

Fremtidens bil – Dit hjem på hjul

Pernille Schmidt Ernst Pedersen

”What if your car became simply an extension of your home?” - Sådan blev den selvkørende konceptbil fra Renault præsenteret, da den blev afsløret ved Frankfurt Motorshow i 2017 (DPCCars, 2017, 4 min., 10 sek. - 4 min., 14 sek.). Med udviklingen af *cruise control* og *autopilot*, i henholdsvis 1956 og 1958, begyndte utopien om den selvkørende bil at synes som en realitet indenfor en overkommelig fremtid (Kröger, 2016, s. 55), men med de hastige skridt mod fremtiden begyndte et kritisk syn på den selvkørende bil at dukke frem. Forholdet mellem mennesket og bilen gav grobund for antropomorfe forståelser af selvkørende biler, der udviklede sig til en mere og mere skræmmende fiktion om den selvkørende bil som menneskelignende fænomen. Eksempelvis ses, hvordan den selvkørende bil i filmen *The Car* fra 1977, bliver en personifikation af ondskab og dræber en hel landsby (Kröger, 2016, s. 58). Et nyere eksempel ses i filmen *I, Robot* fra 2004, der tager et stærkt kritisk perspektiv på forholdet mellem menneske og maskine, hvor forholdet omkring menneskets tab af kontrol til maskinen problematiseres. Det er netop dette tab af kontrol, der i dag er centrum for frygten for den selvkørende fremtid, hvor undersøgelser viser, at de fleste bilbrugere er tilbøjelige til ikke at give slip på rattet (Wolf, 2016, s. 119). Hermed udtrykker den selvkørende fremtid et brud med de kulturelle konventioner omkring bilen som køretøj, som forbinder mennesket i en kontrol-position i forhold til bilen. Den selvkørende fremtid er uden tvivl blevet mødt med skepsis, men hvordan forholder virksomhederne bag fremtidens biler sig til denne? Og er det på denne baggrund overhovedet realistisk at forestille sig en fremtid, hvor bilen ikke længere lever op til de kulturelle konventioner, vi forbinder bilen med i dag?

Med et analytisk fokus på bilen som et hjemligt rum ønsker jeg at undersøge hvilke betydninger, der medieres i fremtidens bilinteriør, og hvordan disse har en kulturel og social signifikans. Med udgangspunkt i tre udvalgte konceptbiler fra 2016-17, der alle kategoriseres som *autonomous cars*, ønsker jeg at undersøge hvilke betydningspotentialer, der finder sted i udformningen af interiøret såvel som i det visuelle materiale, der knytter sig til bilerne. Derudover ønsker jeg at diskutere, hvordan konceptbilernes brud med kulturelle konventioner kan accepteres på baggrund af designstrategier, der skaber en genkendelighed hos forbrugeren.

Multimodalitet; at læse billeder og designstrategier

Når jeg undersøger, hvordan konceptbiler medierer særlige ideologier og budskaber om fremtiden, refererer jeg til Grace Lees-Maffeis beskrivelse af *mediering* som en del af *the production-consumption-mediation paradigm*. Ifølge Lees-Maffei kan mediering ses som et brobyggende led mellem produktion og forbrug, hvorfor man, ved at undersøge designobjekter ud fra et medierings-perspektiv, kan kaste lys over begge fænomener (Lees-Maffei, 2009, s. 371). Med denne tilgang opnås en analytisk ramme for kulturelle betydninger omkring objekter (Lees-Maffei, 2009, s. 372). Når jeg refererer til begrebet *mediering* menes dermed den kommunikative rolle, som design besidder. Med andre ord hvordan design kommunikerer særlige betydninger og ideologier af kulturel karakter (Livingstone, 2009, s. 12).

For at besvare min problemformulering ønsker jeg at benytte to forskellige analysetilgange. Først og fremmest analyserer jeg konceptbilerne *EVE* og *SYMBIOZ* ved at benytte Gunther Kress og Theo van Leeuwens teori og metode til analyse af visuel designmediering fra *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Denne metode vil hovedsageligt bruges til analyse af kampagnebilleder fra bilvirksomhedernes egen hjemmeside. Med denne tilgang skabes en forståelse for hvilke betydninger, der repræsenteres i det visuelle materiale, hvortil jeg benytter mig af Kress og Leeuwens analyseniveauer: *det repræsentationelle betydningspotentiale*, *det interaktive betydningspotentiale*, *det kompositoriske betydningspotentiale* og *modalitet*. Herunder skaber jeg et analytisk fokus på, hvordan *strukturering* af de repræsenterede visuelle elementer skaber en specifik betydningsdannelse (Kress & Leeuwen, 2006, s. 59). Hvordan elementerne er placeret og forholder sig til hinanden - samt hvilken interaktion, der herigennem lægges op til - undersøger jeg med henblik på at skabe en forståelse for, hvordan betydningspotentialet kommunikeres i et samspil med beskueren. Afslutningsvist vil en analyse af det visuelle materiales modalitetsniveau bidrage til at klarlægge hvilken troværdighedsværdi, der fremstilles i billederne. Modalitet udgør graden af sandhedsværdi/ troværdighed, som et billede besidder. Repræsenteres billedet troværdigt kan man argumentere for, at billedet besidder en høj modalitet og omvendt (Kress & Leeuwen, 2006, s. 154-155).

