over de elementer, jeg på dette tidspunkt ønsker at inddrage. Ulemperne er, at dens komplekse struktur gør, at overblikket let mistes, og at den er for statisk. Det kan volde problemer i dynamiske udviklingsprocesser, som Kollision arbejder ud fra.

Denne første udgave bliver i forbindelse med fokusgruppeinterviewet (Bilag 2) diskuteret og ændret, således at TL, TFD og jeg udvikler en mere dynamisk udgave. Ud fra en samtale, hvor vi bliver enige om, at udkastets komplekse struktur skal gøres mere simpelt, mere dynamisk og at det ikke er nødvendigt at inddrage alle elementer, benytter vi vores viden om iterative designprocesser, til at udvikle en mere dynamisk struktur. Ud fra dette designer vi *Mind-Body-Heart-trinnet*, der er inspireret af Pine og Gilmores domænemodell. Der er en del kritik af domænemodellen, som jeg gennemgår senere, men denne kritik er blandt andet medvirkende til, at vi skiller domænemodellen ad i dele, og anvender de punkter, der kan illustrere, om det er henholdsvis en intensiv eller en informativ oplevelse. Herudover er det tanken, at Mind-Body-Heart også kan hjælpe til at bestemme graden af æstetik.

Det fører til, at Mind-Body-Heart-trinnet får følgende udseende:

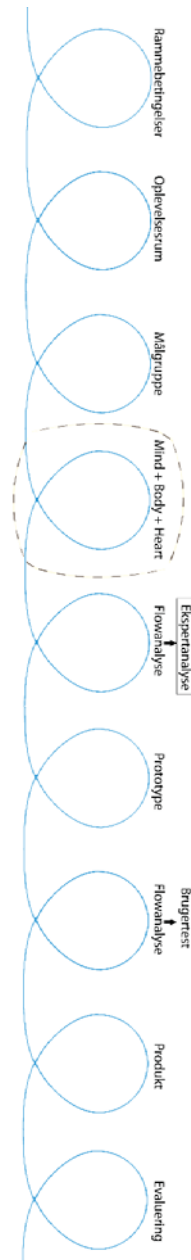


Figur 3: Mind-Body-Heart, Kollision og undertegnede

Kapitel 1

Dette trin skal benyttes som redskab til at bestemme, om det skal være en informativ oplevelse (Mind), en højintens oplevelse (Body) eller en æstetisk oplevelse (Heart). Det er tanken, at der skal være en komplementær værdi mellem Mind og Body, der gør, at det er muligt at bestemme om oplevelsen skal være stærkest på *enten* information *eller* på intensitet. Udover Mind og Body, skal der uafhængigt af de to værdier kunne sættes en værdi for oplevelsens æstetiske dimension (Heart). Mind-Body-Heart placerer vi i en iterativ modelstruktur tilpasset oplevelsesdesign, og samlet kalder vi det for *Oplevelsesdesignmodellen*:

Introduktion



Figur 4: Oplevelsesdesignmodellen, Kollision og undertegnede

Kapitel 1

Ved udviklingen af OD-modellen, forsøger vi at illustrere en dynamisk proces, men på trods af dette, har OD-modellens visuelle udtryk stadig form af en statisk struktur, hvor de enkelte trin dog påvirker det efterfølgende, og en cirkulær struktur er underliggende. De forskellige trin er forklaret i praktikrapporten (Bilag 1: 40).

Jeg vurderer i praktikrapporten, at trinnet Mind-Body-Heart er et interessant element i en model til oplevelsesdesign, omend det indeholder en del fejl. Først og fremmest kan det virke vildledende, at æstetikken er til i den samme struktur som information og intensitet, da disse værdier ikke hører til på det samme kontinuum – de er ikke alle komplementære størrelser. Æstetikken skal stå for sig selv, eller sammen med andre elementer end information og intensitet. Ydermere kan æstetikken godt vurderes generelt for en oplevelse, men det kan derimod være ønskværdigt at kunne skelne mellem oplevelser, der enten har intensitet som fokus eller information som fokus. Modellen kan altså ikke både beskrive køen til rutsjebanen og selve rutsjebaneturen på én gang, men kan godt beskrive begge dele hver for sig. Det er en ulempe ved modellen, at det ikke er muligt at benytte den som en samlet model til en oplevelse, der indeholder flere deloplevelser. Jeg vil i diskussionen vurdere, om det nye koncept formår at imødegå denne udfordring.

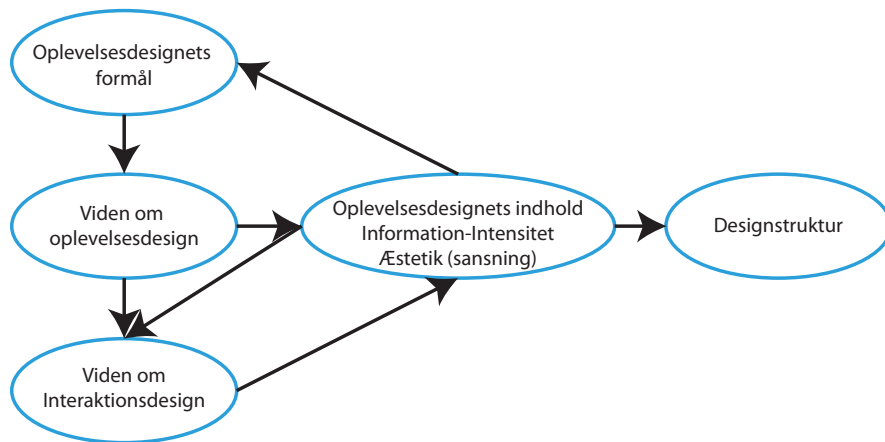
Det er vigtigt at fastslå, at æstetik i praktikrapporten og i Mind-Body-Heart-trinnet primært refererer til det smukke, hvorimod jeg fremover vil benytte begrebet anderledes. Jeg udvider begrebsforståelsen i afsnittet *Begrebsafklaring*.

Konklusionen på praktikrapporten er, at Mind-Body-Heart er for simpel til at have en egentlig brugsværdi. Generelt sætter OD-modellen nogle krav til designeren om, at vedkommende skal have en vis viden om oplevelsesdesign og flowteori, hvilket jeg ikke anser for hensigtsmæssigt. Disse krav vil jeg forsøge at minimere, da det er min vurdering, at det er

Introduktion

for kompleks en opgave for Kollision, i deres praksissituationer at skulle tage højde for en stor del teori, der kan benyttes indenfor oplevelsesdesign. OD-modellen som helhed gør designeren opmærksom på, at der er flere elementer i en oplevelse, der skal holdes in mente – dette vil jeg forsøge at styrke yderligere i den videre udvikling.

Efter praktikrapporten og inden påbegyndelsen af specialet, udvikler jeg modellen endnu en gang. Her opdeler jeg Mind-Body-Heart-trinnet, så det i stedet indgår i det trin, der hedder *oplevelsesdesignets indhold*. Den nye model er på ingen måde en færdig eller afprøvet model, men den har bidraget til de tanker, der danner grundlaget for indholdet i den model, der udvikles i dette speciale.



Figur 5: Visualisering af elementer i ny udgave af OD-modellen

Modellen illustrerer en cirkulær bevægelse mellem elementerne, der starter ved oplevelsesdesignets formål – her tænkes der på, hvad oplevelsesdesignet skal bruges til. Herefter er der brug for viden om oplevelsesdesign og om interaktionsdesign, før der tages fat på oplevelsesdesignets indhold. Her skal der tages stilling til faktorer som intensitet overfor information og den æstetiske dimension delt fra de andre faktorer. Disse beslutninger skal dernæst vurderes i forhold til oplevelsesdesignets for-

Kapitel 1

mål, og den viden designeren har om oplevelser og oplevelsesdesign, før der med brug af elementer fra iterative designprocesser, kan fastlægges en struktur for oplevelsesdesignet.

Jeg forsøger her at udvide den dynamiske forståelse af OD-modellen, samt at gøre den mere simpel. Udfordringen ved forslaget til denne udgave af en model er som ved OD-modellen, at den kræver omfattende viden om oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign, hvilket jeg ikke anser for optimalt i en praksissituation.

Det er tanken, at punktet *oplevelsesdesignets indhold* skal udvides med den nye viden, jeg tilegner mig løbende i specialet, således det er netop denne del i processen, jeg fokuserer på. Den del hvor produktets egenskaber bestemmes.

Med denne introduktion til Kollision og resultaterne fra praktikrapporten, vil jeg bevæge mig over i en konkret beskrivelse af den problemstilling, jeg arbejder med.

Introduktion

Problemfelt

Som beskrevet i indledningen, kredser problemfeltet for dette speciale om designprocesser, og brug af oplevelsesfokuseret viden. Kernen i problemfeltet er at udvikle et redskab, som kan hjælpe til design af en god oplevelse ved at assistere designerne med at holde fokus på oplevelsens form.

Vurderingen af de tre modeltyper, der indtil videre er fremvist, siger mig, at oplevelsens kompleksitet er svær at håndtere. Det vigtigste jeg i praktikken erfarede, at et redskab til oplevelsesdesign skal kunne, er at give nogle retningslinjer i en designproces. Disse retningslinjer skal være med til både at hjælpe designer og rekvirent, så der holdes fokus på det centrale ved designsituationen: At designe en god oplevelse fremfor favorisering af enkelte forslag. Det er især her, jeg sætter mit fokus. Jeg vil derfor arbejde mere med selve kernen i oplevelsesdesign, og med oplevelsesdesign i forhold til Kollisions processer.

Under mit praktikophold observerede jeg som nævnt, at Kollisions udviklingsprocesser i høj grad afhænger af designerens personlige og faglige kompetencer. En stor del af designprocesserne foregår ud fra rutiner, de har opbygget løbende gennem det sidste årti. Designudviklingen baseres på designerens praksiserfaringer, viden og grundige kendskab til hinandens kompetencer, hvilket gør, at det ikke er let at undersøge deres konkrete handlinger, og dermed give et entydigt bud på et virksomt redskab.

I forhold til Kollisions arbejdsgang, er der altså to faktorer på spil, der har betydning for det redskab, jeg udvikler. Kollision designer oftest produkter på baggrund af en opbygget viden og erfaring af forskellige designs, uden at kunne forklare præcist, hvad de gør. Herudover er brugerinvolvering ikke altid en del af deres designprocesser, og idégenereringen er

Kapitel 1

oftest baseret på deres respektive viden og på inputs fra rekvirenterne. Jævnfør interviewet med TFD og TL kan designerne ikke altid forklare, hvad de gør, det sker bare (Bilag 2: 65). I forhold til rekvirenternes accept af dette udtaler TFD:

TFD: De skal tro på, at vi kan løse det, for vi kan ikke forklare, at vi gør det. Altså, så de skal kunne se, at der er andre kunder, der har fået løst opgaver, de skal være trygge ved forventningsafklaringen, og så skal de i øvrigt stole på, at vi er de rigtige mennesker til at løse opgaven (Ibid.: 82)

Det er altså ikke ensbetydende med en vellykket designproces, at rekvirenterne ved, hvad der præcist sker. Designprocessen udføres som følge af Kollisions beslutningskompetencer i de enkelte situationer. Her skal første indspark til specialets retning findes: *Designdreven innovation*.

Designdreven innovation er et felt, hvor der er fokus på brugen af virksomhedens egne kreative kompetencer. Jeg benytter Roberto Vergantis tanker fra den indledende del i bogen *Design Driven Innovation* (Verganti 2009). Verganti skelner mellem designdreven innovation og populære teorier om brugercentreret innovation, hvor brugerne studeres og spørges for at finde deres behov. Denne tilgang står i modsætning til designdreven innovation, der styres af designernes kreativitet (Ibid.: VIII). Da det er kreativiteten, der er i fokus, medfører metoden hurtig generering af mange ideer, som kan udvikles, hvorimod research af brugeres behov ofte ender med en enkelt vision (Ibid.: XI).

Formålet med specialet er ikke at redegøre for metodens berettigelse eller korrekthed, men i stedet at huske på, at der findes forskellige designmetoder, og at designdreven innovation, som jeg senere vil redegøre for, kan benyttes til oplevelsesdesign.

Introduktion

Der eksisterer dog et paradoks i forhold til designdreven innovation. Hvordan ved designerne, at de udvikler et oplevelsesprodukt, som brugerne meningsfuldt kan værdsætte uden at inddrage brugerne i udviklingsprocessen? Ved at sætte fokus på netop individets evne til at opleve, ønsker jeg at åbne op for diskussionen om, hvorvidt det er muligt at etablere nogle retningslinjer for udarbejdelse af oplevelser uden brugerinddragelse. Jeg vil se på, hvordan et designhold i samarbejde med en rekvirent med baggrund i et teoretisk fundament kan tage kvalificerede beslutninger om designets oplevelsesform og dermed om, hvilken oplevelse de gerne vil etablere for deres brugere. Som jeg vil redegøre for, anser jeg det med inspiration fra flere teoretikere, ikke for muligt at designe en færdig oplevelse, men i stedet at kunne designe platformen for brugerens oplevelse, hvilket jeg vil redegøre nærmere for i afsnittet *Oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign*, og det er dette grundlag, jeg arbejder ud fra.

Afgrænsning er en kunst, og jeg har løbende undersøgt forskellige teoretiske og praktiske områder, som ikke har fået en skreven plads i specialet. Som nævnt har jeg foretaget en konstant vurdering af teorivalget, og det er konceptets anvendelighed, der har betydning for disse valg. Det oplevelsesbegreb jeg arbejder med, er knyttet til de situationer, hvor nogen har etableret et grundlag for at andre kan få en oplevelse. Jeg vil i afsnittet *Oplevelsens form* redegøre nærmere for den måde en oplevelse bliver til for og i individet.

Oplevelsesindustrien bevæger sig hele tiden, og nye principper og ideer til oplevelsesskabelse vokser frem. Jeg vælger derfor at tage udgangspunkt i nogle principper, jeg anser for værende direkte operationaliserbare og knyttede til hinanden. Det er ikke intentionen at udvikle et koncept, der kan tage højde for alle elementer i en oplevelse, men det er i stedet formålet at se på enkelte dele. Efter implementeringen af enkelte teorier om

Kapitel 1

oplevelse, kan det vurderes, om det er muligt at tilføje flere uden en pludselig stigning i kompleksiteten.

Der er tale om et produktspeciale, hvor jeg ønsker at omsætte teoribaserede principper til praksis, og forsøge at udtrække nogle elementer fra et ellers komplekst fagområde, så de kan bruges i konkrete designprocesser i praksis. I forhold til afgrænsningen og mit mål om et udviklingsredskab er pointen også, at konceptet er udviklet til Kollision, hvorfor det givetvis ville have set anderledes ud med udgangspunkt i en anden type designvirksomhed.

Der er flere problemstillinger forbundet med det felt jeg arbejder i, som knytter sig til henholdsvis teori og praksis. Dermed tager jeg et pragmatisk standpunkt og skiller i første omgang teori fra praksis. Jeg vil gennem en redegørelse, af det teoretiske grundlag jeg vælger, fastlægge udgangspunktet for udviklingen af et digitalt redskab på konceptniveau.

Min erfaring fra tidligere viser, at det at starte med et komplekst udgangspunkt og forsimple det, medfører den risiko, at slutproduktet bliver for simpelt. Herudover kan et komplekst udgangspunkt forvirre mere end højst nødvendigt, hvorfor jeg forsøger at minimere antallet af inddragne teorier, og have et overskueligt udgangspunkt. Perspektivet i konceptet er dog på trods af denne indgangsvinkel stadig delt mellem teori og praksis, da jeg ønsker et redskab, der *både* har teoretisk forklaringskraft *og* har brugsmuligheder i praksis. For at løse denne opgave, vil specialet i sig selv tjene som forklaringsgrundlag af redskabets bagvedliggende faktorer, og det endelige konceptforslag er rettet mod praksisanvendelse.

Introduktion

Med beskrivelsen af det problemfelt jeg arbejder i, kan jeg nu foretage en indkredsning af problemfeltet og opstille den præcise problemformulering for specialet.

Problemformulering

Jeg ønsker at give et bidrag til den empiriske virkelighed ved med udgangspunkt i fænomenologien og æstetikken at opnå viden om den menneskelige erfaring og oplevelse. Specialets hypotese er, at der med brug af fænomenologien som udgangspunkt for den menneskelige oplevelse, samt forskellige indgangsvinkler til oplevelsesdesign og æstetisk teori, kan dannes en platform for dialog om den menneskelige oplevelse. Jeg vil se på, hvordan en sådan platform kan fungere som redskab for designhold og rekvirenter i en designproces til at indgå kvalificeret dialog om den ønskede form på oplevelsen, så designet optimeres. Jeg vil se på, hvordan det gennem teori er muligt at udvikle et redskab til oplevelsesdesign, som kan fungere som beslutnings- og dialogredskab.

Med udgangspunkt i teori om oplevelsen, Kollisions praksisvirke samt viden om oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign, vil jeg dermed undersøge:

Hvordan kan et digitalt interaktivt redskab til udvikling af oplevelsesdesign udformes? Og hvordan sikres det, at der holdes fokus på elementer, der kan styrke designets oplevelsespotentialer?

Ud fra disse spørgsmål vil jeg arbejde mod at udvikle et koncept, der er forståeligt, brugbart og har fokus på oplevelsessituationer. Jeg sigter mod at konstruere et grundlag for et redskab til udvikling af oplevelsesdesign

Kapitel 1

baseret på den udvalgte teoretiske ramme kombineret med mine praksiserfaringer. Afsættet er eksplorativt og benytter hermeneutikkens videnskabssteoretiske principper, hvilket jeg i det følgende vil redegøre for.

Metode

Grundlaget for dette speciale er hermeneutikken. Jeg benytter løbende tolkninger til at forstå det felt, jeg står overfor. De aktiviteter jeg foretager før og under indeværende arbejde, har alle medført ny forståelse for den viden, jeg arbejder med. Hermeneutikken omhandler blandt andet hvordan aktiviteter bygger på gamle handlinger, og spor og efterlader nye af slagsen. Det betyder, at hver gang der gøres noget, ændres noget (Pahuus 2007: 141). I specialets tilfælde drejer ændringen sig om min teori- og praksisforståelse, der løbende medfører en ny og mere specificeret måde at forstå oplevelsesdesign på.

Hans-Georg Gadamer arbejder med, at for at forstå en anden person eller vedkommendes aktivitet, må det forstås ud fra ens eget liv og verden. Det er altså kun muligt at forstå den anden ved at forstå sin egen verden (Ibid.: 150). Når jeg arbejder med et redskab til oplevelsesdesign, der har rod i både den teoretiske og praktiske verden, afhænger det af min forudgående viden og kendskab til feltet. Denne er påvirket af min uddannelsesmæssige baggrund, der først og fremmest er designorienteret, men som også er orienteret mod menneskelig interaktion og oplevelsesskabelse. Herudover har jeg gennem mit praktikophold fået en ny forståelse for, hvorledes den teoretiske viden kan anvendes i praksis. Jeg forstår dermed teorierne og praksissituationerne ud fra den viden, jeg har fra tidligere aktiviteter. Dette knytter sig til den eksistentielle hermeneutik, der opfatter mennesket som et kompetent væsen, der er involveret i verden (Ibid.:150). Mennesket er altid sat i en situation, og erkendelse eller for-

Introduktion

ståelse er, når der vides, hvilke handlinger der skal foretages. Al forståelse sker ud fra og på grundlag af en bestemt *forforståelse* (Ibid.:150).

Den forforståelse jeg har inden påbegyndelsen af specialet, er præget af flere faktorer. De vigtigste faktorer kom til udtryk i praktikrapportens indhold, hvor jeg opnåede en ny forståelse af både praktik og teori. Denne viden er resultatet af nogle situationer, jeg indgik i hos Kollision, samt af de teoretiske vinkler, jeg benyttede til at forstå feltet. Det bidrog til en fortolkning af praksis i forhold til teori, og har givet mig nye forståelser, som jeg fortløbende arbejder med.

Forståelse og fortolkning rummer en cirkelbevægelse, idet der er en bevægelse frem og tilbage mellem en forståelse af de enkelte dele og en forståelse af helheden, hvilket også benævnes som den hermeneutiske cirkel (Ibid.:145). Jeg har en konstant svingning mellem del og helhed, og min viden bygges på i lag, således jeg løbende får nye forståelser af dele og helheder i feltet, der kan benyttes til at foretage tolkninger af nye og gamle vinkler. Som illustreret med figur 1 i det tidligere afsnit *Projektdesign*, starter jeg med en helhedsforståelse af problemfeltet, som jeg undersøger gennem en række delelementer, der tilsammen giver en ny helhed, så dele og helhed kan diskuteres.

