

TEKST → SVEIN GUSRUD, MØBELDESIGNER MNIL,  
PROFESSOR EMERITUS



Ettore Sottsass, Perry King, Valentine Portable Typewriter for Olivetti, 1968.

# Produktsemantikk

**Utdanningene i Bergen og Oslo er de eneste som har møbeldesign i sine fagplaner. Kunstindustrielle fagdisipliner som omfatter design av møbler og andre produkter, enten spesifikt for gitte rom eller industrifremstilte for generelle situasjoner. Dette er utdanningenes fagplaner i dag. Produktene stilles som oftest ut på messer hvor gjenstanden skal tale sin egen sak som «Das Ding an sich», gjenstanden i seg selv, uten relasjon til bruk i en sammenheng.**

Under ICSIDs 60-års jubileumsutstilling i Ljubljana i Slovenia i 2017, besto en av utstillingene av gjenstander uten slik sammenheng med hverandre eller omgivelsene; som på en helt vanlig møbelmesse. (Ref. Boelen, Jan, Chief Editor, *Designing Everyday Life*, Ljubljana, Slovenia, Park Books, 2017). Det ble opp til publikum å plassere gjenstandene etter eget hode og sammenligne med hva man hadde sett tidligere. Norden deltok ikke på utstillingen. En annen vinkling var derimot Spanias stand med temaet: *Tapas*. Dette «matordet»

gir automatiske assosiasjoner om bar, barkrakk, små bord, stående klientell og uformelt samvær. Situasjoner har oppstått. (Situasjonsdesign er et relativt nytt begrep som omfatter symbiosen: gjenstander i rom, og hensikten med plassering og tilhørighet både inne og ute.) En rekke designere leverte sine prototyper av produkter som assosierte med temaet *tapas* på en forbløffende frisk og ny måte.

## PRODUKTSEMANTIKK

I 1993 lanserte professor Klaus Krippendorf ordet produktsemantikk i en rapport fra et høstseminar ved University of the Arts i Philadelphia i USA. Den amerikanske rapporten er oversatt til norsk og sammenfattet av meg. Det som følger er en klargjøring av hva ordet produktsemantikk innebærer. Ordet produktsemantikk lanserer en ny innfallsvinkel, i forhold til den tradisjonelle bruken av begrepet design som jo «ikke er noe i seg selv». Hensikten er at produktene skal bli enklere å tolke, for betydning er sentral i all designvirksomhet. Motivene er derimot forskjellige, ved å «tale»

brukerens sak, eller som avantgardestatus for designeren, som ofte prøver å gi produkter en særskilt egen mening. Gjenstander som overlever i en kultur, hefter som regel ved brukeres rasjonelle og irrasjonelle behov. Brukeren velger ofte sine gjenstander ut fra psykisk utstråling, som farge og form, fremfor objektets fysiske kvaliteter i en funksjonalistisk sammenheng. I en produktsemantisk sammenheng er mening hverken spesiell eller generell. Forbrukere har mange forskjellige tolkninger i ulike kulturer, sosiale grupper, eller hos individer og i forskjellige sammenhenger.

## SAMHANDLING

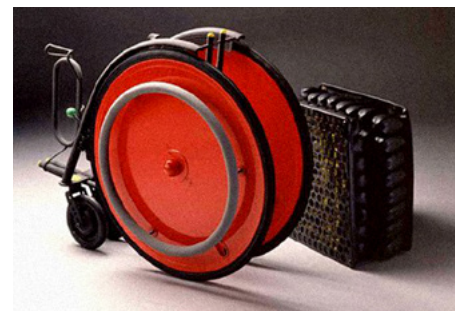
Rent objektivt ser vi ikke hvordan gjenstander er, men hvilken mening de signaliserer. Vi sier at noe gir mening når vi forstår rollen det spiller i en viss sammenheng og situasjon. Mennesker identifiserer ting i en dynamisk samhandling mellom gjenstanders overflate og egen bevissthet. Gjenstander er meningsfulle så lenge brukeren er villig til å identifisere seg med produktets hensikt. Menneskelig



Temaet på den spanske standen under ICSIDs 60 års jubileumsutstilling i Ljubljana i 2017.



Kazuo Kawasaki, Carna Folding Wheelchair, 1989.



Produktsemantiske iskremstoler på Madeira.

deltagelse i samhandling er frivillig, og når meningen blir borte, må det motivasjon til. For å oppnå varighet må deltageren fornemme at gjenstanden kan utforskes. Eksempelvis kan en blyant også brukes til å stille digitale klokker, som bokmerke eller for å imponere andre. Klokkelenker er blitt ledigere enn før, noe som signaliserer at en viss skjodesløshet er «in», og klokker har blitt del av smykkebransjen. Gjenstanders opphav er ikke bare i samsvar med materielle forhold, men også i samsvar med språk. Å høre hva andre mener om produkter, gir den beste innsikten i hvordan brukere forholder seg til gjenstander. Verbale utsagn gir mulighet til å danne oss et bilde av hvordan andre mennesker tolker og anvender gjenstander i en sosial sammenheng. Vi tilegner oss forståelse ved persepsjon (en blanding av sansing, forståelse og handling). Forståelse bygger på hva vi har tilegnet oss i fortiden, eller kan forestille oss. I dagligtale sammenblandes ofte hva noe er, i forhold til forståelse og mening om hva det betyr. Dette kan føre til mange forskjellige tolkninger.

### RESULTATET KAN KATEGORISERES PÅ FØLGENDE MÅTER:

- Navn – (hva det er, tilhørighet).
- Likhet – (hva det ligner, hva det ser ut som).
- Fordeler og ulemper – (tingens kvalitet).
- Den objektive historie – (hvordan det kom til, bakgrunnen, produsent).
- Den personlige historien – (hvordan det er blitt skaffet til veie, hvilken betydning det har for giveren, og bruken over tid).
- Fremtiden – (hvor lenge det varer, neste bruker, «pensjonering»)
- Hva det skal være godt for – (hensikten).
- Geometri – (beskrivelse av formen i geometriske termer).
- Materialet – (overflatekvalitet, produksjonsmåte).
- Hvordan det er satt sammen – (deler, mønster og logistikk).
- Hvordan det virker – (hva skal til for at det fungerer, brukervennlighet og funksjon).

- Hvor godt det virker – (sammenlignet med andre, holdbarhet).
- Tilhørighet – (hvor det skal være, og hva det er del av).
- Motivasjon – (emosjonell tiltrekning, hvorfor det blir brukt).
- User interface – (innebygget kontroll og manipulerbarhet).
- Eierskap – (hvem det tilhører).
- Hvordan det bidrar til brukerens identitet.
- Hvordan det påvirker andre mennesker – (gaver, presanger og minner).
- Diskriminering – (integrasjon, omdømme).