Konceptbilen *103EX* analyseres ud fra Carey Jewitts perspektiv på den multimodale analyse, hvilket muliggør en forståelse for, hvordan betydninger i bilens interiør kan ses som kommunikative og dermed repræsentative for en ideologisk fremtid. Til dette fokuserer jeg min analyse omkring hvilke *semiotiske ressourcer*, der er

tilstedeværende i bilinteriøret og herigennem hvilke *modes*, der trækkes på for at muliggøre en særlig mediering. Semiotiske ressourcer referer i denne opgave til de materialer, handlinger og genstande, der indeholder et betydningspotentiale for det kommunikative formål. Betydningspotentialer er baseret på tidligere brug eller *affordances* - altså hvilke situationer vi refererer materialet/genstanden til eller hvilke situationer, vi kan forestille os disse optræde i (Jewitt, 2009, s. 22-23). Modes behandles som den kulturelle formning af materialet, der skaber organiserede principper. Ethvert mode repræsenterer forskellige betydningspotentialer og er bundet til kulturelle konventioner (Jewitt, 2009, s. 21). Med disse analytiske greb ønsker jeg dermed at undersøge hvilke betydninger, der potentielt kommunikerer gennem designet af bilinteriøret, og hvilke kulturelle forståelser disse repræsenterer. Derudover undersøger jeg, hvordan interiørets semiotiske ressourcer formes til *modaliteter* ved at trække på Jewitts forståelse af de tre *metafunktioner: den ideationelle metafunktion, den interpersonelle funktion og den tekstuelle metafunktion* (Jewitt, 2009, s. 23-24).

Afslutningsvist diskuterer jeg, hvordan der skabes en accept af konceptbilernes brud med kulturelle konventioner. Dette gøres gennem Benoît Heilbrunns teori om det modstridende forhold mellem en *endomorphic dimension*, der fastholder den kulturelle kategori, og en *exomorphic dimension*, der - på baggrund af førnævnte - tillades at radikalisere den kulturelle kategori (Heilbrunn, 2015, s. 166). Derudover diskuterer jeg, hvordan forbrug transformerer en genstand fra at være en fysisk substans til at være en betydningsfuld substans. Denne teori bruges til at beskrive, hvordan accepten af konceptbilernes brud med kulturelle konventioner kan forstås ud fra Heilbrunns fire niveauer af værdiidentificering, der bygger på en forståelse af den intenderede forbrugers oplevelse af produkter (Heilbrunn, 2015, s. 12): *Det substantive level*: udgør hvordan menneskets seks sanser forholder sig til genstanden. *Det referentielle level*: udgør hvilke sociale funktioner der refereres til gennem genstande. *Det situationelle level*: udgør de specifikke situationer, steder, personer, som genstanden forbindes med. *Det interaktionelle level*: udgør det forhold, der referer til den sociale adfærd forbundet med forbruget.

Tre syn på fremtiden

For at behandle min problemstilling har jeg analyseret ti konceptbiler fra 2016-17. Herudfra fokuserer opgaven på tre empiriske eksempler for at belyse gennemgående tendenser i disse konceptbiler. Alle konceptbiler kan defineres som *autonomous cars*,

der i denne opgave refereres til som *selvkørende biler*. Selvkørende biler er defineret som et skifte fra den menneskelige chaufførs kontrol til køretøjets egen kontrol uden menneskelig assistance (Woisetschläger, 2016, s. 688-689). Der findes fem grader af dette, hvor det højeste niveau udgør et køretøj, hvor muligheden for menneskelig kontrol ikke er til stede (se bilag 1).

EVE er en konceptbil skabt af det kinesiske firma NIO, der blev introduceret i 2017. Denne konceptbil er valgt, da NIO er en forholdsvis ny bilproducent, hvorfor de fra start har haft en fremtidsvision om selvkørende biler. For at undersøge hvilken fremtid, der medieres i EVE, foretager jeg en analyse af hvilke betydninger, der fremstilles i det visuelle materiale, EVE indgår i. Renaults konceptbil ZYMBIOZ fra 2017 udgør opgavens andet empiriske eksempel og behandles ud fra samme analytiske metode som EVE. SYMBIOZ er repræsenteret i denne opgave, da Renault typisk forbindes med biler, de fleste mennesker har råd til. Det tredje empiriske eksempel er Rolls Royce's 103EX fra 2016, der tilhører den mest eksklusive klasse af de i alt ti biler, jeg har analyseret. Denne er netop valgt af samme grund og vil indgå i en multimodal analyse. Ud fra de tre udvalgte konceptbiler forsøger jeg at sprede mit analytiske felt ud ved at inddrage biler, der repræsenterer tre forskellige socialøkonomiske kontekster. På denne måde opnås et kvalitativt grundlag for at kunne undersøge hvilke forestillinger om fremtiden, der medieres gennem bilinteriøret.