De praktiske metoder jeg benytter til empirisk dataindsamling, er knyttet til interview- og observationsteknikker. Under praktikopholdet, foretog jeg i kraft af min status som praktikant deltagende observation (Flick 2006: 220). Disse observationer udgør min første og største empiriindsamling som jeg arbejdede videre med ved at foretage et fokusgruppeinterview (Ibid.: 189) med TFD og TL. Fokusgruppeinterviewet foregik som en åben dialog i forbindelse med mit udkast til modellen til oplevelsesdesign, og tog udgangspunkt i et diasshow, hvor jeg præsenterede teori og mit forslag til en modeltype, som vi så diskuterede (Bilag 4).

I specialet foretager jeg et semistruktureret interview (Flick 2006:155)

Kapitel 1

med TFD, hvor vi vurderer det teoretiske grundlag, jeg etablerer i specialet. Interviewet tager udgangspunkt i en interviewguide (Bilag 5) med plads til ændringer undervejs, for at kunne spørge ind til interessante svar (Flick 2006:155). Herudover foretager vi samtidig en evaluering af den mock-up, jeg udvikler i indeværende arbejde.

Mock-ups er tidlige prototyper og ofte lavet af papir, pap eller andre ikke digitale materialer og bruges af designere til at få tilbagemeldinger på designet og designideer tidligt i processen (Interaction-design.org: Mock-ups).

Den medbragte mock-up består af modellens første udgave, samt en række ord som TFD skal vælge imellem. Jeg blander hermed principperne for mock-up og et semistruktureret interview, hvor jeg spørger ind til Kollisions designprocesser, deres brug af nogle begreber, samt TFDs tanker om min mock-up. Der er flere fordele ved at bruge mock-ups, som eksempelvis at de kan bruges til at få kritik af brugerne, inden der bruges mange penge på at udvikle en mere velfungerende prototype. Mock-ups fokuserer på indhold og funktionalitet fremfor detaljer og grafisk design. Det betyder, at designet kan diskuteres for lave omkostninger (Ibid.). Jeg udvikler endnu en mock-up i dette speciale, der er en videreudvikling af første mock-up, der er evalueret med TFD.

Metoderne er valgt ud fra mine tidligere erfaringer med empiriindsamling og kendskab til Kollision, hvorfor jeg ikke har prioriteret at bruge plads og energi på en længere metodeplanlægning og redegørelse. Det vigtigste for specialet er ikke, hvordan jeg har indsamlet, men snarere hvor og hvad jeg har indsamlet.

Det skal gøres klart, at jeg har kørt to parallelle forløb. Den første udgave af både model og mock-up bliver udviklet nogenlunde samtidig, men

Introduktion

for forståelsens skyld i specialet, beskrives først modellens udvikling fra start til slut og derefter beskrives mock-uppens udvikling fra start til slut. Dette er gjort idet mock-uppens endelige design er udviklet på baggrund af den udviklede models endelige design, og jeg vurderer at læsevenligheden øges ved at adskille model og redskab fra hinanden. Den første mock-up er udviklet hurtigt og uden megen gennemarbejdelse, da jeg allerede fra starten ser en række udfordringer ved den måde modellen er opstillet på. Derfor fungerer den første mock-up nærmere som inspiration til videreudviklingen af det endelige redskab i OpDesign. Grunden til alligevel at lave den første mock-up er at få TFDs umiddelbare tanker omkring principperne for redskabet, hvoraf nogle stadig er bibeholdt i det endelige interaktive designredskab.

Følgende afsnit indeholder en introduktion til oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign, og jeg vil hermed etablere en indgangsvinkel til at arbejde med oplevelsesdesign.

Oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign

For at kunne understøtte de teorier jeg senere inddrager, vil jeg kort introducere begreberne *oplevelsesøkonomi* og *oplevelsesdesign*. Som det gør sig gældende for andre teorier i dette speciale, vælges litteraturen på baggrund af en fortløbende vurdering af relevansen, for det koncept jeg udvikler. Jeg anerkender hermed, at der er andre vinkler indenfor især oplevelsesøkonomien, end dem jeg her benytter, som har en betydning for forståelsen af oplevelse som værdikilde. Jeg vil inddrage Joseph Pine og James Gilmores *The Experience Economy* (1999), der er en del af den første litteratur om oplevelsesøkonomien, som blandt andet præsenterer forskellige oplevelsesformer og den økonomiske gevinst, oplevelser kan

Kapitel 1

give. Derudover vil jeg inddrage Christian Jantzen og Tove Arendt Rasmussens *Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?* (2007) og Christian Jantzen og Mikael Vetners *Oplevelsesøkonomi, vinkler på forbrug*, (2007). Herudover spiller bogen *Oplevelsesdesign* (2011) af Christian Jantzen, Mikael Vetner og Julie Bouchets en stor rolle i specialet, da jeg tager udgangspunkt i flere af deres definitioner.

Jantzen og Vetner beskriver oplevelsesøkonomi som betegnelsen for en erhvervsøkonomisk, nationalpolitisk og ideologisk dagsorden, hvor bevidstheden om den enkeltes oplevelsesbehov og forbrug er i centrum. Oplevelsesøkonomi er orienteret mod at understøtte det menneskelige ønske om nydelse, adspredelse og engagement (Jantzen & Vetner 2007: 202). Herudover kan følgende tilføjes:

I den almindelige forståelse af oplevelsesøkonomien handler det om at udforme og sælge oplevelsestilbud, der kan stille forbrugerne tilpas ved at give dem det, de forventer og gerne vil have af underholdning, føde, viden etc. (Ibid.: 213)

Pine og Gilmore er nogle af de første der beskriver oplevelsesøkonomien, og jeg er inspireret af deres oplevelsesdomæne model, som jeg vil redegøre nærmere for senere, når udviklingsarbejdet for alvor tager fat. De beskriver oplevelser som en ny værdikilde, som virksomhederne skal tilbyde forbrugerne for at tilføre varer og services ekstra værdi. Pine og Gilmore benytter en teatermetafor for at vise, hvorledes virksomhederne skal iscenesætte oplevelserne for kunderne (Pine & Gilmore 1999: 2), så kunderne rammes på personlig og mindeværdig vis, og dermed engageres (Ibid.: 3).

Introduktion

Med Pine og Gilmores tanke om iscenesatte oplevelser, er det udelukkende virksomheden, der igangsætter og fastholder oplevelsens retning (Ibid.: 178), hvilket kan kritiseres i forhold til senere ideer om, at kunderne selv skal være med til at skabe oplevelsen og relationen til virksomheden, og ikke bare deltage i virksomhedens teater. Denne kritik er blandt andet fremført af Prahalad og Ramaswamy i artiklen: *Co-Opting Customer Competence* fra Harvard Business Review (2000). Deres forslag til inddragelse af brugeren er, hvad de kalder *co-creation*, hvor brugeren ses som medskaber af oplevelsen, og brugernes kompetencer kan bidrage til virksomhedernes og produkternes øgede værdi. Jeg vil ikke benytte denne tanke, da det er min vurdering, at det vil skabe unødigt kompleksitet. I stedet vil jeg inddrage den igen i diskussionen, når jeg har fået etableret et grundlag for redskabet, for at se, om det kan tilføjes, uden at der opstår for megen kompleksitet. Jantzen og Rasmussen har også en del kritik af Pine og Gilmores tanker om oplevelsesøkonomien, som jeg ikke vil inddrage her. Det er dog en interessant diskussion, som jeg anbefaler den nysgerrige læser at se nærmere på (Jantzen & Rasmussen 2007).

For Jantzen, Vetner og Bouchet handler oplevelsesøkonomi om at købe eller sælge overraskelser, der er følelsesmæssigt involverende. Et produkt overrasker eller medfører oplevelser, når det tilbyder noget ekstra eller noget andet, end tilsvarende produkter inden for samme branche (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 17). Herudover handler det ifølge Jantzen og Rasmussen om at skabe produkter og oplevelser, der overrasker forbrugeren:

Udformningen af oplevelsesøkonomiske tilbud drejer sig således om at fremstille produkter, som forbrugeren ikke forlods anede, han eller hun havde behov for, men efterlods ikke forstår, at han eller hun nogensinde har kunnet leve foruden (Jantzen og Rasmussen 2007: 44).

Kapitel 1

Dette er dog ikke ensbetydende med, at det er let at designe oplevelsesprodukter, da to mennesker ikke kan have den samme oplevelse, idet hver oplevelse er afledt af interaktionen med den iscenesatte oplevelse og personens forudgående mentale og fysiske tilstand. Værdien af oplevelsen afhænger af den enkelte bruger (Pine & Gilmore 1999: 12).

Mit begreb om oplevelsesdesign knytter sig til oplevelsesøkonomien, og jeg forstår både oplevelsesdesign, som den proces det designede produkt eller den designede oplevelse gennemgår for at blive klar til forbrugeren, og som det endelige produkt.

Ifølge Jantzen, Vetner og Bouchet handler oplevelsesdesign om at tilrettelægge rammer, udvikle genstande samt planlægge situationer og hændelsesforløb, der kan bidrage til, at brugerne får interessante og relevante oplevelser på et fysiologisk, emotionelt og kognitivt plan. Oplevelsesdesign er en praksis, som skal fremstille tilbud, der kan opleves som underholdende og måske udviklende (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 49).

Ud fra Roberto Vergantis optik, fastholder Jantzen, Vetner og Bouchet, at oplevelsesdesign handler om at bevæge brugerne, på måder de ikke havde forventet, og at det dermed er designdreven innovation og ikke brugerdreven innovation, der skal til i udviklingsprocessen (Ibid.: 165).

Selvom Jantzen, Vetner og Bouchet mener, at det ikke er muligt at opstille et skema, der kan bruges til tilrettelæggelsen af oplevelser, fremsætter de ti generelle kriterier for det gode oplevelsesdesign:

Introduktion



Figur 6: Ti kriterier for oplevelsesdesign (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 98)

Jeg vil senere benytte netop disse ti kriterier som inspiration, men da jeg ikke finder en nærmere redegørelse af dem nødvendig i forhold til at definere oplevelsesdesign, er redegørelsen i stedet vedlagt som bilag 6.

På trods af at Jantzen, Vetner og Bouchet oplister disse ti kriterier for oplevelsesdesign, mener de, at overraskelseeffekten og dermed udviklingspotentialen bliver reduceret kraftigt, hvis den mindeværdige oplevelse kan sættes på en enkel formel (Ibid.: 72). Dette er jeg enig i, og det er min vurdering, at det med brug af eksempelvis kriterier som ovenstående er muligt at give en formel for, hvordan oplevelser kan *overvejes* i udviklingsfasen, men at det er forskelligt alt efter situationen, om alle ti kriterier skal opfyldes. Dette vil jeg senere diskutere.

Kapitel 1

Opsamling

Med oplevelsesøkonomien er målet, at skabe oplevelsessituationer, der er med til at tilbyde værdi for kunderne i form af overraskende elementer, der giver noget andet end forventet. Oplevelser kræver forbrugerens aktive indsats, og det gør sig gældende, at en oplevelse ikke er ens for to personer. Oplevelsesdesign fokuserer på at designe produkter, som brugeren ikke på forhånd vidste, at han havde behov for, men som han efterfølgende ikke kan forestille sig at leve uden. Der findes en række kriterier for det gode oplevelsesdesign, om end oplevelser ikke er mulige at sætte på et fast skema. Oplevelsesdesign skal fremstille interessante og relevante oplevelser, der påvirker forbrugeren på et fysiologisk, emotionelt og kognitivt plan, hvorfor jeg vil undersøge selve den kropslige påvirkning, som oplevelser medfører. Med denne gennemgang bevæger jeg mig på et relativt overfladisk niveau, og har ikke beskæftiget mig grundlæggende med selve oplevelsesbegrebet. Det vil jeg nu se nærmere på, inden jeg bevæger mig videre.

Oplevelsens form

Dette afsnit tager udgangspunkt i forskellige bidrag til oplevelsesdesignfeltet fokuseret mod det humanistiske rationale. Christian Jantzen og Mikael Vetner har skrevet flere bøger og artikler sammen, og Julie Bouchet giver sit besyv med i den seneste bog *Oplevelsesdesign* (2011). Forfatterne giver en beskrivelse af oplevelsens struktur og nogle af de mekanismer en oplevelse medfører i den oplevendes krop og tanke.

At tale om, hvad en oplevelse er, kan medføre lange diskussioner. Oplevelser er ikke et nyt fænomen, og oplevelser har stor betydning for mennesket:

Oplevelser er ikke kommet for at blive. De har altid været der. Hvis

Introduktion

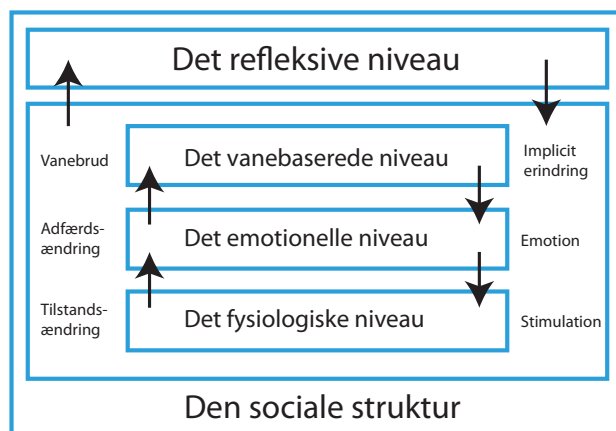
evnen eller viljen til at opleve pludselig forsvandt, ville den menneskelige eksistens med ét blive aldeles meningsløs (Ibid.: 13)

Oplevelser opliver og får mennesket til at mærke, og til at føle sig i live. De udfordrer og overrasker, bryder vaner og er anderledes end forventet, og det medfører en kropslig forandring. Samtidig medfører oplevelser erfaringer, der er vigtige byggesten i menneskets selvforståelse og identitet (Ibid.: 147+151).

Jantzen, Vetner og Bouchet benytter begreberne *forandring*, *forundring* og *forvandling*. Selv de mest simple oplevelser forandrer noget ved organismen, og fremmer følelser. Når disse forandringer bliver til en forundring over, hvad det er der sker, kan det føre til nye indsigter og forståelse (Ibid.: 26). At oplevelsen *forvandler*, betyder at oplevelsen bibringer permanente ændringer hos individet (Ibid.: 42). Oplevelser er dermed ændringer i organismens tilstand og adfærd, som kan bryde med tidligere forestillinger og opfattelser og i sidste ende måske danne nye forståelser og rutiner. Det er blandt andet dette, Jantzen, og Vetner arbejder med i *oplevelsens struktur* (Jantzen & Vetner 2007 samt Jantzen, Vetner & Bouchet 2011). Oplevelsens struktur er introduceret af Jantzen og Vetner, der først beskriver de tre niveauer: *Det vanebaserede niveau*, *det evaluerende niveau* og *det neurofysiologiske niveau*. Pirringer på det neurofysiologiske niveau medfører påvirkning af det evaluerende niveau, der derefter kan medføre ændrede præferencer på det vanebaserede niveau (Jantzen & Vetner 2007: 204). Til de tre nævnte niveauer tilføjer Jantzen og Vetner *det refleksive niveau*. De tre første niveauer udgør oplevelsernes biologiske plan, hvor organismen modtager, bearbejder og opsøger impulser. Her er bevidstheden ikke nødvendigvis impliceret. Det refleksive niveau skaber derimod altid betydningsdannelse. Her er emotioner bearbejdet som minder, samtidig med at oplevelsen kan dyrkes for den sociale anseelses skyld, og dermed påvirke nutiden og fremtiden (Ibid.: 210).

Kapitel 1

Oplevelsens psykologiske struktur er visualiseret i følgende model:

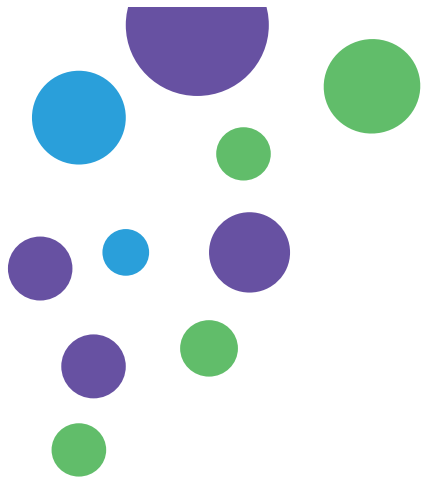


Figur 7: Oplevelsens psykologiske struktur (Jantzen & Vetner 2007: 213 samt Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 157)

Opsamling

Oplevelsen påvirker mennesket på både det biologiske og det reflektsive niveau, og kan være med til at skabe ændrede præferencer. Ved at skabe overraskelse og emotioner kan oplevelsen føre til adfærdsændringer og vanebrud. Dette er interessant, men for at kunne se nærmere på det, vil jeg i første omgang træde et skridt tilbage, og se på fænomenologien, hvor den menneskelige eksistens bliver forklaret ud fra vores omgang med fænomener i verden. Ydermere vil jeg for at se på det overraskende moment i oplevelser se på æstetikken, der knytter sig til sansningen af objekter. Følgende afsnit er dermed en begrebsafklaring, så de komplekse begreber kan gøres forståelige og relateres til min brug af dem og til den teori, der er præsenteret indtil nu.

Introduktion



Teoretisk konstruktion



Kapitel 2

Begrebsafklaring

Begreber adskiller sig fra hinanden ud fra forskellige egenskaber, og begreber er et spørgsmål om perspektiv. Et opslag i Gyldendals online encyklopædi giver følgende beskrivelse af begrebsdannelsesprocessen: *Begrebsdannelse er den proces, hvorved en persons begreb om et fænomen bliver til eller forandres* (Denstoredanske.dk: Begreber). I dette begrebsafklaringsafsnit vil jeg gennemgå en række begreber, som jeg anser for vigtige i forhold til kernen i en oplevelse, hvad enten oplevelsen er et produkt, en service eller en begivenhed.

Som nævnt i forbindelse med problemfeltet vil jeg først ved brug af fænomenologi og æstetik opnå en forståelse for, hvordan mennesket oplever. Efter gennemgangen af begreberne opsættes en række punkter, så jeg kan tydeliggøre det valgte pointer fra de to teorier om sansning. Jeg vil ikke foretage en altomfattende udredning af begreberne, men i stedet fremføre nogle vinkler, der sammen danner grundlag for den forståelse, jeg arbejder videre med.

Det er nærliggende at begynde med at se på, hvorledes mennesket oplever, og her gør jeg brug af Maurice Merleau-Pontys *Kroppens fænomenologi* (2009) samt Ulla Thøgersens *Krop og fænomenologi* (2006), der er en repræsentation af Merleau-Pontys teori. Denne kombination bruger jeg, for at få et indblik i den kropslige erfaring. Jeg benytter Merleau-Ponty som grundlag, da han er den af de fænomenologiske filosoffer, der har størst fokus på kropslig erfaring.

Teoretisk konstruktion

Fænomenologi

Det er kroppen, der giver os en verden, som på en gang består af velkendte og fremmede træk. Det er igennem kroppen, at vi sanser og forstår fænomenernes mening (Thøgersen 2006: 23)

Således skriver Thøgersen i sin introduktion til Merleau-Pontys arbejde med fænomenologien. Tanken om kroppen som omdrejningspunkt er en del af sammenhængen i de teorier, jeg har valgt at inddrage, og er et af de bærende elementer i modellen. At forstå fænomenologien er dog lidt af en udfordring. Fænomenologien fremstår ikke som en ensartet videnskab eller filosofi, men kan bedre forstås som forskellige strømninger, der befinder sig inden for samme overordnede bevægelse (Ibid.: 25).

Merleau-Ponty skriver i sin indledning til *Perceptionens fænomenologi*:

Alt hvad jeg ved om verden, også fra videnskaben, ved jeg ud fra mit eget synspunkt eller ud fra en oplevelse af verden, uden hvilken videnskabens symboler ikke ville have nogen mening (...) jeg er den absolutte kilde (Merleau-Ponty 2009: IX).

Med dette siger Merleau-Ponty at menneskets placering i verden, er starten på oplevelser og viden. Disse oplevelser er knyttet til kroppen:

Det er gennem min krop, jeg forstår andre, ligesom det er gennem min krop, jeg perciperer >>ting<< (Ibid.: 153).

Kroppen kan dog mere end blot at tilgå de umiddelbare sansninger, da bevidstheden også knytter sig til kroppen. Merleau-Ponty tager udgangs-

Kapitel 2

punkt i, at mennesket er en kropslig eksistens, hvilket betyder, at *bevidstheden* er forankret i en kropslighed. Det gør, at mennesket først og fremmest har adgang til fænomenerne gennem perceptionen – altså gennem erfaringer der er opnået via sansningen (Thøgersen 2006: 22). Merleau-Ponty bemærker, at kroppen ikke fungerer som en objektiv genstand, men at kroppen i stedet er forbundet med dens oplevelser. (Ibid.: 38). Han mener, at menneskets adfærd er baseret på en meningsfuld kropslig rettet mod verden, hvilket betyder at kroppen placerer mennesket i meningsfulde situationer i verden (Ibid.: 41). Hertil er Merleau-Ponty blandt andet inspireret af Edmund Husserls begreb om *intentionalitet*. Merleau-Ponty beskriver intentionaliteten som en kropslig rettet mod fænomenerne og fremhæver, at erfaringerne af verden er baseret på bevidsthedens enhed med kroppen. Bevidstheden er rettet mod tingene i verden i kraft af kroppens intentionalitet (Ibid.: 29):

(...) al bevidsthed er bevidsthed om noget (Merleau-Ponty 2009: XX)

I tråd med dette pointerer Husserls elev Martin Heidegger, at mennesket er kendetegnet ved at være optaget af sin egen væren, da mennesket er et spørgende og forstående væsen. Idet vi allerede er engageret i verden, kan verden vække vores nysgerrighed, spørgelyst og interesse. Menneskets eksistens understreges som en *væren-i-verden*, der betyder, at mennesket uløseligt er knyttet til og involveret i verden, og dermed altid er orienteret mod noget (Thøgersen 2006: 27). Dette er Merleau-Ponty inspireret af, og han forklarer hvordan væren-i-verden er en konstant kontakt mellem krop og verden:

Kroppen er bæreren af væren-i-verden, og det at besidde en krop betyder for et levende væsen at slutte sig til et bestemt miljø, smelte

Teoretisk konstruktion

sammen med særlige forehavender og uafbrudt engagere sig deri
(Merleau-Ponty 2009: 20)

I forhold til kroppens indlejring i verden arbejder Merleau-Ponty ifølge Thøgersen med begrebet *egenkroppen*, der er den krop, som det enkelte menneske *er*, altså den krop, som eksistensen er forankret i. Her er tale om mere end blot den fysiske krop (Thøgersen 2006: 7). Egenkroppen betyder, at individet kan sanse og foretage handlinger i verden samt udtrykke sig overfor andre mennesker. Begrebet udfordrer opfattelsen om, at kroppen udelukkende tilhører naturens verden. Merleau-Ponty mener, at kroppen også er indlejret i en kulturel verden (Ibid.: 7). Med begrebet om egenkroppen viser Merleau-Ponty, at kroppen både er objekt og subjekt (Ibid.: 16). I resten af specialet benytter jeg *kroppen* som betegnelse for egenkroppen.

Kroppens fysiske side gør den synlig i verden, og kroppen kan på den baggrund udtrykke sig og udkaste en betydning, både for det pågældende individ, men også for andre (Ibid.: 122). Det er ikke muligt at adskille sig fra kroppen, og dermed kan der tales om kroppens permanens. Kroppens permanens er grundlag for menneskets perception, og den er ontologisk, hvilket betyder, at det er en nødvendighed ved menneskets væren. Det er ikke muligt at stille sig overfor sin krop, ligesom det er det med andre genstande (Ibid.: 108).

Dette knytter sig til den forståelse jeg tidligere har præsenteret af oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign, hvor det udtrykkes, at oplevelsen afhænger af den enkelte persons forudgående fysiske og mentale tilstand, og at oplevelser påvirker kroppen både ubevidst og bevidst.

Enhver perception eller sansning refererer altså tilbage til et menneskeligt subjekt, kroppen (Ibid.: 127). Sansningen er intentionel og indlejret med en forståelse af tingenes betydning, og sansningens genstande er ikke meningsløse objekter, men eksisterer i et betydningsfelt, hvor tin-

Kapitel 2

gene har en iboende mening (Ibid.: 65).

Perceptionen stammer fra en åben dialog mellem krop og verden, i hvad Merleau-Ponty kalder en *åben kommunikation*. Hermed mener han, at krop og verden indgår i et samspil i perceptionen. Perceptionen fremkommer i et miljø, der er tilgængelig for kroppen, og i denne indre relation opstår det forhold, der gør, at mennesket altid er en væren-i-verden. Dette indre forhold mellem krop og verden medfører, at kroppen umiddelbart kan optage tingenes betydning (Ibid.: 128).

Enhver perception finder sted i en atmosfære, hvor sansningen er præpersonlig, hvilket betyder, at det oprindelige perceptionsfelt ikke kun tilhører en enkelt person, men at feltet er tilgængeligt for alle kroppe. Individerne stjæler ikke verden fra hinanden i deres egne perceptioner. Vi er alle er omgivet af den samme naturlige verden (Ibid.: 128). Når perceptionen optager kroppen, er de enkelte sanser ifølge Merleau-Ponty ikke adskilt fra hinanden, men sanserne kommunikerer internt. Her taler han om sansernes enhed. Det betyder, at eksempelvis høresansen ikke er adskilt fra synssansen (Ibid.: 129). Menneskets perception er ikke en intellektuel handling baseret på fornuften, men en kropslig handling forankret i menneskets kropslighed, hvorfor sanserne har stor betydning (Ibid.: 12).

Kroppen bærer ikke kun på den enkeltes kropslige eksistens, men også på en kropslig sameksistens idet kroppen med det samme den bliver født, er indlejret i en social verden. Dermed er vi allerede før vi får bevidsthed om os selv som individ eksisterende i en socialitet med andre (Ibid.: 55). Vi støder konstant gennem sproget eller i anvendelsen af kulturelle objekter på den sociale verden som et faktum. Dermed er sproget og de kulturelle objekter ifølge Merleau-Ponty udtryk for, at vi befinder os i en social verden (Ibid.: 53). Vi taler kun, fordi der er nogen at tale til, men mennesket har også en førbegrebslig tilgang til verden, der betyder, at mennesket ikke altid har brug for et sprog for at høre sammen med verden (Ibid.: 56).

Altså kan det siges at oplevelser befinder sig i et abstrakt rum, hvor flere

Teoretisk konstruktion

personer har adgang til sansning. Sanserne arbejder sammen, og kroppen og perceptionen er sammenhængende som også Jantzen og Vetner pointerer jævnfør oplevelsens psykologiske struktur.

I den fysiske verden kommer eksistensen til at bære præg af bestemte rytmer som følge af det daglige miljø personen befinder sig i. Disse rytmer er rutiner, og verden indbyder til, at kroppen fastholder sine vaner (Ibid.: 108). Vanetilegnelse er udtryk for, at vi formår at reagere på en situation, hvilket vi kan, fordi vi har lært at indrette os kroppligt i situationen, så kroppen ved, hvilke handlinger der skal udføres. Vaner bliver ikke aktiveret af reflekser eller tanker, men vanen er udtryk for en viden, der er indlejret i kroppen (Ibid.: 118). Vanen er ifølge Merleau-Ponty udtryk for menneskets evne til at udvide dets væren-i-verden (Merleau-Ponty 2009: 99).

Man siger, at kroppen har forstået, og vanen er erhvervet, når den har ladet sig gennemtrænge af en ny betydning, når den har tilegnet sig en ny betydningskerne (Ibid.: 103)

Det er disse rutiner, der er interessante at forsøge at udfordre for at skabe et oplevelsesdesign, der overrasker brugeren. Det er kroppen, der skaber vanerne, men den er ikke alene i verden.

I forhold til det overraskende element og forundring, forandring og forvandling, der før er beskrevet, må oplevelser udfordre den enkeltes væren-i-verden, for at kunne ændre på eksisterende rutiner.

Ud fra den viden jeg har valgt at inddrage fra dette felt, kan følgende viden sættes på punktform:

Kapitel 2

Specialets forståelse af fænomenologi

Kroppen og tanken er sammenhængende

Forskellige sanser arbejder sammen

Kroppen er både subjekt og objekt

Bevidstheden er rettet mod verden og genstande

Mennesket er et spørgende og forstående væsen

Der eksisterer en kropslig sameksistens mellem mennesker

Vanen er udtryk for viden, der er indlejret i kroppen

Figur 7: Specialets forståelse af fænomenologi

Opsamling

Med fænomenologien er det nu blevet fastslået, at kroppen er centrum for den menneskelige oplevelse og erfaring, og at den bidrager til en bedre forståelse af oplevelsens struktur. Kroppen er den, der er i verden, og dermed er adgangen til oplevelser. Sansernes samarbejde og menneskets spørgende væsen gør mennesket i stand til at opleve nyt. Fænomenologien siger dog intet om overraskelsens betydning i oplevelser, som jeg tidligere har redegjort for vigtigheden af, hvorfor jeg nu vil se på æstetikens rolle i oplevelser. Med dette forventer jeg efterfølgende at have et teoretisk grundlag for at forstå, hvordan mennesket oplever, og hvad der skal til for at skabe det overraskende element, der efterspørges i den præsenterede teori af oplevelsesdesign.

Teoretisk konstruktion

Æstetik

Da æstetikken gennem tiderne har været diskuteret mangt og meget, inddrager jeg ikke alle de teoretiske vinkler. Jeg benytter mig af Richard Shusterman og Adele Tomlins beskrivelse af æstetikken som felt samt af Jantzen, Vetner og Bouchets syn på æstetik sat overfor kommunikation. Disse tilgange er valgt, da de giver en forståelse af æstetik, der kan knyttes til oplevelsesdesign, og viser hvordan det er muligt at se æstetikken som faktor for sansning og refleksion.

Hvis en æstetisk oplevelse skal defineres, vil mange referere til smukke landskaber eller kunst (Tomlin 2008: 1). Ludwig Wittgenstein fandt i sine filosofiske undersøgelser ud af, at konceptet for æstetisk oplevelse nærmest er umuligt at definere og udtrykke med logisk sprog, da begrebet er blevet beskrevet med mange forskellige betydninger (Ibid.: 1). Det er altså svært at definere æstetikens karakteristika. Som også Shusterman skriver: *Theories of aesthetic experience differ significantly as to their purpose* (Shusterman 2008: 84).

Æstetik som begreb stammer fra det græske ord for sanselig perception, og Alexander Baumgarten er den første til at bruge det til at karakterisere, hvad han betragter som vores indre eller mere sanselige evner for erkendelse. Æstetikbegrebet benyttes også til at diskutere objekter og former for perception (Ibid.: 79). Flere filosoffer fortolker æstetisk oplevelse som essentielt værdifuldt og nydelsesfuldt, men Shusterman understreger, at æstetiske oplevelser også kan tilbyde erfaringer, der ikke er behagelige eller fulde af nydelse (Ibid.: 81).

Æstetisk oplevelse er altid orienteret mod og struktureret af den genstand, der opleves. Dermed er det kun muligt at opnå en specifik æstetisk

Kapitel 2

oplevelse ved at opleve disse objekter selv (Ibid.: 85).

Hvis vi forstår æstetik som sanselig erkendelse, kan det kendetegnes ved, at *substansen* ikke er lig med *formen*. Ved æstetiske objekter findes en konstant uafgjorthed, der betyder, at selv når tilskueren har forstået budskabet, er der stadig en fornemmelse af, at der er noget, der endnu ikke er helt forstået, og det er her fortolkningen træder til (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011:127). Ifølge Jantzen, Vetner og Bouchet er en forudsætning for æstetisk erkendelse, at der er en vedvarende svingning mellem form (begreb) og substans (stof). Substans er det, der fremtræder fysisk, og form er de kvaliteter, der knytter sig til substansen. Substansen kan kun forstås gennem formen. Formen afhænger dog også af substansen, da der ellers ikke ville være noget den kunne knytte sig til (Ibid.: 125). Æstetik er involverende, og adskiller sig ifølge Jantzen, Vetner og Bouchet fra den ideelle kommunikation, hvor strukturen og funktionen er de vigtigste redskaber for at levere et budskab. Den æstetiske effekt opstår dermed i modsætning til kommunikationssituationer, når udtrykket i det sagte ikke kun formidler et budskab. Det samme gælder fysiske rum, hvor den æstetiske effekt opstår, når rummet tilbyder mere end en nyttig funktion, og dermed tilbyder en overraskelse. Rummet har ikke længere kun ét formål, men tillader en svingning mellem form og substans (Ibid.: 131). Forskellen mellem æstetik og kommunikation er, at æstetikken opretholder en vekselvirkning, hvorimod kommunikation drejer sig om at levere et budskab, uden at afsenderens intentioner forsvinder undervejs (Ibid.: 127). Det er æstetikken, der er oplevelsesskaber og ikke kommunikationen (Ibid.: 122).

Som Shusterman fremhæver, er refleksion og fortolkning, der er indeholdt i en æstetisk oplevelse, ofte en del af en forbedret oplevelse (Shusterman 1997: 32). Ved at have et tilsigtet objekt, har æstetisk oplevelse altid en meningsdimension, og er dermed en meningsfuld perception. Subjektets sindstilstand er central (Shusterman 2008: 83). Shusterman har følgende

Teoretisk konstruktion

citater, der knytter sig til Husserls intentionalitet:

Aesthetic experience is not a mere empty subjective state, it always has an intentional object of some kind, even if that object is only imaginary (Ibid.: 82).

Æstetikken er et resultat af intentionaliteten, og tilskuerens forudgående sindstilstand, hvilket kan knyttes til fænomenologien og Pine og Gilmores tanke om, at to personer ikke kan have den samme oplevelse.

Herudover kan æstetikken benyttes som et middel til aktiv oplevelsesskabelse. Æstetikken medfører som tidligere nævnt spænding og følelsen af at være uforberedt på den overraskelse brugeren bliver tilbudt. Følelsen af spænding opstår i brugerens kropslige og mentale interaktion med objektet (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 132).

Oplevelsen og æstetikken har det tilfælles, at de begge udviser den samme dobbelte objektive-subjektive karakter. Oplevelse kan konnotere både objektet for oplevelsen, altså *hvad* der opleves, men også *hvordan* objektet opleves af et subjekt. Udover dette er oplevelse både et substantiv og et verbum, hvilket betyder at det både kan referere til en færdig begivenhed eller et færdigt produkt, samt til en igangværende oplevelsesproces (Shusterman 2008: 79).

Shusterman fremhæver fire forskellige forståelser af den æstetiske oplevelse. Den æstetiske oplevelse har en *evaluerende dimension*, idet den essentielt er værdifuld og fornøjelig. Den har en *fænomenologisk dimension* idet den er sanset og værdsat, da den får vores opmærksomhed til at fokusere på æstetikens umiddelbare tilstedeværelse, og dermed stikker ud fra den almindelige rytme i rutineoplevelser. Den æstetiske oplevelse har en *semantisk dimension*, idet det er en meningsfuld oplevelse, og ikke kun er en følelse, og sidst har æstetiske oplevelser en *demarkations-defi-*

Kapitel 2

nitorisk dimension, der handler om at afgrænse det æstetiske til kunstens felt (Shusterman 1997: 30). Jeg vil benytte mig af den fænomenologiske, den evaluerende og den semantiske dimension som udgangspunkt for at kunne designe oplevelser, der tilbyder overraskelse og refleksion, og som samtidig er meningsgivende.

Udover Shustermans beskrivelse af den æstetiske oplevelses karakter, fremhæver Jantzen, Vetner og Bouchet også en række egenskaber. Især vil jeg i min brug af æstetikken som byggesten til redskabet benytte mig af deres pointer:

Jantzen, Vetner og Bouchets pointer om æstetik

Æstetik tilbyder os noget, vi ikke regnede med at skulle få

Æstetik skaber indsigt ved kropsligt nærvær

Æstetik udfordrer forforståelser ved at bryde forventninger

Æstetik er kendetegnet ved, at indholdet ikke er entydigt

Figur 8: Jantzen, Vetner og Bouchet om æstetik (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 25+123-127)

Hermed har jeg truffet et valg om ikke at beskæftige mig med kunsten som æstetik, men i stedet at se på æstetiske objekters påvirkning af oplevelsen. Ud fra den indsamlede viden om æstetik kan følgende dermed sættes på punktform:

Teoretisk konstruktion



Figur 9: Specialets forståelse af æstetik

Opsamling

Jeg har nu undersøgt både hvordan mennesket sanser, og hvad der kan bidrage til en overraskende oplevelse. Jeg har knyttet dette til modellen for oplevelsens struktur, og kan konkludere, at den æstetiske oplevelse opstår på både det biologiske og det reflektive niveau. Æstetikken kan være med til at give en person en oplevelse, som vedkommende ikke havde forventet at få. Fænomenologien og æstetikken har altså umiddelbart en del fælles forståelser, og omhandler begge den menneskelige sansning. For at holde brugsværdien af æstetik og fænomenologi for øje, vil jeg derfor nu se på sammenfald og forskelle mellem fænomenologi og æstetik.

Mine definitioner af fænomenologi og æstetik giver en række sammenfald og modsætninger, som jeg ønsker at tydeliggøre, for at kunne benytte dem aktivt i et designredskab. Som nævnt er fokus på brugen af begreberne en teoretisk baseret praksiskontekst, hvorfor der er vinkler, jeg simplificerer, for at kunne fastslå den ønskede brug. Dermed kan sondringen mellem de to felter virke kunstig, men pointen er at ved at benytte de to

Kapitel 2

teorier adskilt, kan der opnås en mere distinkt definition af, hvordan de kan bidrage til design af en oplevelse.

Det skal pointeres, at æstetik og fænomenologi ikke er på niveau med hinanden, da fænomenologi omhandler, hvordan vi erfarer, hvorimod æstetikken er en særskilt erfaringsform, som Shusterman nævner med de forskellige dimensioner. At den æstetiske oplevelse har en fænomenologisk dimension betyder, at æstetikken er afhængig af den sansning fænomenologien arbejder med. Dette er en problemstilling, jeg vil arbejde med senere, men først vil jeg adskille begreberne og se på, hvordan de hver især kan bidrage til en forståelse af elementer i oplevelsesdesign.

Hos fænomenologien er forventningsbruddet ikke en nødvendighed, hvorimod det er det hos den definition jeg abonnerer på af æstetikken. Hvor fænomenologien især fokuserer på menneskets evne til at agere i verden ud fra velkendte rutiner og vaner, er et krav for den æstetiske oplevelse, at genstanden giver et forventningsbrud, og skaber bevidst refleksion, som medfører den semantiske dimension. Både fænomenologien og æstetikken udvikler gennem sansningen menneskets bevidsthed, men det er på forskellige niveauer. Hos fænomenologien er vanen udtryk for viden, der er indlejret i kroppen, og æstetikken udfordrer denne.

Fænomenologi og æstetik kan altså fokusere på forskellige sider ved en oplevelse, men som følge af mit fokus på oplevelser som noget, der er skabt af nogen, må begreberne implementeres i forhold til den handling, der foretages for at udvikle en oplevelse. Jeg vil se på design.

Teoretisk konstruktion

Design

Dette afsnit om designbegrebet tager udgangspunkt i viden jeg har koblet fra bogen *Interaction Design, beyond human-computer interaction* (Sharp, Rogers & Preece 2007), TFDs ytringer om Kollisions designpraksis, samt Gyldendals online encyklopædi *Den store danske*, der beskriver designbegrebet ud fra forskellige tidsperioder og vinkler. Jeg vælger denne kombination, da det giver et indblik i designtraditioner og måder at bruge design i praksis.

Jeg starter med en generel beskrivelse af designbegrebet, og bevæger mig derefter over i feltet for interaktionsdesign. Denne viden sammenholder jeg derefter med tanker om designdreven innovation, der blev præsenteret indledningsvist.

Designbegrebet henviser til formgivning. Ordet har haft flere betydninger gennem tiden, og har været anvendt bredt, som en generel betegnelse for en plan eller for et skema for handlinger, der skal udføres. Ordet har været tæt knyttet til industrielt design, men siden velfærdsudviklingen har begrebet udviklet sig til en mere upræcis betegnelse for formgivning af forbrugsobjekter. Design associeres ofte med den formgivning, der adskiller produkter inden for samme produktkategori fra hinanden. Med teknologiens udvikling har design som begreb også fået plads i andre sammenhænge, og indgår i ord knyttet til design af digitale produkter (Denstoredanske.dk: design). Designprocessen opfattes som en kvalificeret koordinationsopgave, der involverer fagspecialister fra forskellige områder.

(Design opfattes) i stigende grad som et interdisciplinært område, der indsamler information ud fra flere discipliner og dækker over mange ekspertiser. Den brede definition synes at være et resultat af,

Kapitel 2

at stadig flere forhold spiller ind på udviklingen af design (Ibid.)

Mit konkrete designbegreb, som jeg bruger det i forhold til oplevelsesdesign hos Kollision, baserer sig på en kombination af ovenstående og af interaktionsdesign, da dette er feltet, Kollision arbejder med.

TFD: vi har jo netop ændret navn til designfirma frem for et arkitekturfirma, fordi vi mener, at design er en overkategori til arkitektur. Arkitektur er også design. Det er byplanlægning også, og interaktionsdesign er det også (Bilag 3: 199)

Til at redegøre for principper for interaktionsdesign, benytter jeg *Interaction Design, Beyond Human-Computer Interaction* (2007) af Helen Sharp, Yvonne Rogers og Jenny Preece. Inden for interaktionsdesign arbejdes der med at udvikle et produkt, der er brugbart. Det betyder, at produktet skal være intuitivt, effektivt at bruge og skal give en god brugeroplevelse (Sharp, Rogers & Preece 2007: 2). Med interaktionsdesign mener Sharp, Rogers og Preece interaktive produkter, der understøtter den måde mennesker interagerer i deres hverdags- og arbejdsliv (Ibid.: 8). Begrebet interaktionsdesign dækker blandt andet over interfacedesign, brugercentreret design, produktdesign og oplevelsesdesign (Ibid.: 9).