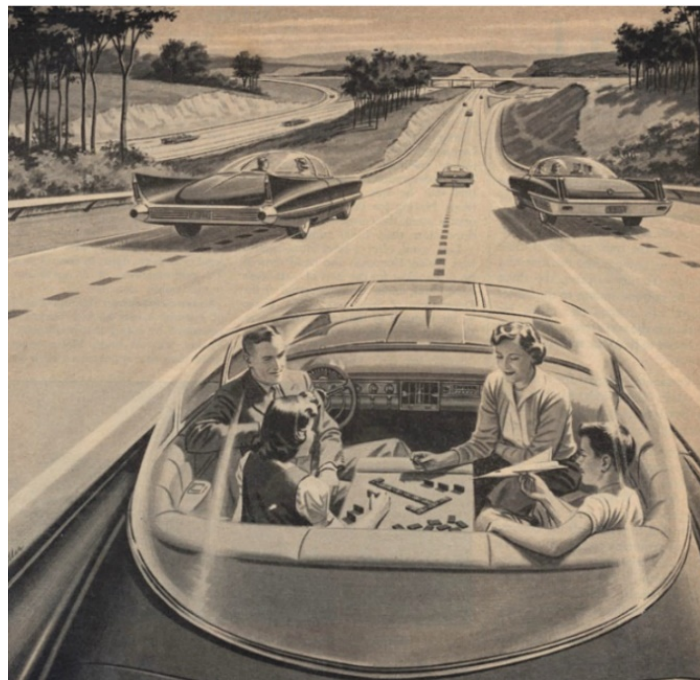
Når fremtiden flytter ind

Forestillingen om selvkørende biler har eksisteret i næsten 100 år, hvor den teknologiske virkelighed altid har synes at være 20 år ude i fremtiden, men dette tidsperspektiv er nu ved at ændre sig. I takt med, at den teknologiske virkelighed, for at realisere den selvkørende bil, kommer tættere og tættere på rejses både nye teknologiske udfordringer, men på samme tid også kulturelle udfordringer (Kröger, 2016, s. 42). Herunder er det altafgørende at forholde sig til etiske og moralske problemstillinger, når de selvkørende biler programmeres (Lin, 2016, s. 70).

I forlængelse heraf eksisterer samtidig en grundlæggende problematik i den kulturelle forståelse af relationen mellem menneske og maskine. I 1920'erne var *mass motorization* blevet en virkelighed i USA, og bilen var nu ikke længere et sjældent syn på gaden (Kröger, 2016, s. 42). Da fænomenet var nyt og regulering og lovgivning ikke havde formået at følge med den hurtige udvikling, resulterede dette i en voldsom stigning af fatale trafikulykker, der skabte store sociale problemer. I denne kontekst

begyndte ideen om den selvkørende bil at spire, og utopien omkring denne blev for alvor udbredt da filmen *The Safest Place* blev vist som en del af *American road safety education* i 1939 (Kröger, 2016, s. 45). Kortfilmen viser en kørende bil uden menneskelig chauffør, der på alle tidspunkter holder sig inden for sin vejbane og aldrig tager uhensigtsmæssige trafikale beslutninger. Denne bil var naturligvis ikke teknisk og teknologisk realiserbar på daværende tidspunkt, men ideen gav udtryk for en moralsk model for fremtidens køretøj, da den menneskelige chauffør blev gjort til skyldbærer for de mange trafikale uheld (Kröger, 2016, s. 46).

Et illustrativt eksempel på den selvkørende bil fra 1956 byder os ind i bilens kabine og afslører et kulturelt perspektiv på den selvkørende utopi. Udover at tilbyde en mere sikker transport fra a til b bevirker den selvkørende fremtid en frihed til at benytte tiden i bilen til at pleje den harmoniske kernefamilie. Her ses således en familie, der tager del i sociale aktiviteter - uden at være fastspændt med sikkerhedssele:



Figur 1: Reklame-illustration fra LIFE magazine i 1956. Americans Independent Electric Light and Power Companies. Illustratør ukendt (Kröger, 2016, s. 51).

Tidligere har den selvkørende bil altså været udtryk for en mere sikker fremtid, hvor udlicitering af køre-handlingen skaber tid til at pleje familien. Da denne fremtid synes at nærme sig vores nutid med hastige skridt, har der, som tidligere nævnt, udviklet sig en skepsis omkring den selvkørende fremtid. Uanset skepsis indgår mennesket og

bilen i dag i et tæt knyttet forhold, der repræsenterer en selvstændighed og frihed, hvor bilen kan synes som en symbolsk udvidelse af den menneskelige krop (Fraedrich & Lenz, 2016, s. 666-667). På denne måde kan bilen forstås som et kulturelt symbol på frihed, individualitet og glæde, hvor mennesket har kontrollen i behold (Fraedrich & Lenz, 2016, s. 668 & 678). Disse sociale og kulturelle faktorer får professor i service management, David M. Woisetschläger til at påpege: “Restricting or removing the autonomy of individuals could cause reactance, i.e., negative psychological and contrary behavioral responses of consumers as reactions to a perceived restriction of their personal freedoms. Automated driving systems could be perceived as a threat to drivers’ autonomy, and reactance could arise in terms of consumer boycott intentions or low adoption rates. Presently, it is unclear if consumers are willing to accept a loss in control” (Woisetschläger, 2016, s. 690).

I det følgende forsøger jeg derfor at belyse, hvordan disse kulturelle og sociale problematikker repræsenteres gennem konceptbiler fra 2016 og 2017. Jeg ønsker hermed at analysere, hvilke forestillinger om den selvkørende fremtid, der medieres gennem visuelt materiale, og hvordan disse kan forstås som et brud på kulturelle konventioner.

NIO EVE – en sikker og stress-fri fremtid



Figur 2: Billedet ses i stor størrelse i bilag 2

Det visuelle materiale ovenfor består af en kollage af otte billeder (som jeg har navngivet med tal), der er udvalgt fra NIOs eget kampagnemateriale. Billedet vil blive behandlet i sin helhed som kollage, men samtidig vælger jeg at trække delelementer ud for at kunne pointere analysen af de forskellige betydningspotentialer. Jeg

argumenterer i forlængelse heraf, at kollagen deler sig i to forskellige strukturer; en *narrativ strukturering* og en *konceptuel strukturering*.