Hermed adskiller jeg design fra fænomenologi og æstetik ud fra en funktionel forståelse, der knytter sig til et produkt. Hvor de andre begreber knytter sig til sansningen af produktet, knytter min forståelse af design sig til produktets form og funktion. Til funktionen knytter sig en handling i form af den interaktion, produktets form medfører.

Den betydning jeg tillægger begrebet *interaktion* er knyttet til den handling, som eksisterer mellem mennesker (Denstoredanske.dk: interaktion)

Teoretisk konstruktion

og mellem mennesker og teknologi. Når der tales om interaktionsdesign, er det således den handling, der er mellem bruger og objekt. Dette er hvad blandt andre Sharp, Rogers og Preece kalder *Human-Computer Interaction* (Sharp, Rogers & Preece 2007).

Ved interaktionsdesign kan designerne ikke sikre sig, at brugeren får den intenderede oplevelse. Sharp, Rogers og Preece skriver følgende: *It is important to point out that one cannot design a user experience, only design for a user experience* (Ibid.: 15)

Som designer er det altså ikke muligt at sikre sig, at der designes en konkret brugeroplevelse, men designeren kan forsøge at designe et produkt, der kan understøtte en brugeroplevelse.

Interaktionsdesign benytter ofte brugerinvolvering i udviklingsprocessen (Sharp, Rogers & Preece 2007), men ved oplevelsesdesign er det ifølge Jantzen, Vetner og Bouchet en fordel at have en designdreven tilgang til innovations- og designprocessen, hvor designprocessen er drevet af formgivning. Da det ikke handler om at finde ud af hvad markedet og forbrugerne ønsker sig af produktet, men i stedet via formgivningen at forsøge at udvikle produkter, der skaber tiltrækning ved første blik, er oplevelsesdesign designdreven innovation. Det forsøger at skabe nye markeder (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 25). Det er den æstetiske praksis, der adskiller sig fra brugerdrevne eller markedsdrevne designprocesser og med designdreven tilgang er det ikke et ønske at skabe oplevelsesdesign, der fuldstændigt matcher brugernes ønsker, forestillinger og vaner (Ibid.: 165).

Med denne beskrivelse af design og interaktion, kan følgende oplystes:

Kapitel 2



Figur 10: Specialets forståelse af design

Når jeg her skriver, at det kun er muligt at designe til en oplevelse, skal det ikke forstås som Pine og Gilmores iscenesættelse af oplevelser. I stedet henviser det til pointen fra Jantzen, Vetner og Bouchet, der skriver at det ikke er muligt, at sætte den gode oplevelse på form. Der kan være en række kriterier, der inddrages i designet, og disse kan eventuelt tillade brugerens interaktion og personlige involvering i skabelsen af oplevelsen, men det er ikke muligt som designer at sikre sig dette udfald. Det er kun muligt at forsøge at designe et miljø ved hjælp af genstande som brugerne er motiverede for at bruge. For at se på, hvordan et produkt designes bedst muligt, så det skaber denne interesse vil jeg nu redegøre for Donald Normans arbejde med emotioner på et designorienteret niveau.

Designets indvirkning på den menneskelige oplevelse

Donald Normans *Emotional Design* (2005) er interessant, både idet han har øje for æstetikens betydning og ved, at godt design både skal have

Teoretisk konstruktion

både god brugbarhed og æstetisk tiltrækningskraft, der påvirker emotionen hos brugeren (Norman 2005: 8). Han mener, at emotioner er med til at ændre måden, vi tænker på, og at de er uadskillelige fra kognitionen (Ibid.: 7):

Emotion makes you smart (...) without emotions, your decision-making ability would be impaired. Emotion is always passing judgments, presenting you with immediate information about the world: here is potential danger, there is potential comfort (Norman 2005: 10).

Dette kan knyttes til Jantzen, Vetner og Bouchets fokus på det overraskende i oplevelser, der får brugeren til at standse op og spørge sig selv, hvad der foregår, og som eventuelt får brugeren til at ændre præferencer (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 133). Uden emotioner i designet, er det ikke muligt at overraske brugeren og dermed ændre vedkommendes tænkemåde.

Norman beskriver tre niveauer i et design, som påvirker den opfattelse, brugeren får af designet. De niveauer han arbejder med er *det viscerale niveau*, *det behaviorale niveau* og *det refleksive niveau*. Ved visceral forstår Norman dybe, indre følelser, og han beskriver at visceralt design er: *what nature does* (Norman 2005: 7).

Mennesker er indlejret i en verden med andre mennesker og naturlige fænomener, der gennem sameksistens har udviklet sig. Heraf følger, at vi som mennesker opfatter stærke emotionelle signaler fra miljøet, der automatisk fortolkes på det viscerale niveau, så attraktive objekter i højere grad virker tiltrækkende (Ibid.: 65). Dette knytter an til Merleau-Pontys forståelse af, at mennesket er indlejret i verden.

Det viscerale niveau er påvirkeligt af en lang række faktorer, da det er de

Kapitel 2

umiddelbare indtryk, der her finder sted (Ibid.: 29).

Det *behaviorale* niveau i design omhandler *brugen* af designobjektet. Her er det ikke designets udseende og fornuften ved produktet, der er i fokus, men i stedet ydelsen, der har afgørende betydning. Norman fremhæver fire dele i godt behavioralt design: *den fysiske følelse, forståelighed, anvendelighed og funktion* (Ibid.: 69).

I de fleste tilfælde er funktionen det vigtigste, som følge af vigtigheden i at vide, hvad et produkt gør. Dette er vigtigt for at se, om produktet opfylder et behov for brugeren. En udfordring ved at designe produkter, der rammer forbrugeren på det behaviorale niveau, er at det undertiden er svært at identificere menneskers behov, da det ikke altid fremgår tydeligt, hvad de ønsker (Ibid.: 70). Selvom Norman altså arbejder med at identificere menneskers behov, der står i modsætning til den brug jeg har af design-dreven innovation som metode til oplevelsesdesign, kan det behaviorale niveau knyttes til den funktionelle forståelse jeg har af designbegrebet. Der skal på det behaviorale niveau tages højde for forståelsen af produktet, for hvis brugeren ikke forstår det, mister produktet værdi (Ibid.: 75).

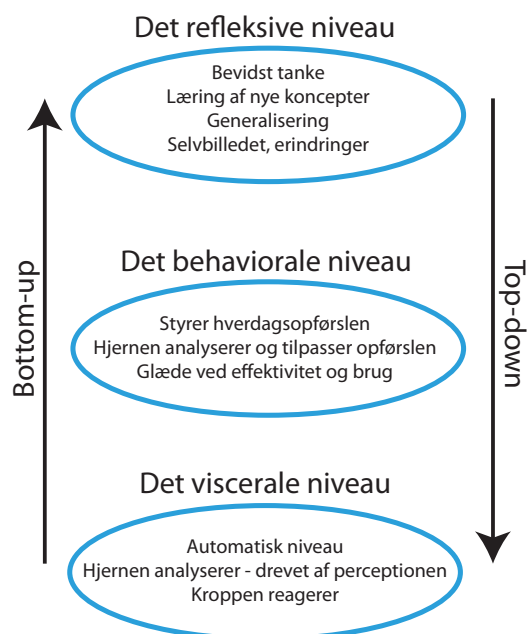
Norman redegør også for det *refleksive* niveau i design, der handler om at skabe betydning af objekter, og den personlige erindring produkterne fremkalder (Ibid.: 83). En vigtig del af refleksivt design er dermed, at de designede produkter bidrager til brugerens selvfølelse og image, idet refleksive beslutninger tages for at skabe et godt image (Ibid.: 84). Det kan dog være svært at designe til det refleksive niveau, da betydningerne er kulturelt betingede (Ibid.: 87). Dette knytter sig til Merleau-Pontys redegørelse for, at vi lever i en social verden, og er knyttet til menneskerne omkring os.

Argumentationen for at holde de forskellige niveauer i designs in mente tydeliggøres af Normans teori om, at emotioner er uadskillelige fra kognitionen, hvilket betyder, at emotioner er med til at ændre måden, vi tænker

Teoretisk konstruktion

på (Ibid.: 7). De emotioner som designs kan fremkalde, kan være med til at skabe ændrede præferencer og nye vaner, hvilket er centralt for oplevelsesdesign.

Ud fra de beskrivelser Norman har af de tre niveauer, har jeg visualiseret emotionelt design i følgende model:



Figur 11: Min visualisering af Normans redegørelse for de tre niveauer i emotionelt design (Norman 2005: 21)

Niveauerne påvirker hinanden indbyrdes, og starter enten fra bunden eller toppen (Ibid.: 21). Niveauerne kan dermed knyttes til Jantzen og Vetners model af oplevelsens struktur, hvor de forskellige niveauer også påvirker indbyrdes, og nogle er bevidste og andre ubevidste.

Kapitel 2

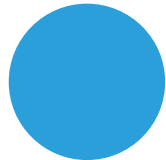
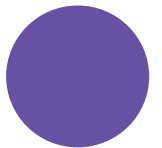
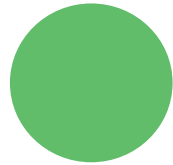
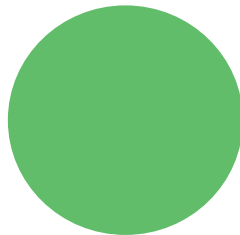
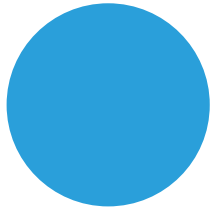
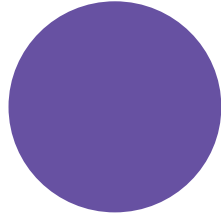
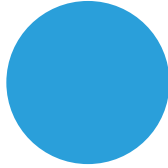
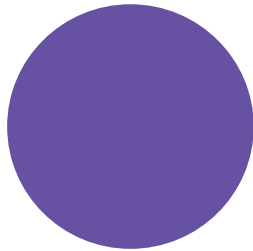
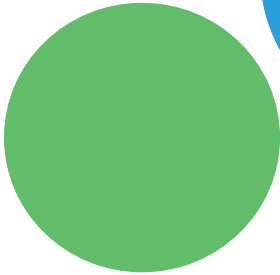
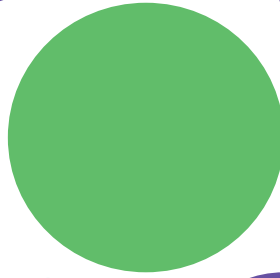
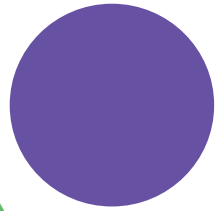
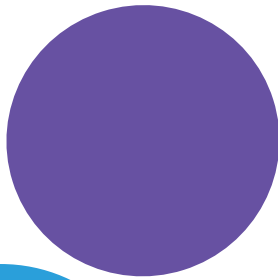
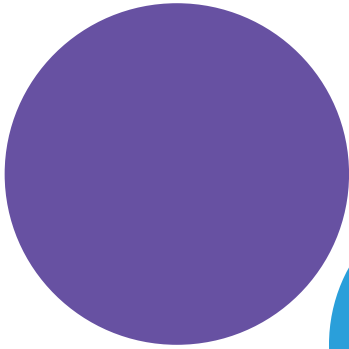
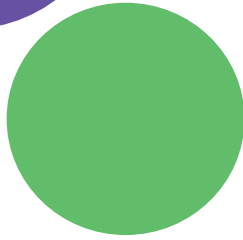
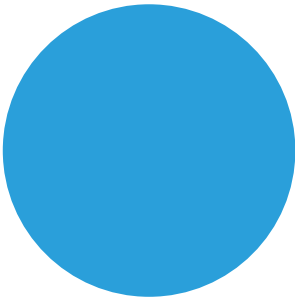
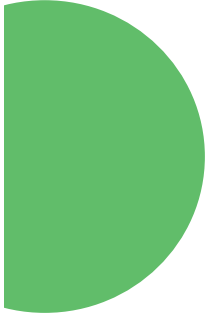
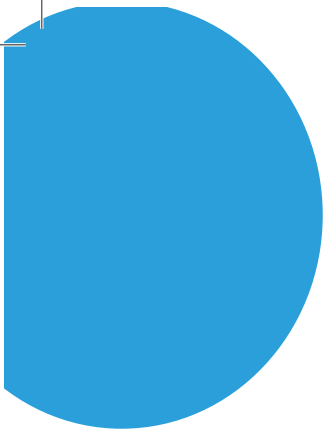
Opsamling

Design er i specialet knyttet til en funktionel forståelse af et produkt. Det knytter sig til brugen af produktet og til den interaktion produktet tilbyder frem for den refleksion, som sansningen og æstetikken eventuelt medfører.

Selvom Normans *Emotional Design* er rettet mod produktdesign, finder jeg hans teori relevant at inddrage i forhold til forståelsen af produkter til oplevelsesdesign. Når alt kommer til alt handler det om at udvikle et interessant design, der overrasker og udvikler vore præferencer. Som Jantzen, Vetner og Bouchet skriver, er den gode oplevelse ikke kun underholdende, pirrende eller spændende, den er også udviklende og meningsfuld fordi den udfordrer brugerens (selv)forståelse (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 29). Hermed kan vi koble æstetikken og Jantzen, Vetner og Bouchet med Donald Norman idet der med godt design både er fysisk (fænomenologisk dimension), betydningsmæssig (semantisk dimension) og forståelsesmæssig ændring (evaluerende dimension) hos individet.

Jeg mener nu at have etableret et grundlag for at kunne se på udvikling af oplevelsesdesign i en praksiskontekst. Det er min formodning, at jeg ved brug af den nye forståelse, kan udvikle et konceptforslag til et udviklingsredskab til oplevelsesdesign. I følgende afsnit vil jeg dermed se på, hvordan et redskab kan udformes.

Teoretisk konstruktion



Udvikling



Kapitel 3

Udvikling

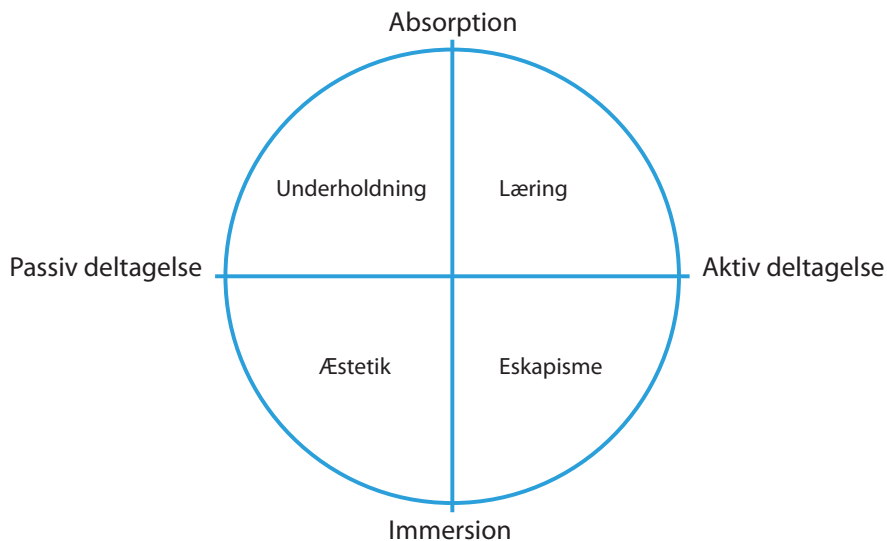
For at have et udgangspunkt for udviklingen af et kvalificeret redskab sammensætter jeg den anvendte teori, så den kan visualiseres i en model. Jeg er inspireret af de modeller jeg udviklede i samarbejde med TFD og TL, og nogle af Kollisions egne modeller, da jeg anser brugen af modeller for havende en god forklaringskraft. Som også TFD udtaler i interviewet fra maj 2012: (...) *modeller er altid fedt. Det gør verden simple, hvis modellen er simpel* (Bilag 3: 419).

De modeller jeg er inspireret af, er hentet både fra teori og praksis, og følgende afsnit vil indeholde en redegørelse af de modeller, der inspirerer mig, og som jeg direkte benytter i den senere udvikling af modellen og redskabets koncept.

Inspiration fra teoretiske og praktiske modeller

Jeg har før gennemgået og benyttet Jantzen og Vetners model af oplevelsens struktur, hvorfor jeg ikke vil gøre dette igen, men den inspirerer mig i forhold til udviklingen af en model til oplevelsesdesign. Her er det især sondringen mellem det ubevidste og det bevidste, og hvordan niveauerne påvirker hinanden indbyrdes, der danner grund for mine videre tanker, om den måde oplevelsens struktur kan holdes in mente.

Herudover finder jeg inspiration i Pine og Gilmores model *The Experience Realms*, som jeg før har nævnt. Med modellen mener Pine og Gilmore at give opskriften på, hvordan en god oplevelse skabes. De opsætter fire domæner, der alle er forbundet til oplevelse (Pine & Gilmore 1999:30).



Figur 12: Oplevelsesdomæner (Pine & Gilmore 1999: 30)

Denne model viser, hvorledes der kan være forskellige grader af oplevelser, og hvordan det er muligt at engagere kunder på mere end én måde. I den ene ende af den horisontale akse ligger *passiv deltagelse*, hvor deltagerne ikke har direkte indflydelse på udførelsen af oplevelsen. I den anden ende ligger *aktiv deltagelse*, hvor deltagerne personligt er med til at påvirke den begivenhed eller forestilling, der udgør oplevelsen. Her fastholder Pine og Gilmore vigtigheden i at huske, at selv mennesker, der ikke deltager aktivt, men som deltager som en del af helhedsopfattelsen af oplevelsen, hører til i den aktive deltagelse, da de er med til at skabe stemningen (Ibid.: 30).

Den anden dimension af oplevelsen, den vertikale akse, beskriver tilknytningen, som kunderne har til begivenheden eller oplevelsen (Ibid.: 31). Her er ligeledes to modpoler, hvoraf den ene er *absorption*, og den anden er *immersion*. Absorption henviser til, at individets opmærksomhed optages af, at oplevelsen bliver bragt i spil. Den anden ende af spektret, im-

Kapitel 3

mersion, henviser til de oplevelser, hvor individet er en fysisk eller virtuel del af selve oplevelsen (Ibid.: 31).

Mellem de to akser ligger forskellige vinkler på oplevelsen. Den rene *underholdningsoplevelse* er eksempelvis at tage i teatret eller lytte til musik – altså oplevelser passivt absorberet gennem sanserne (Ibid.: 31). *Læringsoplevelsen* baserer sig på, at deltageren absorberer de begivenheder, der udfolder sig foran ham. Denne type oplevelse er knyttet til lærings-situationer, hvor det dog er nødvendigt, at individet involverer sig aktivt (Ibid.: 32).

Eskapismeoplevelsen kræver mere fordybelse end underholdnings- eller læringsoplevelsen og er diametral modsætning til den rene underholdningsoplevelse. Deltageren i eskapismeoplevelsen er fuldstændig ned-sænket og fordybet i oplevelsen, som en aktivt involveret deltager. Individet bliver til en aktør, som er i stand til at påvirke den aktuelle udførelse. Eksempler på eskapismeoplevelser er temaparker, hvor rutsjebanerne er udformet som elementer fra film (Ibid.: 33). Til denne form for oplevelse gør Pine og Gilmore rede for, at internettet også er et medie for aktiv deltagelse, da det giver muligheden for interaktiv, social oplevelse (Ibid.: 34). Den æstetiske oplevelse giver individerne muligheden for at fordybe sig i en begivenhed eller et miljø, men de har ikke selv effekt på oplevelsen og lader derfor miljøet uberørt. Dog bliver individerne her selv påvirket af at have fået denne oplevelse. Et eksempel på dette er at være på tur i nationalparker (Ibid.: 35).

Pine og Gilmore anbefaler, at grænserne mellem de forskellige domæner udviskes, for at få så rig en oplevelse som muligt. Dermed mener de at det bedste er at iscenesætte en oplevelse, der placerer sig midt i alle domænerne. Dette er hvad de kalder *The Sweet Spot* (Ibid.: 38).

Jantzen og Rasmussen har en del kritik af modellen, hvoraf det mest centrale går på, at den rene eller optimale oplevelse kun kan opnås ved modellens kollaps, og at Pine og Gilmores benævnelse og placering af de fire

Udvikling

domæner ikke er fordelagtig, da det ikke er en korrekt repræsentation af den virkelige verden (Jantzen & Rasmussen 2007: 29).