Narrativ strukturering



Figur 3: Det repræsentationelle betydningspotentiale i NIO EVE – narrativ strukturering.

Det repræsentationelle betydningspotentiale i kollagen kan forstås ud fra de tre ovenstående billeder. Disse udgør den narrative strukturering i kollagen. Den narrative strukturering kommer til udtryk gennem pigen som billedernes *actor*, der skaber forskellige *vectors* gennem kollagen. Disse vektorer udtrykkes gennem pigens blik og hendes arm, der alle peger op mod billede fire, der herudfra må forstås som værende vigtig for den visuelle mediering, hvorfor det kan anses som værende kollagens *goal* (Kress & Leeuwen, 2006, s. 64). Da pigen ikke tilbyder øjenkontakt med beskueren kan billederne identificeres som typen *offer*, der herigennem tilbyder information til beskueren frem for at kræve beskuerens opmærksomhed (Kress & Leeuwen, 2006, s. 119). Det interaktionelle betydningspotentiale i disse narrativt strukturerede billeder tilbyder desuden en intim, imaginær relation mellem pigen og

beskueren, da billederne, ifølge Edward Hall, kan karakteriseres som *close personal distance* (Kress & Leeuwen, 2006, s. 125-126). Denne relation muliggør for beskueren at få indblik i pigens følelser, der her udtrykker tryghed, afslappethed og nysgerrighed.

De narrativt strukturerede billeder tillægges et kompositorisk betydningspotentiale ved at benytte *saliency* (Kress & Leeuwen, 2006, s. 202), hvor billederne er fremstillet i en mere gråblå farvetone end kollagens fem yderligere billeder, der er fremstillet i en varmere farvetone. Der skabes således opmærksomhed til pigen, hvis repræsentationelle funktion skaber fokus på kollagens fjerde billede. Den kølige farvetone får pigen til at træde i baggrunden i forhold til de ”varme” billeder, hvorfor beskueren ikke betragter hende som hovedperson i kollagen.

Med disse visuelle strategier repræsenteres et pigebarn, der fremstilles som informationsgiver. I kollagens helhed har det herigennem et betydningspotentiale for at involvere beskueren i den repræsenterede verden uden at kræve, at beskueren på forhånd er kendt med denne.

Konceptuel strukturering





Figur 4: Det repræsentationelle betydningspotentiale i NIO EVE – konceptuel strukturering.

Kollagens repræsentationelle betydningspotentiale kommer ligeledes til udtryk gennem en konceptuel strukturering, da ovenstående billeder repræsenterer et betydningspotentiale uden at skabe vektorer, men derimod udtrykker sig gennem en analytisk struktur (Kress & Leeuwen, 2006, s. 59). Billederne af bilinteriøret kan i denne sammenhæng betragtes som *possessive attributes* i en *unstructured analytical process*, da billederne udgør en del-helhedsstruktur, hvor vi, som beskuere, præsenteres for dele af en virkelighed uden at kende helheden (*carrier*) (Kress & Leeuwen, 2006, s. 87 & 92).

Fire ud af fem af disse billeder er fremstillet i *middle distance*, der giver et væsentligt betydningspotentiale i den selvkørende kontekst (Kress & Leeuwen, 2006, s. 128). Med denne fremstilling tilbydes beskueren en fornemmelse af at kunne række armen ud og røre ved bilinteriøret.

På den ene side kræver billedet ikke en bestemt handling, men handlingen afskrives på den anden side heller ikke, hvorfor fremstillingen kan betragtes som en forhandling

mellem beskueren og det visuelle materiale. Da bruddet med nuværende kulturelle konventioner omkring bilen som køretøj skaber forhandlingsmuligheder omkring fremtiden for denne, kan det netop være vigtigt at mediere denne forhandling til beskueren.

Det femte billede derimod (billede 4), er fremstillet som *close distance* (Kress & Leeuwen, 2006, s. 128). Her får beskueren nemlig følelsen af at sidde inde på bilens bagsæde og kigge ud ad forruden mellem de to forreste sæder. Med denne fremstilling forsøges det at repræsentere et barndomsminde, hvor beskueren får følelsen af at være barn på tur med sine forældre, hvilket skaber en fornemmelse af tryghed og genkendelighed hos beskueren. Dette billede adskiller sig derudover fra de fire andre ved at være fremstillet i en *frontal* vinkel (Kress & Leeuwen, 2006, s. 136). Denne vinkel inviterer beskueren indenfor, hvorfor han tilbydes at være en del af den repræsenterede virkelighed. Det er samtidig det eneste af kollagens billeder, der repræsenterer bilens køremulighed, hvorfor, i forlængelse med førnævnte pointe, der skabes en invitation til en verden, der trækker på en genkendelighed hos beskueren. To af de konceptuelle billeder (billede 4 og 5) er fremstillet med et kompositorisk betydningspotentiale gennem *salience*, hvor disse billeder fremstår større end kollagens seks andre billeder. Ved at fremhæve disse billeder medieres NIOs agenda med EVE, hvor fremtidens selvkørende bil både kan *køres*, men også benyttes til et rum for afslapning. Billederne viser på denne måde et brud med de kulturelle konventioner, men samtidig kommunikerer en genkendelighed, der trækker på nuværende konventioner.