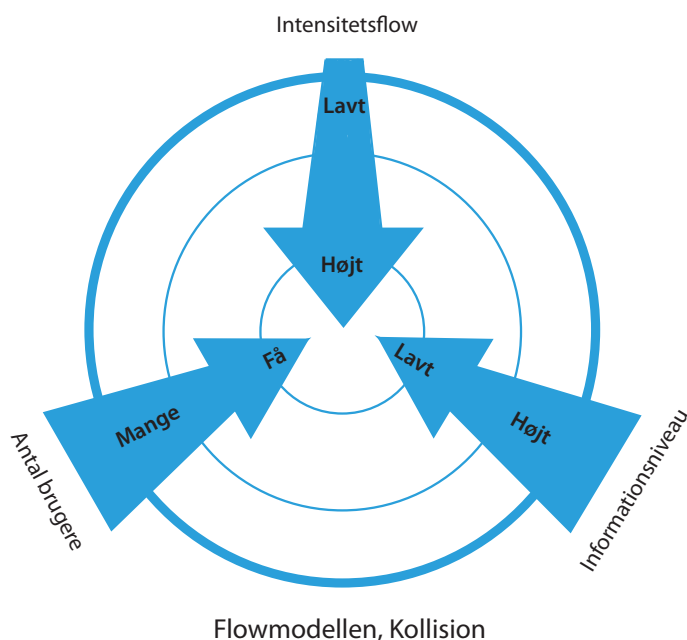
TFD, TL og jeg havde en del kritik af modellen, der hovedsageligt knytter sig til spørgsmålet om brugerens aktivitetsniveau. Ved at skelne mellem aktiv og passiv deltagelse, som Pine og Gilmore gør her, fastsættes brugerens oplevelse ud fra typen og aktivitetsniveauet fremfor opleverens engagement. Herudover kan forskellige oplevelsestyper og forskellige aktivitetsniveauer risikere at udelukke hinanden. Disse var årsager til at vi med Mind-Body-Heart lod os inspirere ved at skille modellen ad.

Det, jeg dog trods kritikken finder interessant, er brugen af forskellige oplevelsesdomæner. Ved at sætte disse domænetyper i sammenhæng med hinanden, og forsøge at overveje flere oplevelsestyper i en oplevelse, kan der måske tilføjes ekstra overraskende elementer, som ikke ville være blevet overvejet uden en repræsentation af forskellige domæner.

Af praktiske modeller tager jeg udgangspunkt i et par af Kollisions egne, da disse er udviklet i virksomhedens praksisvirke.

Kollisions *Flowmodel* inspirerer mig, idet den på en overskuelig måde både sætter fokus på problematikken i at have en højintensiv oplevelse med masser af information, og ser på abstrakt vis på, hvor mange brugere der kan tilgå oplevelsen eller produktet på én gang.

Kapitel 3

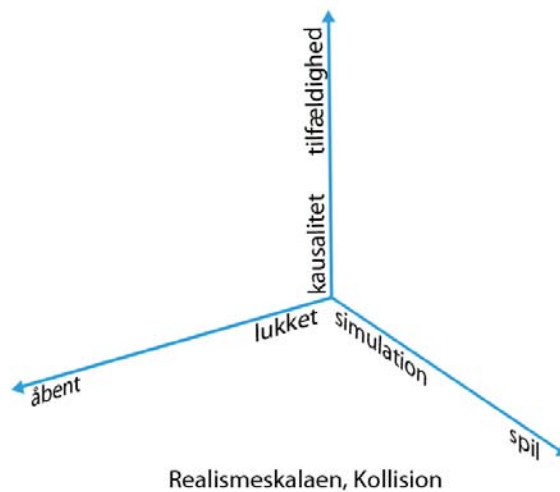


Figur 13: Flowmodel (Kollision)

Flowmodellen skaber et overblik over en oplevelse, der både indeholder information og intensitet. Den giver mulighed for at indgå en dialog med rekvirenten om, hvordan information og intensitet skal stå i forhold til hinanden, og hvordan antallet af brugere er påvirket af intensitetsniveauet. Dermed kan Kollision bede rekvirenten tage stilling til, om det er en højintens eller lavintens oplevelse, der er ønsket. Med flowmodellen er det muligt at visualisere, at høj intensitet og meget information ikke er fordelagtigt på samme tid, men at en oplevelse godt kan deles op så der er forskellige dele, der passer til enten det ene eller det andet. Et eksempel er rutsjebaneture i forlystelsesparker, hvor der godt kan være en del information i køen, mens brugerne venter på det bliver deres tur, men på selve turen er det intensiteten, der hersker. TFD udtalte i det første fokusgruppinterview, at denne skelnen mellem information og intensitet er til at forstå for kunderne, da de komplementære værdier har en forklaringskraft (Bilag 2: 261).

Udvikling

Udover deres Flowmodel opererer Kollision også med *Realismeskalaen*, der er et andet redskab, de har udviklet. Realismeskalaen ser således ud:



Figur 14: Realismeskalaen (Kollision)

Realismeskalaen repræsenterer en række yderpunkter, som et design kan placere sig indenfor. Aksen med *kausaltitet* stillet overfor *tilfældighed* indeholder parametre for graden af kontrol og forudsigelighed, mens aksen *lukket* overfor *åbent* repræsenterer de forudsætninger, der kræves af deltagerne. Hvis designet er åbent, kræver det ingen forudsætninger af brugeren, hvorimod det lukkede design, kræver forudgående kompetencer. Aksen med *spil* stillet overfor *simulation* repræsenterer spil og leg i den ene ende og virkelighedstro simulering i den anden. Forøgelse af ét parameter i modellen har betydning for de andre parametre (Urbanespil.dk: Realismeskalaen). I praktikrapporten var jeg inspireret af forholdet mellem parametre, og det er netop dette, jeg igen benytter mig af. Ved

Kapitel 3

at have en række parametre, der kan justeres, opstår nogle valg, der kan benyttes som et kommunikativt virkemiddel, der kan bruges i dialogen med kunden.

Opsamling

Jeg er altså inspireret af en model, der viser forskellige domæner for oplevelsen. Herudover ønsker jeg en model, der kan tage højde for oplevelsens struktur, og som kan give en helhedsforståelse af relationerne imellem to komplementære størrelser. Den skal kunne fungere som et forklaringsredskab for kunden og igangsætte en kvalificeret dialog mellem rekvirent og designer. Samtidig ønsker jeg en model, der har forskellige parametre, så flere vinkler på designet kan italesættes.

Med disse inspirationskilder på plads, vil jeg nu se på, hvordan den valgte teori kan operationaliseres. Som nævnt i introduktionskapitlet starter jeg med en model som udgangspunkt og udvikler på baggrund af denne et interaktivt digitalt redskab. Derfor starter jeg med modellen.

Operationalisering

Inden jeg sammensætter teorierne i en model, vil en beskrivelse af de to projekter, jeg har udvalgt fra Kollisions projektbibliotek, finde sted. Disse projekter skal bruges som relevante forklaringseksempler, så modellen kan vurderes.

Projektbeskrivelser

De to af Kollisions projekter, jeg har udvalgt, er forskellige, men har det tilfælles, at de kan karakteriseres som oplevelsesdesign. De bliver først præsenteret, og derefter benyttet som genstand for vurdering af den valgte teori, og den model jeg udvikler. De to projekter er valgt ud fra deres forskellighed i forhold til interaktion, form og påvirkning af sanser.

Det første projekt er *Den digitale fortælling*, der er et opmærksomhedsskabende projekt præget af ønsket om at påvirke de forbigående på Rådhuspladsen i København og skabe reaktion i forhold til et miljøorienteret emne. Projektet er søsat som følge af den globale alliance *Green Growth Leaders* (Greengrowthleaders.org: About), hvor en række ledere fra forskellige lande mødes til en konference i København i oktober 2011. I forbindelse med dette udvikler Kollision en digital projektion i samarbejde med Dansk Arkitektur Center (DAC). Denne projektion er en fortælling om, hvordan verden kan blive grønnere og opleve vækst, hvis vi som befolkning vil det. Emnerne er energi, vand, affald og transport, og de danner rammen om nogle fortællinger, der gerne skal gøre forbipasserende ved Rådhuspladsen opmærksomme på verdens klimaudfordringer (Kollision.dk: GreenGrowth).

Der er fire historier, der bliver vist på både dansk og engelsk, og billedet herunder viser et enkelt udsnit af projektionen på Rådhusets facade.

Kapitel 3



Billede 1: Den digitale fortælling (Kollision)

Den digitale fortælling består udelukkende af billeder og tekst i et tredimensionelt show præget af dynamiske mønstre og figurer, der spiller sammen med Rådhusets arkitektur (Ibid.). Det der for mig og min brug af projektet er interessant, er brugen af en eksisterende velkendt flade, som inddrages som en del af designet. Der skabes en ny brug af substansen, som kan medføre en ny form, der overrasker tilskueren. Det æstetiske element synes at tilbyde en sanselig, semantisk og evaluerende dimension, da brugen af Rådhuset på denne måde er ny og anderledes, og dermed kan fremstå meningsgivende og værdifuld.

Det andet projekt jeg benytter er *Love Doodles* (Kollision.dk: LoveDoodles), der er en installation til særudstillingen I Love You på ARoS Aarhus Kunstmuseum i foråret 2010.

Produktet er en installation, der tager form, som hvad Kollision kalder *interaktive toilet-skrablerier*. Udstillingen på ARoS har et meget bredt perspektiv på kærlighed, og dermed bliver Love Doodles en åben kommunikationsplatform, der lader de besøgende indtræde i den rolle de ønsker i forhold til de budskaber, de gerne vil sende videre. Det er altså et element

Udvikling

der let kan påvirke den åbne kommunikation Merleau-Ponty mener, der er imellem krop og verden. Der er en højere grad af mulighed for det enkelte individ for at påvirke denne kommunikation, end der er med Den digitale fortælling.

Love Doodles er udviklet ud fra princippet om, at besøgende kan blive en del af en levende grafisk installation. Selve det fysiske udseende tager form som en kasse med en front bestående af en glasplade, en 7"-skærm og en knap. Bag glaspladen sidder som nævnt et kamera. Det filmer live, det der sker foran glaspladen, og viser dette på en lille monitor, som den besøgende, der benytter installationen kan se. Installationen fungerer ved, at den besøgende skriver eller tegner på en glasplade med en whiteboardtusch, og herefter placerer vedkommende sig som ønsket i forhold til det, der er skrevet eller tegnet på glaspladen. Herefter trykkes på en lille knap, der tager et billede. Billedet bliver så samlet med de andre besøgendes bidrag i en mosaik, der bliver vist på en fjernsynsskærm på modsatte side af fotoboksen. Denne form for interaktion giver ifølge Kollision et væld af forskellige kommentarer og billedkompositioner (Ibid.). Følgende billeder viser processen:

Kapitel 3



Billede 2: Der tegnes ved Love Doodles (Kollision)



Billede 3: Der tages billede ved Love Doodles (Kollision)



Billede 4: Billederne samles i en mosaik (Kollision)

Det der i min brug af dette projekt især er interessant, er dets evne til at fungere som interaktionskabende middel. Formen er forståelig og let at bruge, og indbyder til personliggørelse for de enkelte brugere.

Opsamling

De to projekter illustrerer begge oplevelsessituationer, selvom de er vidt forskellige. Ved Den digitale fortælling er der tale om en oplevelse, der ikke kræver brugerinvolvering, hvorimod Love Doodles kræver brugerens interaktion. Ved Den digitale fortælling er der tale om reaktion, hvorimod Love Doodles fordrer interaktion. Der er ydermere tale om en forskel i den personlige tilknytning, hvor Love Doodles kan blive mere personlig, idet det er deltagerne selv, der vises på skærmen, og deltagerne selv der genererer indholdet. Med Den digitale fortælling er indholdet og formen fast programmeret på forhånd, og deltageren har ikke mulighed for at ændre oplevelsens karakter.

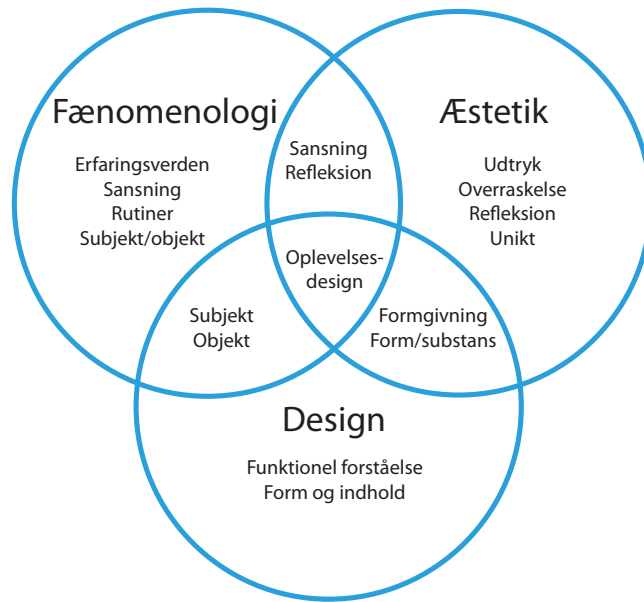
De to projekter og ovenstående pointer, vil jeg benytte til at vurdere det teoretiske indhold i modellen, men først vil jeg fastlægge modellens form.

Kapitel 3

Kobling mellem teori og praksis – første vurdering

Jeg er nu nået dertil, hvor den valgte teori skal implementeres i en model. Den model der umiddelbart inspirerer mig mest i forhold til opsætningen er Pine og Gilmores domænemodel. Den har dog det problem, at den skelner for meget mellem oplevelsestyper og aktivitetsniveau. Derfor ønsker jeg at se på en anden måde at benytte de tre domæner fænomenologi, æstetik og design, hvilket i teorien kan illustreres med et Venn-diagram, som er opfundet af den britiske logiker John Venn. Det består af cirkler, der skærer hinanden. I cirklerne opsættes nogle præmisser, og i det punkt de skærer hinanden er konklusionen. Denne kan kun være gyldig som følge af de inddragede præmisser (Denstoredanske.dk: Venn). Den initierende tanke med Venn-diagrammet er, at det ved brug af præmisserne jeg opsætter for fænomenologi, æstetik og design skal kunne bruges som forklaringsredskab til at identificere svage områder ved et designforslag, så designeren og rekvirenten i fællesskab kan indgå dialog om ændringer. De forskellige begreber får hver deres domæne, og jeg vil så undersøge konklusionerne i mellem disse og dermed se på modellens konstruktions gyldighed.

Jeg ved som nævnt at de præmisser jeg opsætter for begreberne kan virke som en kunstig adskillelse, men min antagelse er, at de i samspil med hinanden kan give et overordnet billede af oplevelsesdesign. Hermed kan følgende model opstilles:



Figur 15: Første udgave af model til udvikling af oplevelsesdesign

Oplevelsens form er bagvedliggende, og er etableret for at kunne forstå på hvilken måde fænomenologien, æstetikken og designets udformning kan påvirke brugerens oplevelse. Oplevelsens struktur og principperne for emotionelt design er altså ikke direkte identificerbare i modellen. Dette er for at mindske kompleksiteten og fokusere på de tre domæner for sansning, overraskelse og brug.

Designbegrebet forstås som nævnt rent funktionelt, for at det ikke blander sig med hverken fænomenologi eller æstetik. Det har den styrke, at der bliver fokuseret på funktionen, og at der kan opsættes forskellige præmisser, der knytter sig til den konklusion, jeg ønsker at opnå mellem domænerne.

Fænomenologien forstås som det, der udgør den menneskelige erfaringsverden, hvor sansning og refleksion i vanebaserede handlinger er i fokus.

Kapitel 3

Samtidig er der tale om den basale sansning, der gør, at vi som mennesker kan agere i verden, fordi vi lever i den, og fordi vi er rettet mod genstande.

Æstetikbegrebet derimod er fastsat som det, der stadig har et fænomenologisk udgangspunkt med sansningen som det centrale, men i modellen fokuserer på form og indhold som en overraskelsesskabende faktor. Æstetikken ses som det, der medfører forventningsbrud, og som er unikt og interessant.

Kombinationen af fænomenologi og design knytter sig til det genstandsmæssige objekt i den menneskelige erfaringsverden, hvorimod skæringspunktet mellem æstetik og design knytter sig til formgivningen af objektet, altså dets form, der gerne skal være nytænkende for at ramme tanker om, at oplevelsesdesign skal være unikt og interessant. Samtidig er skæringspunktet mellem fænomenologi og æstetik fokuseret på sansningen, både rutinemæssigt og som vanebrud. Det har den betydning, at æstetikken og fænomenologien kan flyde uhensigtsmæssigt sammen. Dette ønsker jeg ikke, og kan dermed ikke godtage konklusionen mellem domænerne opsatte præmisser.

En yderligere problematik ved at forsøge at forene præmisserne til den ønskede konklusion, bliver tydelig ved forsøg på at placere de to udvalgte projekter i modellen.

Den digitale fortælling placerer sig umiddelbart stærkest i det æstetiske domæne. Her er tale om en installation, der udfordrer tilskuernes vante brug af Rådhusets facade. Hvis projektet ses i forhold til det fænomenologiske domæne fremstår sansningen kun som stimulering af synssansen i forbindelse med læsningen af teksten og det grafiske udseende. Det skaber sansning og refleksion, der er svær at henvise til enten det fænomenologiske eller æstetiske domæne, da begge knytter sig til sansningen af genstanden. Ganske vist er der tale om overraskende sansning

Udvikling

– men denne må formodes at være stærkest hos personer, der aldrig før har sets facadeprojektioner. Hermed er det for det første svært at skelne mellem den fænomenologiske sansning mellem subjekt og objekt og den æstetiske overraskelse, da de begge knytter sig til sansningen og det er et spørgsmål om subjektivitet hvorvidt den æstetiske effekt optræder. Den æstetiske oplevelse vil altså altid være kontekstafhængig, og dermed knytte sig til den verden fænomenologien redegør for, at vi som mennesker er indlejret i.

For at se på den funktionelle dimension i et design er det svært at vurdere brugernes syn på brugbarheden af projektet, med mindre denne brugbarhed knytter sig til interaktionen. Som Norman nævner knytter det behaviorale niveau sig til den fysiske følelse, forståeligheden, anvendeligheden og funktionen. Det er dette niveau der knytter sig tættest til den funktionelle forståelse jeg har af designområdet, men jeg har endnu ikke inddraget forståelsen og anvendeligheden til designområdets præmisser.

Hvis designet vurderes ud fra muligheden for interaktion, vil Den digitale fortælling score lavt i designområdet. Der er ingen mulighed for interaktion. Som nævnt er alt fast programmeret, og der er intet brugergeneret indhold. Derfor finder jeg ikke designområdet anvendeligt i sin nuværende form. I stedet for selve genstanden handler det i højere grad om, *hvad genstanden kommunikerer*. På denne måde kan der stadig holdes fokus på designets funktionalitet, da det i stedet for brug fokuserer på den forståelighed designet præsenterer.

Ved at bruge Love Doodles til at undersøge modellen opstår en anden problemstilling. Modellens domæner repræsenterer kun begrænset den sociale dimension i en oplevelse. Ved Love Doodles er den sociale faktor og den personlige involvering i oplevelsen af stor betydning, og denne indgår slet ikke i Venn-diagrammet som præmis, om end det fænome-

Kapitel 3

nologiske udgangspunkt for domænet berører denne faktor. Det er ikke muligt at se på sansning af genstande mellem fænomenologi og design, samt på genstandens overraskelseselement mellem fænomenologi og æstetik og *samtidig* have fokus på den menneskelige placering i erfaringsverdenen. Jeg har med modellen fået et for stort fokus på produktet som funktionel genstand, og på fænomenologiens og æstetikens sansning af denne genstand.

Opsamling

Der er altså en del udfordringer i forhold til adskillelsen mellem fænomenologi og æstetik med design forstået rent funktionelt, og derfor må præmisserne *ændres*. Jeg erkender at den valgte teori ikke passer til den hypotese jeg opstillede, hvor domænerne skulle være præmisser i oplevelsesdesign. Derfor må jeg etablere en ny forståelse, og bevæger mig videre med et tilpasset teorivalg, der er resultatet af den nye viden, jeg har opnået.

Som den første nye præmis benyttes en kombination af fænomenologiens begreb om perceptionsfelt, og det faktum at det ikke er muligt at designe en oplevelse, men at det i stedet er muligt at designe *til* en oplevelse. Jeg vil i forbindelse med dette i næste afsnit introducere mit begreb for dette domæne – hvad jeg kalder *oplevelsesfeltet* – hvor jeg vil argumentere for vigtigheden af konteksten. Herudover må designdomænet forstås mere som den kommunikation, produktet tilbyder brugeren, og ikke som en genstand der tilbyder interaktivitet. Interaktion er for Jantzen, Vetner og Bouchet et bud på et element, der skal være til i et mindeværdigt oplevelsesdesign (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 98), men min praksiserfaring viser, at interaktion ikke nødvendigvis er et krav, for at der kan skabes en oplevelse. Hermed kan designdomænet ændres til kommunikation,

idet jeg accepterer Jantzen, Vetner og Bouchets præmis om, at æstetik er adskilt fra kommunikation, og at kommunikationen i sig selv ikke er oplevelsesskabende.

Opsummeret betyder dette:

Nye domæner

Designdomænet erstattes af kommunikation
Æstetikdomænet beholder sit navn,
men får en bredere betydning
Fænomenologidomænet trækkes ud af modellen,
og er i stedet udgangspunktet for hele
oplevelsesforståelsen, som det også gør sig gældende
for den øvrigt præsenterede oplevelsesteori
Det nye begreb **oplevelsesfelt** introduceres

Figur 16: Nye domæner

Hermed vil jeg i følgende afsnit foretage en ny beskrivelse af de forskellige domæner. Jeg tager stadig udgangspunkt i den viden, jeg har opnået om fænomenologi, æstetik og design, men skelner mellem de forskellige begreber på anden vis end før, så det i stedet bliver begreber, der knytter sig mindre til genstanden og mere til konteksten.

Kapitel 3

Implementering af tilpassede begreber

Oplevelsesfelt

En faktor, der ikke har fået megen plads i den første udgave af modellen, er den kontekst, der udgør den menneskelige erfaringsverden. Ved at implementere den i modellen, og placere den i relation til andre domæner, sætter det fokus på det individuelle perceptionsfelt, som jeg tidligere har redegjort for. Enhver perception finder ifølge Merleau-Ponty sted i en atmosfære, der ikke kun tilhører en enkelt person. Feltet er tilgængeligt for alle kroppe, og vi er alle er omgivet af den samme naturlige verden (Thøgersen 2006: 129). Det er det faktum at mennesket altid indgår i en situation, der gør det interessant at se på, om det er muligt at tilrettelægge elementer i perceptionsfeltet på en sådan måde, at mennesker kan opnå den ønskede oplevelse af det perciperede.

For at undersøge det miljø, der eksisterer i og omkring designede oplevelser, må brugernes rolle i oplevelser forklares, da det ikke kun er atmosfæren, der har betydning for det, der perciperes. Også brugerens forudgående fysik og sindstilstand har betydning jævnfør blandt andre Pine og Gilmore (1999). Jantzen og Vetner beskriver med følgende citat individets placering i forhold til oplevelser:

En fælles kerne ved de mange forskelligartede oplevelser er imidlertid, at de alle stammer fra individets emotionelle og kognitive bearbejdning af stimuli, som organismen får fra omverdenen (...) Netop derfor er oplevelser forbundet med transaktioner, hvilket forudsætter organismens eller individets aktive bidrag (Jantzen & Vetner 2007: 203)

Oplevelser afhænger lige så meget af brugerens stemning og motivation

Udvikling

som af tilbuddets kvalitet, da oplevelser er brugergenerede, som følge af tilknytningen mellem kroppen og det sociale. Det betyder, at oplevelser hverken kan købes eller sælges, men det, der købes og sælges er ingredienser for den brugerdrevne oplevelse (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 37). Forbrugere efterspørger ikke altid samme type oplevelse, og der er både forskelle på den enkelte persons efterspørgsel og efterspørgslen mellem mennesker. Nogle gange vil forbrugeren have det ene – andre gange det andet (Jantzen & Vetner 2007: 203)

Med de vinkler jeg har på fænomenologien og oplevelsesdesign, kan begrebet *oplevelsesfelt* etableres. Med dette forstår jeg det perceptionsfelt, som designerne skal designe til, for at designe et oplevelsesmiljø, hvori brugerne kan opnå en oplevelse. Det er et perceptionsfelt, hvori der er tilrettelagt en designet oplevelse. Hermed udelukker jeg de situationer, hvor oplevelser opstår spontant, og fastholder betydningen af, at nogen vil designe til en oplevelse for andre. Konteksten er omdrejningspunktet.

Kommunikation

Det næste begreb jeg ønsker at se på, er kommunikation. Ordet kommunikation kommer af latin: *communicare*, der betyder *at gøre fælles* (Leksikon.org: kommunikation). Kommunikation er en grundlæggende forudsætning for alt socialt fællesskab, og ingen sociale systemer, sociale organisationer eller samfund, kan skabes, opretholdes eller ændres uden kommunikation (Ibid.). Min brug af begrebet knytter an til den kommunikation, der er mellem mennesker men også til den kommunikation, der er mennesker og objekter imellem, hvad også kaldes HCI – Human-Computer Interaction.

Jantzen, Vetner og Bouchet adskiller som nævnt kommunikationen og æstetikken. Æstetik er involverende, og adskiller sig fra den ideelle kommunikation, hvor strukturen og funktionen er de vigtigste redskaber for

Kapitel 3

at levere et budskab (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 131). Forskellen mellem æstetik og kommunikation er, at æstetikken opretholder en vekselvirkning, hvorimod kommunikation drejer sig om at levere et budskab, uden at afsenderens intentioner forsvinder undervejs (Ibid.: 127). Kommunikationen er altså ikke en oplevelsesskaber, men fokuserer i stedet på at levere et budskab (Ibid.: 132). Kommunikationen knytter sig til produktet, og henviser til, om produktet er let at forstå og bruge. Det er ikke her oplevelsesskabelsen sker, men kommunikationen er en nødvendighed, for at oplevelsesniveauet kan opretholdes, da funktionaliteten skal være intuitiv og tale til forbrugeren. Opsamlingen på min brug af kommunikationsbegrebet er dermed, at kommunikationen er med til at skabe relationer og forståelighed.

Æstetik

Æstetikdomænet beholder sit navn, men får en bredere betydning, så den sansning og genstandsrettethed, der før var indlejret i fænomenologiforståelsen, nu hører til æstetikken.

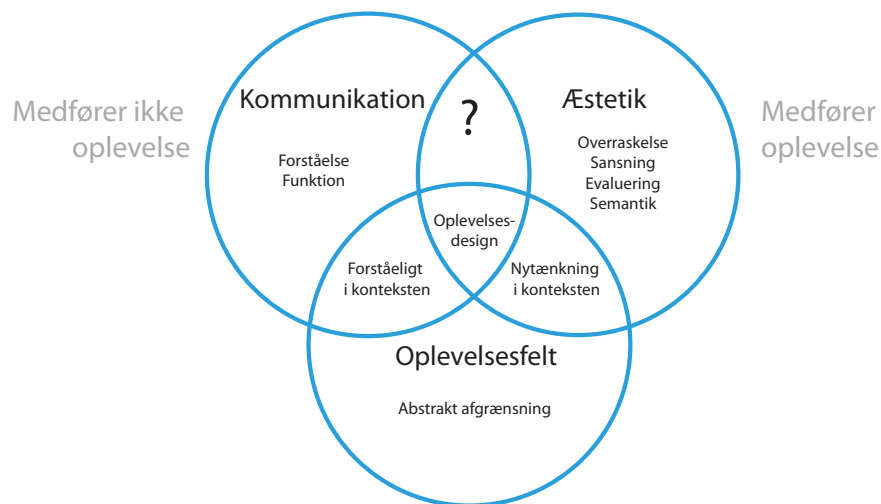
Æstetik forstås som sanselig erkendelse, det tilbyder os noget uventet og bryder med forventninger, og udfordrer forforståelser. Æstetik er kendetegnet ved, at indholdet ikke er entydigt, samt at substansen kun kan forstås gennem formen, og formen forudsætter substansen. Det æstetiske element opstår når forståelse ikke er ligetil (Ibid.: 125). Æstetik har en fænomenologisk dimension (sanselig), en evaluerende dimension (værd-sat) og en semantisk dimension (meningsgivende) (Shusterman 1997: 30). Yderligere kan fænomenologiens refleksive element sidestilles med æstetikken evaluerende dimension. Hos fænomenologien er vanen udtryk for viden, der er indlejret i kroppen, og æstetikken udfordrer denne. Sanserne arbejder sammen (Thøgersen 2006: 129) og krop og tanke er sammenhængende (Ibid.: 108).

Opsamling

Jeg har nu fremsat en ny forståelse af præmisser for oplevelsesdesign, der i højere grad fokuserer på kommunikationen og overraskelsen i *konteksten*. Med de nye begreber på plads, kan modellen gennemgå endnu en udvikling, og jeg opsætter igen domænerne som præmisser i et Venn-diagram. Efter dette vil jeg vurdere modellen ud fra de to valgte projekter. Jeg har en hypotese om, at med brugen af de nye præmisser at komme tættere på at kunne redegøre for oplevelsesdesign.

Kobling mellem teori og praksis – anden vurdering

Med de nye præmisser ser modellen ud som følger:



Figur 17: Anden udgave af model til udvikling af oplevelsesdesign

Fænomenologi trækkes som nævnt ud af modellen, og fungerer i stedet som bagvedliggende faktor ligesom design som handling, emotionelt de-

Kapitel 3

sign og oplevelsens struktur.

Mellem domænerne kommunikation og oplevelsesfelt ligger produktets forståelseskontekst. Designet skal tilpasses det oplevelsesfelt, og dermed den kontekst, det eksisterer i, således brugeren kan finde ud af at benytte designet, og at funktionaliteten er tilpasset konteksten.

Mellem domænerne oplevelsesfelt og æstetik, skal designet overraske i forhold til konteksten. Det skal byde på noget nyt, så brugerne opnår overraskende sansning, der kan give en oplevelse, som virker unik, og bliver erindringskabende.

Sammenhængen mellem henholdsvis kommunikation og oplevelsesfelt og mellem æstetik og oplevelsesfelt kan hermed valideres ud fra de præmisser, jeg har opsat. De to projekter kan forklares i forhold til domænerne: Den digitale fortælling er forståelig i konteksten. Det er korte historier på både dansk og engelsk med understøttende grafik, der virker motive-rende for at brugeren vil stoppe op og læse og se. Det er nyt i konteksten – der er efter mit vidende ikke blevet projiceret på Rådhuset før, og facadeprojektioner er i det hele taget ikke kendt blandt alle.

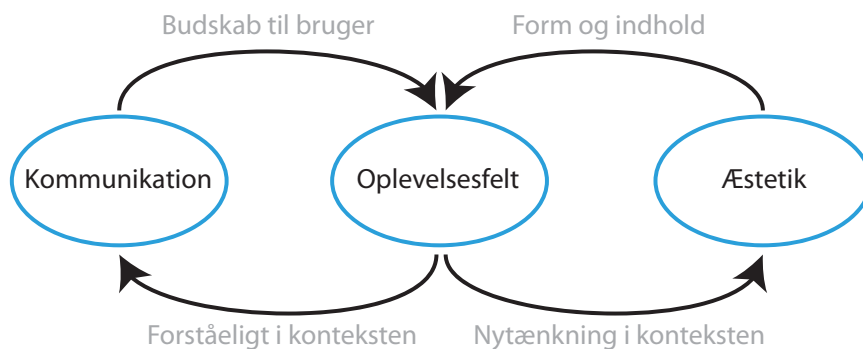
Love Doodles kommunikerer social sammenhæng mellem designet og ARoS og de besøgende i konteksten. Det er forståeligt, men alligevel over-raskende i konteksten, da det er en ny måde at tage billeder af sig selv på, udelukkende ud fra brugergenereret indhold og blive 'udstillet' som kunstværk i mosaikken på ARoS. Begge projekter er tydelige i deres kommunikation.

Ved at undersøge konklusionen mellem præmisserne for kommunikation og æstetik opstår dog en udfordring. Jeg har på forhånd truffet et valg om at skelne mellem kommunikation og æstetik og derfor finder jeg det ikke brugbart, at skulle fortolke mig frem til et skæringspunkt mellem de to præmisser. Hermed er det en overvejelse, om Venn-diagrammet i bund og

Udvikling

grund er den mest optimale form til modellen. Der er to problemstillinger. For det første kan der ikke opstilles gyldige præmisser mellem kommunikation og æstetik med den måde jeg bruger domænerne, og for det andet har Venn-diagrammet ikke helt det dynamiske udtryk, jeg gerne vil fremvise. Det er tanken at modellen skal fordre en dialog mellem designer og rekvirent, som ikke nødvendigvis stopper efter første beslutning. Dermed er det oplagt at forsøge at skabe mere bevægelse, så modellen ikke kommer til at fremstå statisk og med på forhånd fastlagte præmisser, som skal opfyldes for at oplevelsesdesignet imødekommer de opsatte krav til oplevelse. Modellens form må ændres.

Fænomenologi er stadig bagvedliggende, og begreberne beholder deres betydning. For at skabe yderligere bevægelse i modellen, så dialogen mellem rekvirent og designer kan være kontinuerlig, indtil et standpunkt er truffet, trækker jeg cirklerne fra hinanden, og indsætter pile, således at strukturen og bevægelsen i modellen fremstår tydelig. Denne model kalder jeg for KOfÆ-modellen efter: Kommunikation, Oplevelsesfelt og Æstetik:



Figur 18: KOfÆ-modellen

Kapitel 3

Det er tanken, at modellen kan bruges indledningsvist i en dialog med rekvirenten om et udgangspunkt for elementer i et oplevelsesdesign. Her startes med at tale om et af domænerne alt efter, hvilken det vurderes i den enkelte designproces, at det giver mening at tage udgangspunkt i. Modellens domæner er stadig betinget af de præmisser jeg før præsenterede, således kommunikation og æstetik altid ses i forhold til den kontekst, de skal designes til. Da jeg arbejder med Kollision som inspirationskilde, er det ikke nødvendigt at give teknologien en plads i modellen. De arbejder altid med teknologi på den ene eller anden måde, og det er derfor deres evner i forhold til designdreven innovation, der afgør denne faktor. Dog skal det altid sættes i forhold til konteksten, og kunne derfor godt få en plads i modellen. Jeg vurderer dog, at hvis den skal illustreres på modellen, vil det skabe unødigt kompleksitet, hvorfor jeg ikke gør dette.

Modellen er altså relativt simpel, og det er min vurdering at for mange andre parametre, tilføjer et ekstra niveau, og dermed øger kompleksiteten. Af denne grund vil jeg i første omgang beholde KOfÆ-modellen som den er, og ikke tilføje elementer som eksempelvis brugerens mulighed for medskabelse, som jeg tidligere har nævnt.

Opsamling

Med den viden jeg har opnået nu, kan jeg erkende, at Venn-diagrammet ikke er den mest optimale løsning for mit formål om at skabe et digitalt interaktivt udviklingsredskab. Venn-diagrammet kan fremstå for statisk i forhold til at skulle kunne bruges som dialogredskab i en designproces, og jeg udvikler dermed et nyt modeldesign, der benævnes KOfÆ-modellen. I stedet for sammenkobling trækkes domænerne fra hinanden og de strukturelle sammenhænge mellem domænerne tydeliggøres med en pilestruktur, der fordrer en gentagen dialog så rekvirent og designer iterativt kan gennemgå designets kommunikative og æstetiske element set i forhold til konteksten. Næste skridt er at gøre modellen interaktiv.

Udvikling

Jeg vælger at lade KOfÆ-modellen stå som inspiration, og i stedet se på elementerne fra Realismeskalaen og fra Mind-Body-Heart-trinnet, hvor det ved at vælge mellem en række parametre er muligt at fastsætte nogle rammer for designet. Denne tanke ønsker jeg at implementere i et interaktivt digitalt redskab. Jeg ønsker at opstille en række parametre, som med baggrund i KOfÆ-modellen og den viden, der er etableret om oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign, kan hjælpe rekvirenten til at træffe en række beslutninger om designet. Som følge af de to parallelforløb jeg har arbejdet i, vil første mock-up, der er udviklet på baggrund af det første Venn-diagram med udgangspunkt i fænomenologi, æstetik og design blive præsenteret først.

Den første mock-up har givet mig meget viden i forhold til mine tanker om at bruge ord fra oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign. Jeg vil derfor kort beskrive denne mock-up, fremgangsmåde og resultater, så kun de positive og negative faktorer, der har betydning for den endelige mock-up, bliver fremhævet. Efter gennemgangen af den første mock-up, vil jeg på baggrund af den opnåede viden, og i særdeleshed med udgangspunkt i KOfÆ-modellen udvikle en ny mock-up.

Konceptudvikling

Første mock-up

Først mock-up tager som nævnt udgangspunkt i domænerne fænomenologi, æstetik og design. For at kunne starte en dialog om disse elementer, udvælger jeg en række ord, som kan appliceres på oplevelsesdesignfeltet, og altså udgør egenskaberne for det design, der udvikles. Tanken er så, at Kollision og rekvirenten i samarbejde i en workshop kan have en kvalificeret dialog om disse ord, og dermed etablere rekvirentens ønsker for oplevelsesdesignet, og Kollisions kreative forslag baseret på erfaringer fra tidligere projekter.

Kapitel 3

På forhånd har jeg en idé om, at ordene efter evalueringen med TFD skal kategoriseres, således de forskellige ord knytter sig til de tre domæner fænomenologi, æstetik og design, og de skæringspunkter de sammen har. Eftersom min vurdering og evalueringen med TFD viser tydelige ulemper sig dog ved at bruge de tre første domæner, og derfor har jeg dog ikke gjort dette i udviklingen af mock-up version 2. I stedet er jeg, som jeg vil beskrive, begyndt med et andet udgangspunkt, dog stadig med brug af nogle af ordene. En udfordring jeg er opmærksom på, er at hvis det er muligt at vælge alle de ord, det ønskes, kan der gå 'inflation' i ordene, da det er mit bud, at rekvirenter gerne vil vælge så mange positive ord som muligt. Dette ser jeg mere på i anden udgave af mock-uppen. Ordene til første mock-up er valgt ud fra den viden jeg har indsamlet om oplevelsesdesign. Jeg har skrevet så mange ord ned, at de kan inspirere TFD mest muligt til forskellig brug af ordene. Mock-uppen indeholder følgende ord:

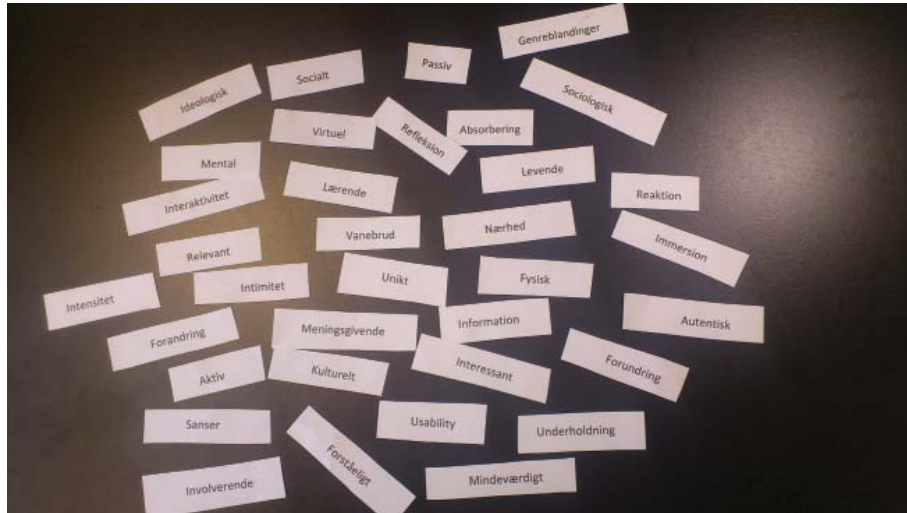
Ord til oplevelsesdesign		
Sanser	Forundring	Forandring
Vanebrud	Forståeligt	Socialt
Meningsgivende	Usability	Mindeværdigt
Refleksion	Fysisk	Virtuel
Sociologisk	Mental	Ideologisk
Genreblandinger	Interaktivitet	Intimitet
Nærhed	Autentisk	Unikt
Involverende	Levende	Lærende
Interessant	Relevant	Kulturelt
Aktiv	Passiv	Reaktion
Immersion	Absorbering	Information
Intensitet	Underholdning	

Figur 19: ord til mock-up

Dermed er der tale om en meget simpel mock-up, hvilket også er pointen

Udvikling

med netop at bruge denne form for evaluering. De printede ord er klippet ud hver for sig, og jeg ligger alle ordene frem foran TFD vilkårligt placeret:



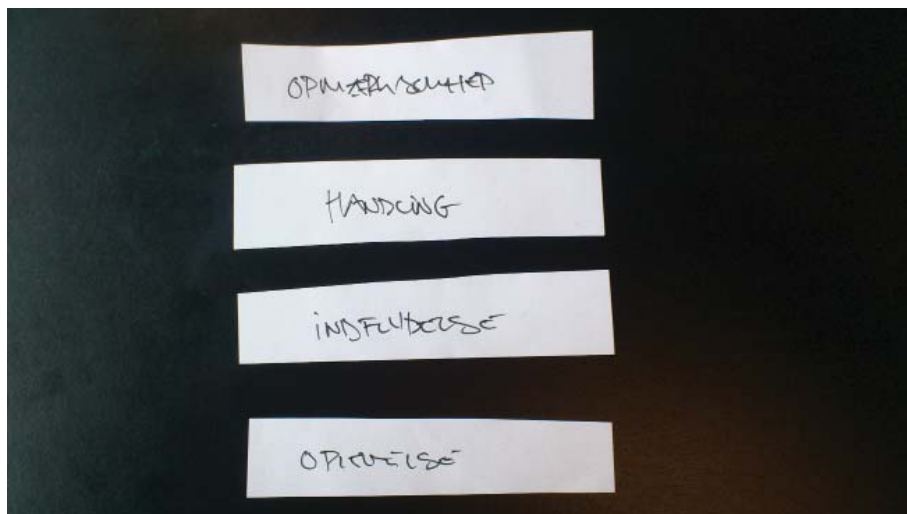
Billede 5: Ord til mock-up

Herefter beder jeg ham vælge mellem ordene, så hvis der er ord, de aldrig bruger hos Kollision, eller ord de ofte bruger, skal han tage dem ud af bunken. Herudover får han også mulighed for selv at lave flere ord:

TFD: vi har et vokabular, som vi altid bruger, og der vil opmærksomhed være et af dem (...) Så er der et andet, som du sjovt nok ikke har med, når du laver oplevelsesdesign: Oplevelse. Som vi også altid bruger. Og så læring og involvering eller det vi ville kalde indflydelse (Bilag 3: 491)

Han tilføjer altså ordene: Opmærksomhed, handling, indflydelse og oplevelse:

Kapitel 3



Billede 6: Tilføjede ord

Vi har en dialog om både ordene, og princippet i at have en række ord, som kunden skal vælge ud fra, hvilket vi er enige om, kan være en god idé, da ordene så bliver en form for sortering, som kan starte en dialog (Ibid.: 502).