Kollagen, som helhed, er fremstillet med et højt modalitetsniveau. Med en overvejende *naturalistic coding orientation* repræsenterer kollagens kodningsorientation en virkelighed, som beskueren af kollagen kan identificere som værende indenfor sin egen kulturelle forståelse af virkeligheden. Med andre ord er kollagens farver, belysning og repræsentationer af kollagens partcipanter fremstillet, som det kunne ses med det blotte øje. Udover den naturalistiske kodningsorientering fremstilles kollagen også gennem en *sensoric coding orientation*, hvor modaliteten defineres ud fra graden af den sansemæssige fremstilling med henblik på at stimulere beskuerens sanser (Kress & Leeuwen, 2006, s. 163). Gennem en dæmpet farvemætning og belysning skabes således en sensorisk fornemmelse af afslapning på de billeder, der repræsenterer denne stemning, hvorfor jeg igen vil argumentere for, at kollagen besidder en høj modalitet.

Det visuelle materiale, som konceptbilen EVE fremstilles i, repræsenterer en fremtid til forhandling. I kollagen skifter betydningspotentialer igen og igen mellem at være inviterende og begrænsende. Med de visuelle medieringsstrategier kommunikerer kollagen en fremtid, som beskueren endnu ikke er en del af, men samtidig en fremtid der forventes at være åben overfor. Som tidligere nævnt findes en udbredt skepsis over den selvkørende fremtid, men ved at repræsentere tryghed og genkendelighed forsøger NIO at forankre denne fremtid i allerede konstituerede kulturelle konventioner omkring bilen som køretøj. Jeg argumenterer hermed for, at medieringen gennem det visuelle materiale forsøger at skabe en accept af den selvkørende fremtid.

Renault SYMBIOZ – En bil du kan bo i



Figur 5: Foto fra Renault SYMBIOZ kampagnemateriale (2017).
Billedet ses i stor størrelse i bilag 3.

Et andet eksempel på fremtidens bil ses i Renault ZYMBIOZ, som ovenfor er vist i et kampagne-billede fra Renaults egen hjemmeside. Her ses bilens interiør i et forhold med et *hjem*, hvor bilinteriøret er fremstillet i billedets forgrund og hjemmet som baggrund. Disse to sfærer er adskilt af en lang grå sofa, der fungerer som bindeled mellem forgrund og baggrund.

Billedets repræsentationelle betydningspotentialer kommer til udtryk gennem en konceptuel strukturering, der kan kategoriseres som en *unstructured analytical*

process (Kress & Leeuwen, 2006, s. 92), hvor der skabes en fornemmelse af en delhelhedsstruktur, da billedet ikke i sig selv afslører, at forgrundens interiør er en del af en bil. Hermed bliver selve helheden skjult og relationen mellem hjemmet og bilen forstærkes, hvilket skaber en genkendelighed hos beskueren. Denne genkendelighed forstærkes yderligere i fremstillingen af billedets baggrund, hermed hjemmet, i en *frontal* vinkel (Kress & Leeuwen, 2006, s. 136). Denne vinkel indikerer, at den repræsenterede verden er en verden, som beskueren er en del af, og som er genkendelig. Dog fremstilles selve bilinteriøret i en *oblique* vinkel, da man ser skråt ind på bilens lounge-lignende stole, hvorfor afgrænsningen til denne verden understreges (Kress & Leeuwen, 2006, s. 136). Gennem vinkelfremstillingen skabes hermed på en og samme tid en invitation til en verden, vi som beskuerer kender, men samtidig en understregning af bilinteriøret som værende en del af en fremtid - en verden, vi endnu ikke er en del af.

Billedets forgrund, der repræsenterer bilinteriøret, er fremstillet skarpere end resten af billedet. På denne måde skabes der gennem *saliency* et kompositorisk betydningspotentiale, der drager beskueren til det fremhævede, hvorfor bilinteriøret bliver interessefeltet for medieringen i dette visuelle materiale (Kress & Leeuwen, 2006, s. 201-202). Derudover trækkes der en grænse mellem bilinteriøret og hjemmet gennem billedets *framing* (Kress & Leeuwen, 2006, s. 202), hvor bildørene, bilens nederste kant og skiftet i gulvets materiale indikerer en afgrænsning mellem de to sfærer. Adskillelsen er dog ikke fremstillet skarpt, og da dørene åbner ud i hjemmet, samt måden hvorpå materialer og farver går igen i både bilinteriør og hjemmet, opstår en sammenkædning af de to sfærer. Billedet kommunikerer hermed en flydende grænse mellem bilen og hjemmet, hvor genkendeligheden og trygheden ved hjemmet trækkes ind i bilen for at skabe en fornemmelse af bilen som en forlængelse af *hjem*. For at kunne mediere betydningen af bilen, som værende en flydende del af hjemmet, er billedet fremstillet med et højt modalitetsniveau, der hermed skaber en troværdighed overfor beskueren. Dette gøres gennem en *naturalistic coding orientation*, der skaber en relation mellem den repræsenterede verden og beskuerens verden, hvilket muliggør, at beskueren kan reflektere over fremtiden som en del af sin egen virkelighed (Kress & Leeuwen, 2006, s. 166).

Billedets kontekstualisering som modalitetsmarkør fremstilles i et detaljeret miljø, der skaber et levende univers. Derudover benyttes der en naturlig belysning, der synes at komme fra de repræsenterede vinduer i billedet (Kress & Leeuwen, 2006, s. 160-163). Modalitetsmarkørene taget i betragtning fremstår billedet med en høj modalitet,

hvorfor billedet lettere kan relateres til den kulturelle verden, som beskueren er en del af.

Den visuelle fremstilling af konceptbilen SYMBIOZ kommunikerer en fremtid, hvor grænsen mellem hjem og køretøj er flydende. Først og fremmest fremstiller billedet SYMBIOZ som en del af et hjemligt miljø, hvor interiøret i forgrunden på intet tidspunkt udgiver sig for at være en del af en bil. Der er ligeledes heller intet rat eller pedaler at se, hvorfor beskuerens tanker aldrig ledes hen på et køretøj. Med denne repræsentation af SYMBIOZ medieres således en fremtid, hvor bilen som køretøj ikke længere er et *køretøj* men i stedet en udvidelse af dit hjem. Renault bryder dermed på samme måde som NIO med konstituerede kulturelle konventioner, men som samtidig forsøger at skabe en genkendelighed og tryghed gennem visuelle strategier.

Det visuelle materiale af både EVE og SYMBIOZ medierer en fremtid, hvor bilen som køretøj bryder med nutidige kulturelle konventioner herom. Ud over at kunne transportere individer fra a til b er fremtidens bil i lige så høj grad et frirum, et rum for afslapning, et rum for fordybelse, et rum for arbejde. Alt i alt medieres en fremtid, hvor bilen er en forlængelse af det hjemlige rum.

Rolls Royce 103EX - En eksklusiv retreat



Figur 6: Foto fra Rolls Royce kampagnemateriale (2016).

Rolls Royce konceptbil 103EX er endnu et eksempel på en fremtid, hvor selvkørende biler er en realitet. I 103EX er det muligt at identificere adskillige *semiotiske*

ressourcer, hvor særligt sofaen, fladskærmen og interiørets taktile materialer, er særligt betydningsbærende. Sofaens betydningspotentialer som et møbel, der benyttes til afslapning, realiseres gennem kulturelle *modes*, hvor sofaen typisk associeres i forbindelse med hjemmet, hvor den indgår i hjemlige aktiviteter og til tider sociale relationer. På den måde trækker sofaen på *affordances* omkring sofaen, der forankrer 103EX i et afslappende miljø. Derudover skaber denne reference en varme, tryghed og genkendelighed i interiøret. Sofaen, og de dertilhørende puder, er fremstillet i et materiale, der forbindes med sofaen som en del af et boliginteriør. Hermed fremhæves, hvordan der gennem kulturelle modes refereres til et rum, der kendes fra hjemmet. Bilinteriørets reference til hjemmet ses også i måden, hvorpå fladskærmen er placeret direkte overfor sofaen. Denne placering henviser til sociale aktiviteter omkring sofaen, hvor det at se tv er en del af en kulturel og social hverdag, hvorfor bilinteriørets forankring i et hjemligt miljø forstærkes.



Figur 7: Foto fra Rolls Royce kampagnemateriale (2016).

Gennem metafunktioner opnår disse betydningspotentialer at skabe modalitet. Ser man på bilinteriørets ideationelle metafunktioner, muliggør sofaen og fladskærmens placering overfor hinanden en repræsentation af en genkendelig verden, da der herigennem henvises til det hjemlige rum, hvilket tilbyder en fornemmelse af tryghed og afslapning. De interpersonelle metafunktioner skaber en kommunikation i form af bilinteriørets taktile materialer. Hermed bliver bilen som et rullende hjem kommunikeret gennem sofaens og gulvets tekstil samt tilstedeværelsen af puderne i sofaen. Sofaen i sig selv giver en følelse af tryghed og mulighed for fordybelse og afslapning, hvor bilens ejer kan bruge tiden på at forkæle sig selv fremfor at køre

bilen. Dette forhold styrkes ydermere, da der hverken er rat, pedaler eller sikkerhedssele til stede i interiøret. 103EXs interiør kommunikerer således en fremtid, hvor du er fri for køreoplevelse men rig på individuel tid.

Rolls Royce logo er allestedsnærværende i bilinteriøret, hvor både brandets fulde navn og initialer går igen. Med disse tekstuelle metafunktioner skabes således en sammenkobling mellem associationer til Rolls Royce, som et eksklusivt og kvalitetsbevidst brand, der videreføres til betydningen af bilinteriøret.



Figur 8: Rolls Royce logo ses både i stort og småt. Her i form af hele brand-navnet på dørkanten samt som initialer på en af interiørets indbyggede gadgets.
Foto fra Rolls Royce kampagnemateriale (2016).

Bilinteriøret i konceptbilen 103EX fra Rolls Royce besidder et betydningspotentiale, der kategoriserer fremtidens bil som et hjemligt rum. Gennem interiørets metafunktioner skabes en social funktion, der forankrer denne selvkørende bil i en afslappende atmosfære, hvor transporttiden afløses af tid til afslapning som et afbræk fra omverden.

103EX medierer på samme måde som EVE og SYMBIOZ et brud på nuværende kulturelle konventioner omkring bilen som køretøj ved at kommunikere et fokus på individualitet og kvalitetstid, der typisk associeres med aktiviteter i hjemmet. 103EX medierer således en fremtid, hvor bilen er et rullende retreat - et rullende hjem.