TFD pointerer, at det er vigtigt kun at bruge ord, som kunderne forstår. Ud af dem, jeg har valgt, fremhæver han især *nærhed*, *interessant* og *forståeligt* som gode eksempler (Ibid.: 701).

I forhold til at inddrage de mere komplekse ord kan et alternativ være, at give kunden mulighed for selv at bidrage med ord, de ønsker at sætte på designet:

TFD: Det kan også være, at man har et mere generisk redskab, hvor man helt undgår sådan nogle ord, og så kan man lægge dem på i

Udvikling

dialogen. Det er sværere at trække dem fra end at lægge dem på. Hvis kunden først føler, at der er en masse ord, de ikke forstår, så kan du ikke rigtigt trække det tilbage (Ibid.: 721)

Med citatet finder jeg det interessant at vælge så få og simple ord som muligt, og indbygge muligheden for selv at kunne tilføje ord. På denne måde kan redskabet også gøres mere specifikt til forskellige projekter. Således forsøger jeg også at undgå en anden udfordring, TFD pointerer ved at bruge et på forhånd fastlagt redskab i en designproces:

TFD: (...) hvis du har en standardiseret proces, du skal igennem hver gang, altså så får du også nogen gange produkter, der ligner det, du lavede sidst. Det giver ikke plads til helt at tænke ud af boksen (Ibid.: 130)

Denne form for manglende forskel mellem projekttyper, mener jeg, kan undgås, ved at Kollision benytter deres intuition i de forskellige projekter, og at redskabet så kun bliver benyttet, når der er behov for det.

Dette foreslår TFD selv:

TFD: Altså, faren ved at lave det som et redskab, det er at du netop kommer til ikke at kunne lave den der tilpasning til situationen. Men igen, hvis det er et redskab, som du hiver frem nogle gange, når du fornemmer, at for dem her, der ville det være fedt, så synes jeg det er fint (Ibid.: 541)

Altså er to elementer i spil allerede nu. Redskabet skal kunne tilpasses de enkelte kundetyper, og skal ikke sætte begrænsning for nytænkning ved

Kapitel 3

at være for fast defineret.

Projekterne hos Kollision er præget af diversitet, hvorfor det er min vurdering, at deres professionelle vurdering fra projekt til projekt, må være udslagsgivende for, om det giver mening, at inddrage redskabet. Dette knytter sig til nogle af de udfordringer, jeg har med Mind-Body-Heart. Modeller er gode, hvis de er simple, men hvis de bliver for simple, og ikke bidrager med egentlig værdi i en designsituation, er der ingen grund til at inddrage dem. Fremfor at udvikle et redskab til processer, udvikler jeg et udviklingsredskab, der kan inddrages hvis det er fordelagtigt, hvis designerne vælger, at det kan være interessant:

TFD: (...) det er da klart netop at, hvis vi skal designe et digitalt oplevelsesprodukt til en kunde, så det, at processen er digital og oplevelsesorienteret, er interessant. Det er der ikke nogen tvivl om. Men hvis vi skal sælge hardcore byudvikling og brugerforståelse, så er det måske ikke et digitalt oplevelsesprodukt vi skal bruge til at trække dem igennem (Ibid.: 562)

For at vende tilbage til ordene som omdrejningspunkt, knytter den største udfordring sig til den enkeltes forståelse af ordene. Jeg vil ikke diskutere denne problemstilling, da den åbner op for en devaluering af konceptet, som jeg ikke ønsker at foretage, men jeg anerkender, at den eksisterer. Det vigtigste, for det koncept jeg udvikler, er ikke, at det er helt korrekt, men i stedet at det har en brugsværdi i en designsituation. Denne værdi mener jeg, at det har, da modellens brug især knytter an til Kollisions erfaring som designhold. Det er ikke et koncept rekvirenten skal håndtere alene, men i samspil med Kollision, hvorfor problematikken med at tillægge ordene samme betydning får en mindre rolle:

Udvikling

TFD: Altså, vi sidder alle sammen med forskellige forståelser af, hvad de her ord de dækker over, og derfor er det svært at bruge en algoritme til bagefter at sige: det betyder at.. Så det er en leg med kunden, og det er det jeg siger, hvis det du skal sælge dem er en digital oplevelse, er det sjovt at have et digitalt workshopkoncept, som er en del af afklaringen, men i virkeligheden så ligger der stadigvæk hele den menneskelige fortolkning bagved det vi når frem til, som du ikke kan programmere dig ud af, og som så opstår i dialogen med kunden omkring det (Ibid.: 585)

Hermed gør det sig altså yderligere gældende, at Kollision skal være inddraget i brugen af konceptet, så der ikke opstår misforståelser omkring betydningen af ordene. Det er dialogen der er vigtigst. Ideen om et oplevelsesbaseret udviklingsredskab er interessant.

Rent konkret har TFD følgende forslag til konceptet:

TFD: (...) hvis man lavede en lille iPad-app, hvor de her ord er til stede for en kunde, og så skal de hive de ord frem, som de synes er vigtige, for det projekt vi er i gang med: det skal være autentisk, det skal være intimt, det skal være forståeligt, og der skal være et vanebrud. Og så putte dem op i en af cirklerne, så giver det jo god mening at gøre det på den måde. Det bliver sådan en eller anden form for kortsortering. Og det tror jeg sagtens man kan bruge (Ibid.: 508)

Altså er ideen god, men den kræver en tilpasning. Selvom der er mange udfordringer ved at udforme redskabet, som jeg har lagt op til, er jeg dog overbevist om, at modeller og redskaber kan hjælpe i en designproces, så længe modellerne er lette at forstå. Det er altså dette sigte, jeg arbejder hen imod.

Kapitel 3

Opsamling

Den første mock-up er baseret på viden etableret i forbindelse med udviklingen af Venn-diagrammet med domænerne fænomenologi, æstetik og design. Med disse og den øvrige bagvedliggende erfaring, er en række ord blevet opstillet, som TFD vælger imellem. En problematik ved kun at bruge enkeltstående ord er, at der ikke er sat en begrænsning på, hvor mange ord der må vælges. Hermed er det let at sætte en masse ord på et design, og dermed underminere ordenes funktion i forhold til brugen af dem som redskab til at træffe valg. Hvem vil eksempelvis ikke gerne have at designet indeholder alle mulige positive vinkler, og dermed er forståeligt, involverende, unikt, lærende, udviklende og meget mere?

For at imødegå dette, er det min tanke, at ordene opsættes som komplementære størrelser, som skal prioriteres i forhold til hinanden. Ordene skal være lette at forstå, og jeg ønsker med inspiration fra Realismeskalaen og Mind-Body-Heart at opsætte dem på parametre. Det er interessant at have en iPad-applikation, som kunden kan interagere med. Det er lettere at have dialogen med kunden, end at skulle programmere forståelser af ord til en applikation. Som følge af designprocessers og kunders forskellighed, skal det vurderes fra situation til situation, om det kan være relevant at inddrage redskabet.

Jeg vil nu udvikle en ny mock-up, som kan give et bedre billede af den interaktion og oplevelse, jeg ønsker at implementere.

Udvikling af ny mock-up

Udover det faktum at den bagvedliggende teori har ændret sig, er der også en anden årsag til at udvikle en ny mock-up, der knytter sig til mit ønske om at opsætte parametre.

Pine og Gilmores domænemodel arbejder med at oplevelser skal designes efter syntesen, hvad de gør med deres Sweet Spot. I stedet for at arbejde

Udvikling

med syntesen ønsker jeg at arbejde med komplementaritet. Det er min opfattelse, at komplementariteten rummer et pædagogisk potentiale, idet det kan få rekvirenten til at træffe valg. Dette ses både i Kollisions Flowmodel og Realismeskalaen.

Inden denne opsætning, gennemgår jeg ordene og vælger de mest brugbare ud. Her opstår en skillevej: For det første er ordene ikke optimale til brug i en designsituation, og for det andet er der mange ord. Jeg vælger at følge TFDs råd, om at have færre ord, og give muligheden for, at rekvirenten selv kan tilføje ord. Herefter sætter jeg dem så jævnfør komplementariteten overfor hinanden, så der i stedet for at være frit valg mellem ordene bliver en begrænsning i form af enten/eller.

Følgende oversigt viser de udvalgte ord sat overfor hinanden i forhold til min brug og forståelse af ordene. Her er det vigtigt at pointere, at inspirationen til denne opsætning er fundet både i den præsenterede teori og i de gennemgåede praksiseksempler, hvorfor en anden person eventuelt kan have en anden idé til delingen. Ydermere er det på forsøgsbasis at jeg har udvalgt nogle ord, hvorfor der kan være flere muligheder.

Komplementære ord	
Information	Intensitet
Få brugere	Mange brugere
Dynamisk	Statisk
Interaktion	Reaktion
Spil	Virkelighed
Nyt	Velkendt
Krop	Sind
Fysisk	Virtuel

Figur 20: komplementære ord

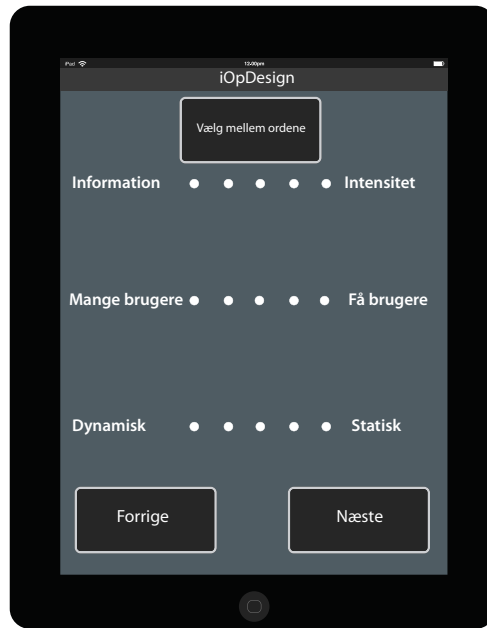
Kapitel 3

Det er min vurdering ud fra teori, modeller og observationer, at disse komplementære størrelser kan benyttes i praksis. Måden de kan benyttes i forhold til KOfÆ-modellen er ved at træffe valg om disse parametre i forhold til oplevelsesfeltet. Herefter kan en dialog om på den ene side den æstetiske dimension og på den anden side kommunikationsaspektet medføre nye ideer eller ændringer, til de indledende beslutninger, der er taget i forhold til designet. Normans fokus på det emotionelle i design kombineret med Jantzen og Vetners fokus på oplevelsens struktur er igen underliggende. Hvis de skulle ekspliciteres, kunne de fylde en hel model i sig selv, og det samme gør sig gældende med Jantzen, Vetner og Bouchets ti kriterier. I mock-uppen har de derfor tjent som inspiration. Ordene er som nævnt valgt ud fra en subjektiv vurdering af, hvad jeg finder interessant og relativt overskueligt at tale om i en workshopsituation.

Som nævnt under evalueringen af første mock-up er det en mulighed at give designer og rekvirent lejlighed for selv at tilføje flere ord – enten som komplementære størrelser eller som enkelte ord.

Det er tanken, at redskabet benyttes i de situationer, hvor det giver mening. Rekvirenten får udleveret en iPad, hvor applikationen er startet. Applikationen skal stråle med farver og være præget af flot grafik, der imponerer og overrasker. Hvert nyt skærmbillede viser en valgmulighed, som rekvirenten og Kollision i samarbejde skal tage stilling til. Ønskes det ikke at træffe et bestemt valg, eller vil kunden lade det op til Kollision efterfølgende i designprocessen at træffe valget, gås blot videre til næste skærmbillede. På denne måde vil resultatet afspejle kundernes ønsker. Da applikationen er et interaktivt redskab til udvikling af oplevelsesdesign, kalder jeg det *iOpDesign*.

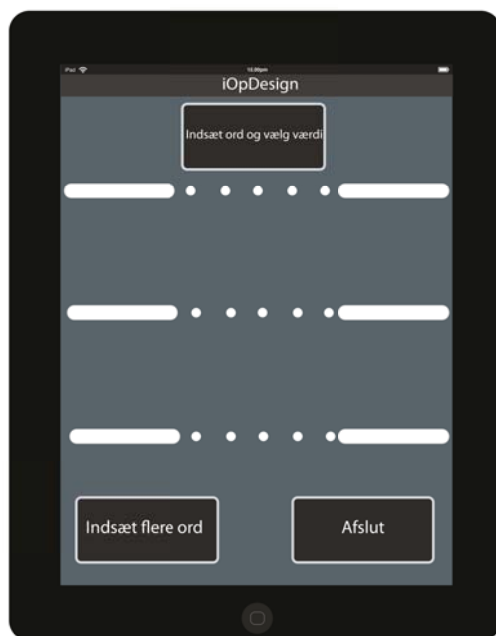
Processen er illustreret ud fra følgende billeder, der udgør mock-uppen:



Figur 21: iOpDesign mock-up billede 1

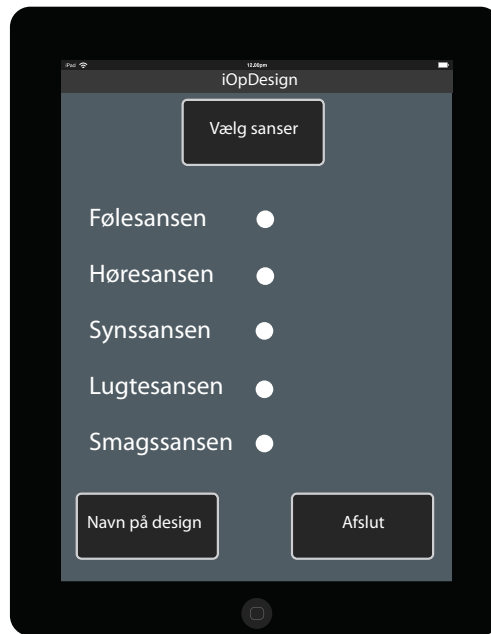
Det første billede fra mock-uppen viser et af de skærbilleder, rekvisiten skal interagere med. Ved at trykke på et af de hvide punkter, vurderes det, om oplevelsen skal være enten mod den ene side eller den anden. Herefter kan rekvisiten vælge at gå tilbage til forrige, hvis de er kommet i tanke om en værdi, de gerne vil ændre, eller at gå videre til de næste parametre.

Kapitel 3



Figur 22: iOpDesign mock-up billede 2

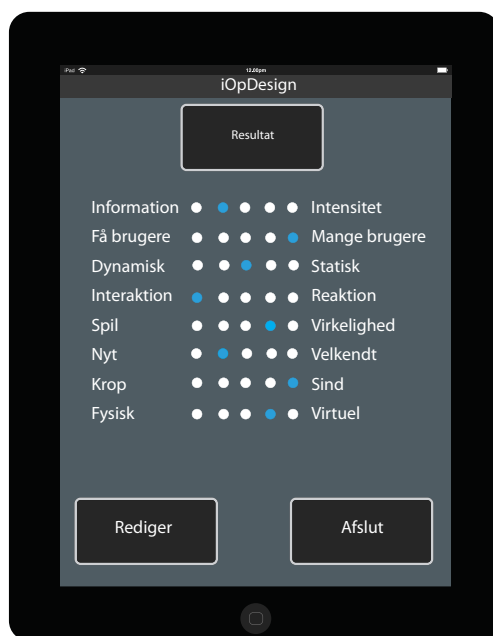
Dette andet billede af mock-uppen, viser rekvirentens mulighed for selv at tilføje ord. Ved at trykke på et af de hvide felter, kommer tastaturet frem. Herefter kan rekvirenten selv indtaste ord, og derefter vurdere hvor i hvor høj grad, ordet skal gøre sig gældende i designet, ved at trykke på et af de hvide punkter. Her er det tilrådeligt, at designeren aktivt er med i dialogen, og sørger for, at der ikke opstår 'inflation' i ordene, men at der i stedet tages en kvalificeret dialog om, hvad det betyder at vælge nogle ord til.



Figur 23: iOpDesign mock-up billede 3

Ved det skærbillede som figur 23 viser, skal der vælges mellem sanserne. Her trykkes på de af de hvide punkter, som hører til den sans, rekvirenten og designeren ønsker at inddrage. Designerne skal her være opmærksomme på, at der ikke vælges sanser, der ikke giver mening at inddrage i den type projekt, der er lagt op til. Her kan også indtastes et navn på designet, så det kan genkendes efter workshopen.

Kapitel 3



Figur 24: iOpDesign mock-up billede 4

Dette sidste billede af mock-uppen viser den resultatskærm der vises i applikationen, når alle ordene har været gennemgået, og der ikke er ønske om at tilføje flere ord. De blå fremhævelser viser, hvor rekvirenten har valgt at lægge fokus, og det er på baggrund af disse, at dialogen, der inddrager KOfÆ-modellen, kan indgås. Hvis denne dialog ikke giver det ønskede resultat i forhold til planerne eller ønskerne for oplevelsesdesignet, kan der redigeres i de valgte ord.

Ved at trykke afslut på dette stadie i applikationen, er det tanken at der fremkommer et felt, hvor rekvirentens e-mail adresse kan indtastes. iOpDesign sender så en mail til både Kollision og til rekvirenten med det endelige resultat, så begge parter har en reference til senere brug.

Udvikling

Med iOpDesign mener jeg at have givet et bud på et oplevelsesbaseret udviklingsredskab, og det er nærliggende at vurdere konceptet ud fra sig selv og KOfÆ-modellen, og på den måde undersøge redskabet som et oplevelsesdesign. Følgende resultat fås ved placering i redskabet:



Figur 25: iOpDesign appliceret på iOpDesign

Ved at se på iOpDesign ud fra sig selv, tydeliggøres en række egenskaber. Det er en applikation med megen information, der er relativt få brugere, der kan benytte den ad gangen, det er delvist dynamisk idet rekvisiten eller designeren selv kan tilføje flere ord, og dermed ændre på resultatet. Interaktionen er høj, og det kan fremstå lidt som et spil, der er nytænkende og som stimulerer det reflekserne, og har en virtuel flade.

For at vurdere redskabet ud fra KOfÆ-modellen, starter jeg med at se på kommunikationen. Er designet forståeligt i konteksten? Og får det leveret

Kapitel 3

det budskab, det skal til brugeren? Umiddelbart ja, idet designerne fra Kollision altid vil være til stede i workshoppen, og dermed kan forklare de forskellige trin. Ellers kan det være en mulighed at implementere en hjælpe-funktion. Jeg vurderer, at det vil øge forståelsen at implementere en oversigt over, hvor langt i redskabets proces, brugeren er på det pågældende tidspunkt. Ud fra æstetikken er det nyt i konteksten, men aktiverer kun to sanser – synssansen og følesansen. Det kunne være en mulighed at se på implementeringen af lyd brugt som feedback for at understøtte processen. I forhold til oplevelsesfeltet, og dermed den kontekst designer opererer i, er det vigtigt at fastslå, at det er et redskab, som designerne fra Kollision kan inddrage, hvis de finder de relevant og brugbart i den enkelte situation. Derfor er der en del af kommunikationen, der gøres lettere end hvis rekvirenten skulle benytte designet alene. Ved at benytte udviklingsredskaberne på redskabet, er der altså kommet to nye ideer, der ikke er tænkt i første omgang: en visualisering af processens forløb og implementering af lyd som feedback.