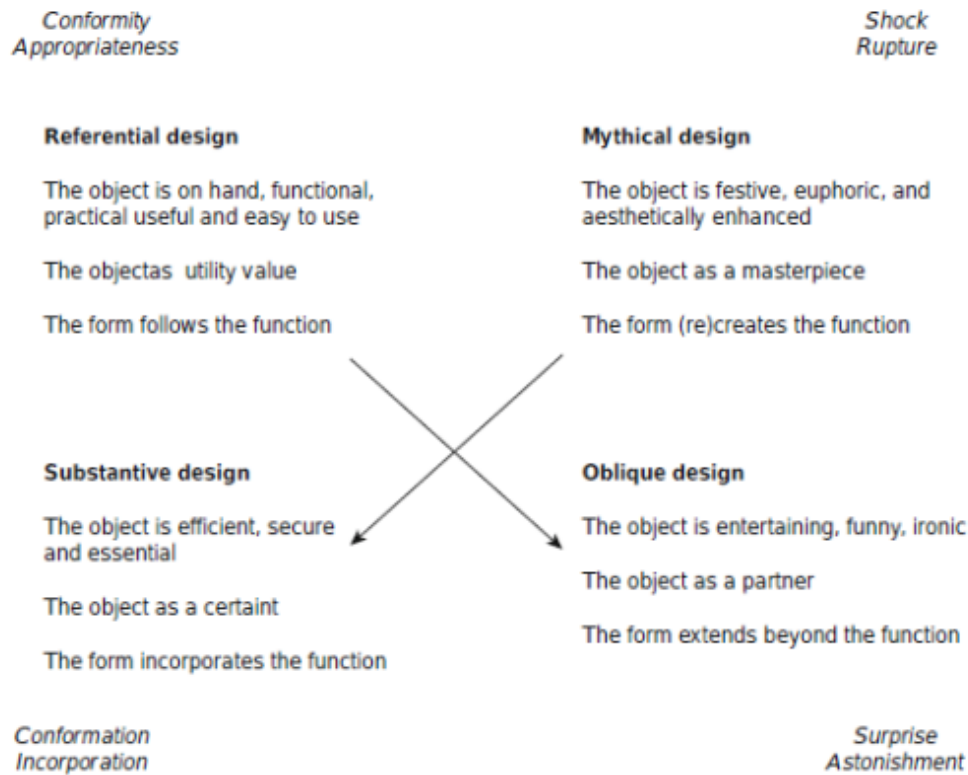
Kærlighed til bilen

Gennem analyse af konceptbilerne EVE, SYMBIOZ og 103EX fremstår fremtidens bil som et hjemligt rum. Som tidligere nævnt skaber fremtidens selvkørende biler en usikkerhed hos bilbrugere, hvorfor denne mediering af fremtiden kan ses som et strategisk forsøg på at skabe accept gennem tryghed og genkendelighed.

Gennem analysen af det visuelle materiale ses, hvordan disse konceptbiler ændrer på kulturelle forståelser omkring bilen som køretøj. Når der ændres på kulturelle koder indenfor en kategori, er det dog vigtigt at forankre de nye forestillinger herom i noget genkendeligt, der dermed tillader den radikale ændring. Ved at forholde sig til en *endomorphie dimension* formår konceptbilerne, gennem sin mediering, at bibeholde deres tilhørsforhold i den kulturelle kategori, hvorimod deres forhold til en *exomorphie dimension* tillader konceptbilerne at radikalisere kategorien (Heilbrunn, 2015, s. 166). Med denne forståelse kan konceptbilerne identificeres som en *aura*, der indikerer, hvordan bilerne giver en fornemmelse af at være ”langt væk”, uanset hvor tæt på de måtte synes. Med andre ord omfavner konceptbilerne en fremtid, som nutiden endnu ikke synes at være klar til, hvorfor konceptbilerne kan fremstå underlige og uidentificerbare (Heilbrunn, 2015, s. 169); ”The object is not an object in the world but a real ”breakthrough” in the world, one which lets us perceive another world” (Heilbrunn, 2015, s. 169).

Hvis disse konceptbiler skal kunne accepteres, må de, grundet karakteren af *aura*, også besidde en genkendelighed og herigennem gøre dem *real again* (Heilbrunn, 2015, s. 172). Konceptbilerne må altså på ny forankres i en *endomorphie dimension*. Gennem denne vekslen mellem *endomorphie* og *exomorphie* finder en *transgression process* sted, der tillader konceptbilerne at bryde med de konventionelle kulturelle koder (Heilbrunn, 2015, s. 175).

Denne proces kan forstås ud fra Benoît Heilbrunns analysemodel, der beskriver forholdet mellem det, der kan betragtes som værende i overensstemmelse med kulturelle konventioner og det, der på den ene eller anden måde bryder med eksisterende kulturelle konventioner (Heilbrunn, 2015, s. 186):