Kritik af KOfÆ-modellen og iOpDesign

Det er min erfaring, at det ikke er muligt at fastsætte en værdi ud fra blandt andet hvor mange sanser, der implementeres, eller hvor meget indholdet overrasker. Det er forskelligt fra situation til situation, og jeg mener at æstetikbegrebet kan niveausættes, så der ikke kun er talen om en helt igennem overraskende æstetisk oplevelse, eller æstetiske elementer i en oplevelse. Det er en kritik af den måde jeg har valgt at benytte æstetikbegrebet. Jeg vil beskæftige mig yderligere med denne problemstilling i diskussionen.

Det er min vurdering, at det ikke er muligt kun at bestemme designets form ud fra tankerne om at gøre oplevelsen så god som mulig, da det afhænger meget af både projekttype, kundetype og budget, hvilke valg der bliver truffet. Dette er ikke umiddelbart muligt for mig at tage hensyn til,

Udvikling

da det må være en vurderingssag i den enkelte situation, at designerne med deres erfaring, kan vurdere de vigtigste elementer ud fra kundens ønsker og krav.

Da afgrænsning som nævnt er afgørende betydning i dette speciale, gør jeg det her, selvom jeg kunne fortsætte med at inddrage andre udfordringer for både model og redskab.

Der er interessante og relevante spørgsmål, som jeg ikke svarer på, men som kunne undersøges i jagten på det gode udviklingsredskab.

Opsamling

Ved at sætte ord overfor hinanden i forhold til deres komplementaritet er det min vurdering, at der opstår et pædagogisk potentiale i forhold til at illustrere overfor rekvirenten, at det ikke er muligt altid at få både det ene og det andet. Ved kun at bruge simple ord øges forståeligheden i redskabet, og Kollisions tilstedeværelse er yderligere en hjælp i forhold til kommunikationen. KOfÆ-modellen skal bruges som dialogredskab efter arbejdet med redskabet, og på denne måde kan designer og rekvirent indgå en dialog, hvor fokus er på kontekst, forståelighed og nytænkning.

I forhold til TFDs udtalelse om æstetikken som et begreb, der er svært at bruge i praksis, vil en eventuel videre udvikling medføre, at dette begreb ændres. Jeg accepterer muligheden for ændringer i både modellen og i redskabet, men vurderer, at det er et projekt, der ligger uden for specialets ramme.

Jeg vil nu diskutere resultaterne og konkludere på specialet. Slutteligt vil jeg reflektere over processen.





Afslutning



Kapitel 4

Diskussion

Mødet mellem teori og praksis

At arbejde med dette speciale har budt på mange udfordringer – især i forhold til at bevæge sig i krydsfeltet mellem teori og praksis. Hvorvidt jeg har været i stand til at håndtere at arbejde effektivt i dette felt, vil jeg reflektere over i det afsluttende afsnit *Procesrefleksion*.

Jeg har med specialet endnu en gang erfaret, at det kan være yderst svært at omsætte teori til praksis, hvis den teoretiske viden skal bibeholdes som forklaringselement, men samtidig skal præsenteres simpelt og let anvendeligt. Der opstår et limbo. Forklaringen må ikke være for kompleks for den person, der skal høre på den, men skal samtidig indeholde den bagvedliggende teori, hvis det skal fungere som kvalificeringsredskab. Ingen gider den fulde udredning af oplevelsens opbygning og den menneskelige erfaringsevne, hver gang der skal designes en oplevelse, men ønsket er stadig at have et teoretisk funderet redskab. Så hvordan løses dette? Kan det løses? Umiddelbart er mit bud nej. Det er muligt at udvikle komplekse modeller, der indeholder en stor mængde viden om oplevelser og design af disse, men at implementere dem i praksis kræver en simplificering. De forsøg jeg har foretaget for at løse denne problemstilling har begge resulteret i et 'nogenlunde' bud på teoretiske modeller, der kan anvendes i praksis, men som ikke har helt den samme teoretiske tyngde, som jeg kunne ønske de havde, for at kunne kvalificere oplevelsesdesignet. Som TFD udtaler:

TFD: (...) *du skal lade være med at tro, at du rent faktisk kan løse det, for det tror jeg ikke du kan, men jeg tror du kan løse den her ovre (teorien), og så kan du løse den her ovre (praksis). Men du kan ikke*

Kapitel 4

få det til at gå op i en højere enhed. Det er jeg bange for, fordi så vil praksis hele tiden udfordre alle de kategoriseringer du laver (Bilag 3: 667).

På trods af denne gode pointe har jeg tilnærmelsesvist forsøgt at løse problemstillingen alligevel, ved at sammenkoble teorien og praksis så meget som muligt. Interviewet med TFD blev afholdt relativt sent i min specialeproces, hvorfor jeg ikke ville aflive forsøget helt. Jeg har i dette speciale altså gjort et forsøg på at få teori og praksis til at mødes, idet jeg ser et mulighedsrum, hvor begge verdener efter min mening kan få glæde af at se på og lære af hinanden. Specialet er eksplorativt, og det vigtigste for mig er ikke resultatet, men de erfaringer jeg har opnået på vejen, der knytter sig til kombinationen af teori og praksis. Jeg har erfaret, at der er stor forskel på rekvirenter og projekter, og at det ikke altid er fordelagtigt at etablere en fastlagt designstruktur der er ens for alle. Hertil kommer, at det ikke nødvendigvis er et succeskriterium, at kunden ved præcist, hvad der sker i udviklingsprocessen.

Arbejdet med Kollision har været givende, og deres placering i mellem erhvervslivet og den akademiske verden, har givet interessante dialoger. Det er givet, at resultatet var blevet anderledes, hvis jeg havde taget udgangspunkt i en ren teoretisk udvikling, eller i en anden virksomhed med standardiserede designprocesser eller rendyrkede praktikere.

Et element jeg tidligere har beskæftiget mig med, er hvorvidt modellerne kan tage højde for både dele af oplevelsen og oplevelsen som helhed, da dette kan være et krav i den praktiske verden. Det er min vurdering, at dette er en mulighed for KOfÆ-modellen, da dialogen mellem designer og rekvirent er det afgørende parameter for forståelse.

Diskussion af teori

Først vil jeg pointere, at det udviklede koncept udgør et produktredskab og ikke et procesredskab. Specialets fokus er at skabe grundlag for at forstå begrebet oplevelsesdesign på et teoretisk niveau for at kunne overføre principperne til en designsituation i praksis. Oplevelsesfeltet er et komplekst område at beskæftige sig med, og der er forskellige meninger om måden at se oplevelsens form, design og betydning på.

Jeg har generelt ikke forholdt mig kritisk til teorierne, men har i stedet set på de dele af de forskellige teorier, der lægger op til hinanden. Dermed har jeg benyttet Normans emotionelle design og Jantzen og Vetners definition af oplevelsens struktur til at skabe en bagvedliggende konstruktion for min forståelse af, hvordan oplevelsen påvirker individet. Disse teorier er svære at benytte pragmatisk, og er dermed snarere viden, der er relevant at have med sig i bagagen, når der skal designes en oplevelse.

Jantzen, Vetner og Bouchets ti kriterier har ligeledes ikke fået en eksplicit plads i redskabet eller modellen, men de inspirerer som nævnt til ordvalget, men har ellers ikke en direkte plads i det endelige resultat. Jeg godtog fra starten deres kriterier uden at bedømme deres korrekthed, men jeg vurderer, at de ikke alle er krav, der er nødvendige for den gode oplevelse. Den digitale fortælling er et eksempel på et projekt, hvor det er min vurdering, at interaktion ikke er en nødvendighed. Igen kan det pointeres, at konteksten har betydning for hvilke elementer, der skal til for at opnå (den gode) oplevelse.

En anden kritik af min teori knytter sig til æstetikbegrebet. Som TFD udtaler, er æstetik et meget omstridt begreb, som han anbefaler at fjerne i en eventuel realisering af det samlede koncept. Jeg giver ham ret. Ved at knytte æstetikken til sansningen og til det overraskende element som følge af den konstante svingning mellem form og substans, udelukker jeg en række oplevelser som havende mulighed for at være æstetiske. Jantzen, Vetner og Bouchet beskriver, hvordan æstetikken opstår når vedkommende, der har oplevet genstanden ikke er helt klar over, hvad der

Kapitel 4

foregår. Hvis dette er sandt, og æstetikken i øvrigt adskiller sig fra kommunikationen, ser jeg en svingning mellem, hvad der er æstetik og hvad der ellers knytter sig til den fænomenologiske sansning. Hvis æstetikken anerkendes som både noget grimt og noget smukt, og at det ikke *kun* er det smukke, er det svært at arbejde ud fra i en praksissituation. Jeg mener som Shusterman, at æstetikken betyder noget forskelligt, alt efter hvilken situation, begrebet bruges i. Måden jeg har forsøgt at holde dette for øje, er ved at koble det med oplevelsesfeltet. Hermed tvinges designerne til at overveje æstetikken *i forhold til* det miljø, de designer til. Designeren kan kun have en formodning om, hvad den enkelte bruger vurderer som æstetisk, hvorimod det er lettere at sørge for det funktionelle og forståelsesmæssige, i den kommunikation designobjektet medfører.

I forhold til designdreven innovation har jeg ikke sat spørgsmålstegn, men har taget princippet for gode varer. Jeg vil argumentere for, at der kan være fordele ved at se på brugernes behov, som Norman beskriver det. Herudover opstår også en problemstilling i forhold til at lade brugerne være medskabere af oplevelsen, som de skal ifølge tankerne om co-creation. Igen er det min vurdering, at Kollisions erfaring med arbejdet i designfeltet er udslagsgivende for de metoder, der vælges benyttet. Et andet kritikpunkt går på brugen af begreber, der knytter sig til oplevelsesdesign som felt.

Et yderligere punkt jeg vil fremhæve er TFDs ønske om at inddrage ordet oplevelse i redskabet, hvilket viser en forskel i den måde han forstår oplevelsesbegrebet på og den måde jeg forstår det på. Jeg mener ikke det er muligt at benytte oplevelse som måleparameter for design af en oplevelse, da det er andre faktorer, der *medfører* oplevelsen. Herudover er det som nævnt ifølge teorien heller ikke muligt at designe *en* oplevelse, men kun *til* en oplevelse. Det kunne tyde på, at TFDs forståelse af oplevelsesbegrebet knytter sig til den forståelse Pine og Gilmore har af underholdnings- eller eskapismeoplevelsen. Hermed må jeg formode, at min opfattelse af oplevelsesbegrebet skal tilpasses, når jeg skal arbejde med det i praksis.

Konklusion

Jeg kan nu med udgangspunkt i den opnåede viden svare på problemformuleringen:

Hvordan kan et digitalt interaktivt redskab til udvikling af oplevelsesdesign udformes? Og hvordan sikres det, at der holdes fokus på elementer, der kan styrke designets oplevelsespotentialer?

Et interaktivt redskab til udvikling af oplevelsesdesign kan indeholde flere elementer. I specialet arbejdes der først og fremmest med at etablere et teoretisk grundlag for at kunne tale om oplevelser. Disse teoretiske elementer kan tilrettelægges således, at en designer og en rekvirent kan indgå i en dialog på baggrund af en kvalificerende og dialogskabende model. I specialet arbejdes med KOfÆ-modellen, der består af elementerne: Kommunikation, oplevelsesfelt og æstetik. Ved brug af praksiseksempler bliver modellen vurderet og tilpasset praktisk anvendelse. Det er domænet oplevelsesfelt, hvori konteksten for oplevelsesdesignet er indeholdt, der er det centrale. Ved at have fokus på skiftevis kommunikation eller æstetik og den kontekst hvori disse elementer skal eksistere, kan oplevelsens egenskaber italesættes. KOfÆ-modellen kan understøttes af iOpDesign, der er et digitalt og interaktivt redskab, og som tilbyder rekvirenten en oplevelse i designsituationen. Det konkluderes, at et redskab tilrådeligt skal være dynamisk, så det kan tilpasses til den designsituation, det skal bruges i. Redskabet skal være simpelt og forståeligt, men samtidig ikke være så simpelt, at det ikke har forklaringskraft eller egentlig brugsværdi. Med iOpDesign er der udviklet et koncept, hvor der med en applikation til en tablet kan arbejdes beslutningsorienteret mod oplevelsesdesign. Ud fra den teoretiske konstruktion bliver der udviklet en række ord, der ved at fastslå deres komplementære størrelser, kan bruges som beslutnings-

Kapitel 4

redskab og fastholdelsespunkt i forhold til at indgå en dialog rekvirent og designer imellem. Dette gøres for at sikre designets oplevelsespotentiale. Ved at have en oscillerende bevægelse mellem KOfÆ-modellen og iOpDesign, kan der holdes fokus på og indgås i dialog om oplevelsesskabende elementer, men kun med udgangspunkt i designvirksomhedens forudgående kompetencer og evner til at indgå i dialog med rekvirenten. Redskabet iOpDesign kan indgå i de designworkshops, som designholdet vurderer, at det er relevant at inddrage det i.

Det er en kombination af designvirksomhedens erfaringer, rekvirentens ønsker, samt KOfÆ-modellen og iOpDesign, der gør det muligt at holde fokus på designets indhold af oplevelsesskabende elementer. Med modellen og redskabet er der således givet et bud på et interaktivt digitalt redskab til udvikling af oplevelsesdesign, der kan styrke designets oplevelsespotentiale.

Procesrefleksion

Udarbejdelsen af dette speciale har været en proces med mange udfordringer. I løbet af processen har specialets fokus ændret sig flere gange, som følge af dets eksistens i krydsfeltet mellem teori og praksis. Som jeg har redegjort for, er det vanskeligt at have et korrekt teoretisk perspektiv, der kan anvendes direkte i praksis. Jeg har dog alligevel forsøgt at tilpasse specialet ved at placere det i en position et sted i midten, i det jeg ønskede at udvikle et interaktivt digitalt redskab til oplevelsesudvikling, som jeg kan bruge som springbræt for senere at indgå i erhvervslivet. Det har haft den konsekvens, at jeg ikke helt formår at give al den inddragte teori den plads, det fortjener, eller på den anden side at kvalificere de teoretiske valg ud fra deres relevans i praksis.

Især Donald Normans emotionelle design, Christian Jantzen og Mikael Vetners redegørelse for oplevelsens psykologiske struktur og de ti kriterier for oplevelsesdesign, de har opsat med Julie Bouchet, forsvinder lidt i glemslen for kun enkelte gange at dukke op. Dog er teorierne bagvedliggende, og har bidraget til at øge min viden om oplevelsesdesign. At implementere dem direkte i modellen eller redskabet ville efter min vurdering skabe øget kompleksitet, hvorfor jeg ikke har forsøgt at inddrage dem, da jeg blev opmærksom på denne problemstilling.

Det er min vurdering at denne negligering er et resultat af, at jeg har kørt to parallelforløb, der har bremset den naturlige hermeneutiske metode med fremsættelse og afprøvning af hypoteser. Disse parallelforløb er opstået, fordi jeg på den ene side har vurderet modellen for sig, og på den anden side har vurderet redskabet for sig.

En anden udfordring, der har bremset mig en smule i processen er mit valg om at bruge et Venn-diagram som skabelon for oplevelsesdesign. Fra starten har jeg været fascineret disse diagrammer, da de kan medføre

øget overblik over et felt, men jeg havde ikke taget højde for, at jo mere komplekse præmisser der opsættes, jo sværere bliver det at ende med en sand konklusion.

På sin vis har det været godt at bruge Venn-diagrammet, da det viste mig, at de præmisser jeg endte med at sætte op for oplevelsen, ikke gav en gyldig konklusion. Herefter kunne jeg udvikle en anden type model, hvilket helt sikkert har lært mig meget.

Alt i alt vil jeg med denne procesrefleksion afsluttende pointere, at jeg har besvaret problemstillingen i specialet, dog med et mindre afprøvet og færdigt resultat end jeg havde regnet med. Der er ingen tvivl om, at jeg nu kan se en større sammenhæng mellem oplevelser og design i det krydsfelt, der ligger mellem teori og praksis. KOfÆ-modellen er interessant, og den vil fremover have en plads i min bevidsthed, når jeg skal arbejde med oplevelsesdesign.

Litteraturliste



Litteraturliste

Flick, Uwe (2006) *An Introduction to Qualitative Research*, Third Edition, Sage Publications

Jantzen, Christian og Rasmussen, Tove Arendt (2007) *Oplevelsesøkonomi, vinkler på forbrug* s. 21-461. udgave, 2. oplag, Redigeret af Christian Jantzen og Tove Arendt Rasmussen, Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?, Excite-serien 2, Aalborg Universitetsforlag

Jantzen, Christian og Vetner Mikael (2007) *Oplevelsesøkonomi, vinkler på forbrug* s. 201-218, 1. udgave, 2. oplag, Redigeret af Christian Jantzen og Tove Arendt Rasmussen, Design for en affektiv økonomi Excite-serien 2, Aalborg Universitetsforlag

Jantzen, Christian, Vetner, Mikael og Bouchet, Julie (2011) *Oplevelsesdesign, Tilrettelæggelse af unikke oplevelseskoncepter*, 1. udgave, Samfundslitteratur

Merleau-Ponty, Maurice (2009) *Kroppens fænomenologi (1. del af 'perceptionens fænomenologi')*, 2. udgave, DET lille FORLAG

Norman, Donald A. (2005) *Emotional design, Why we love (or hate) everyday things*, Paperback edition, Basic Books

Litteraturliste

Pahuus, Mogens (2007) *Hermeneutik, Humanistisk videnskabsteori* s. 139-171, Red: Collin, Finn og Køppe Simo, 2. udgave, 4. oplag, DR Multimedie 2003, Nørhaven Book

Pine, Joseph B. og Gilmore, James H. (1999) *The Experience Economy, Work Is Theatre & Every Business a Stage*, Harvard Business Review Press

Sharp, Helen; Rogers, Yvonne; Preece, Jenny (2007) *Interaction Design, beyond human-computer interaction, 2nd Edition*, John Wiley & Sons Ltd

Shusterman, Richard (2008) *Aesthetic Experience, Aesthetic Experience, from analysis to eros* s. 79-98, Redigeret af Tomlin, Adele og Shusterman, Richard, Routledge

Thøgersen, Ulla (2006) *Krop og fænomenologi, En introduktion til Maurice Merleau-Pontys filosofi*, 1. e-bogsudgave, 1. oplag, Academica

Tomlin, Adele (2008) *Aesthetic Experience, Introduction* s. 1-14, Redigeret af Tomlin, Adele og Shusterman, Richard, Routledge

Verganti, Roberto (2009) *Design Driven Innovation, Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean* s. vii – 18, Harvard Business School Publishing Corporation

Artikler

Prahalad, C.K. og Ramaswamy, Venkatram (2000) *Co-opting Costumer Competence*, s. 79-87, Harvard Business Review, januar-februar, 78 (1)

Shusterman, Richard (1997) *The End of Aesthetic Experience*, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, s. 29-41, The American Society for Aesthetics, Blackwell Publishing

Internethenvisninger

Alle internetsiderne er sidst tilgået 24.5.2012

(Aros.dk: Enter Action)

<http://www.aros.dk/besoeg-aros/udstillinger/2009/enter-action-digital-art-now/>

(Denstoredanske.dk: Begreber)

http://www.denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Filosofi/Filosofiske_begreber_og_fagudtryk/begreb

(Denstoredanske.dk: Design)

http://www.denstoredanske.dk/Kunst_og_kultur/Kunsth%C3%A5ndv%C3%A6rk_og_design/Kunsth%C3%A5ndv%C3%A6rk,_kunstindustri_og_industrielt_design/design

Litteraturliste

(Denstoredanske.dk: Interaktion)

http://www.denstoredanske.dk/index.php?title=Krop%2C_psyke_og_sundhed/Psykologi/Psykologiske_termer/interaktion

(Denstoredanske.dk: Venn)

http://www.denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Filosofi/Logik/Venn-diagram

(Greengrowthleaders.org: About)

<http://greengrowthleaders.org/about/>

(Interaction-design.org: Mock-ups)

<http://www.interaction-design.org/encyclopedia/mock-ups.html>

(Kollision.dk: GreenGrowth)

www.kollision.dk/#greengrowth

(Kollision.dk: LoveDoodles)

www.kollision.dk/#lovedoodles

(Leksikon.org: Kommunikation)

<http://www.leksikon.org/art.php?n=3268>

(Marnixdenijs.nl: Run Motherfucker Run)

<http://www.marnixdenijs.nl/run-motherfucker-run.htm>

(Urbanespil.dk: Realismeskalaen)

<http://urbanespil.dk/projektet/pdf/4Artikel3.pdf>

Litteraturliste



Oplevelsesdesign i krydsfeltet mellem teori og praksis

er et speciale om de udfordringer og fordele, der opstår mellem den akademiske og den praktiske verden, når der skal designes oplevelser. Mange principper er velfungerende i teorien, men møder udfordringer, når de skal anvendes i praksis. Specialet giver med KOfÆ-modellen og det interaktive digitale designredskab iOpDesign et bud på en indgangsvinkel til arbejdet i dette krydsfelt.