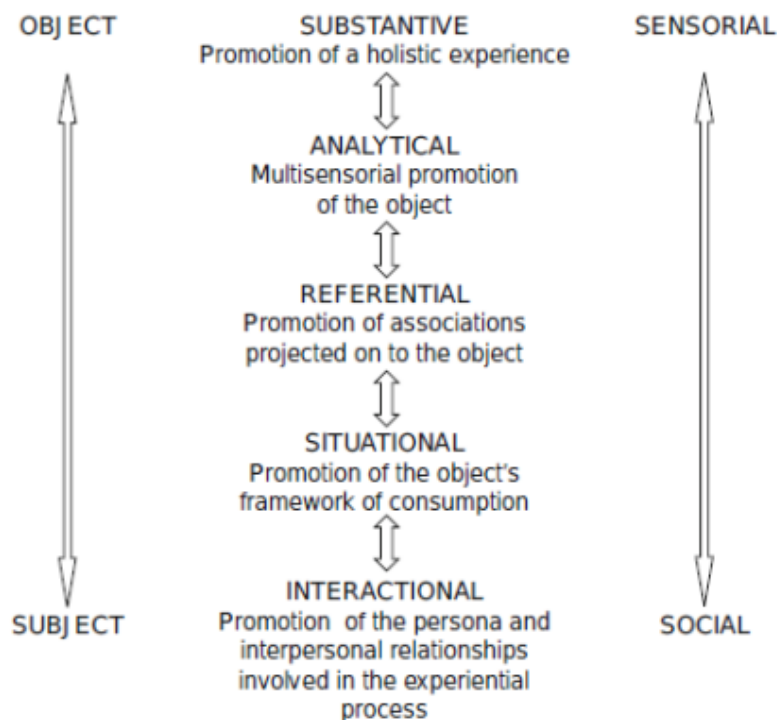
Figur 9: Heilbrunns model: "semiotic approach to the philosophies of design".

Det visuelle materiale af konceptbilerne medierer, i dette perspektiv, et *mythical design*, da elementer som sofaer, lounge-lignende stole, kaffeborde, skriveborde og mangel på rat og pedaler, ændrer bilens funktion. Her løsrives bilen fra sin praktiske funktion, hvor bilens æstetiske funktion i stedet fremhæves "independent from a predetermined use" (Heilbrunn, 2015, s. 187). Derudover kan konceptbilerne også ses som *oblique design*, der fuldstændig afskriver sig sin oprindelige form og funktion, hvormed den åbnes for nye fortolkninger.

Særligt i EVEs tilfælde kan det ses, hvordan der forsøges at kommunikere en forhandling med beskueren, da det visuelle materiale synes at tilbyde et utal af nye funktioner (Heilbrunn, 2014, s. 188-189). På den anden side udgiver konceptbilerne sig samtidig for at være referentielle og substantielle - dog ikke inden for sin givne kategori som køretøj. Som *referential design* ses eksempelvis, hvordan 103EX imiterer et hjemligt miljø, hvor sofaen følger bilens nye funktion. Hvis man adopterer forståelsen af fremtidens selvkørende bil som værende et rullende hjem, kan konceptbilerne altså også ses som *referential* og *substantive design*. Særligt

SYMBIOZ kan betragtes som substantive design, da bilens essentielle funktioner vises i interiøret. Der repræsenteres således et rum for afslapning i form af bløde stole og et kaffebord hverken mere eller mindre.

Ved en fremstilling af konceptbilerne som mythical og oblique (exomorphic) ses en radikal ændring i nuværende kulturelle konventioner omkring bilen, der kun tillades ved samtidig at kommunikere et referential og substantive design, der binder det kulturelle brud til en verden, der er i overensstemmelse med noget genkendeligt. Ud fra denne forståelse er det muligt at forholde sig til konceptbilerne ud fra en særlig forbrugermæssig oplevelse. Ifølge Heilbrunn skelnes der mellem *purely instrumental values* og *sociability and relationships values*, der udtrykker hvilke værdier, der medieres gennem et produkt (Heilbrunn, 2015, s. 12-13):



Figur 10: Heilbrunns model: "different terms of experience with a commodity".

Gennem foregående analyser kan det argumenteres, at konceptbilerne medierer værdier, der i høj grad forholder sig til det subjektive og sociale forhold mellem den intenderede forbruger og fremtidens bil. Det visuelle materiale kommunikerer et fokus på individet og individets egen fortolkning af, hvordan fritiden bedst bruges.

Derudover medierer materialet en fremtid, hvor bilen som køretøj kan betragtes som et hjemligt miljø, hvor grænsen mellem at være i sit hjem og i sin bil er flydende. På denne måde trækker konceptbilerne i høj grad på en *situational og referential* værdiidentificering hos forbrugeren, der herigennem kan forbinde fremtidens bil med at slappe af og have tid til sig selv, som befandt man sig i sit hjem. Derudover ses det i alle tre konceptbiler, hvordan forbrugeren er i centrum i fremstillingen af fremtidens bil, hvorfor der her trækkes på *interactional* værdier. Disse værdier beskriver dermed en forståelse af forbrug, der muliggør ”the transformation of a *physical* substance into a *meaningful* substance” (Heilbrunn, 2015, s. 7).

Ved at trække på Heilbrunns teori om forbrug og design argumenterer jeg herigennem for, at konceptbilerne, på trods af et brud med kulturelle konventioner, formår at skabe accept hos forbrugeren. Nok kan fremtidens selvkørende biler virke skræmmende og usikre, men der findes dog en tryghed gennem genkendelighed i at kunne være til stede i sit rullende hjem.

Konklusion

Konceptbilerne EVE, SYMBIOZ og 103EX fremstår som eksempler på, hvordan fremtidens bil forestilles. Gennem bilernes interiør og det visuelle materiale de repræsenteres i, medierer disse en særlig betydning, der fremstiller bilen som et hjemligt rum. Med strategiske repræsentationer skabes et betydningspotentiale i konceptbilerne, der knytter disse til en forståelse af fremtiden, som udtrykker et fokus på individets tid til sig selv. Herigennem udliciteres kørehandlingen fra mennesket selv, der i stedet får mulighed for at benytte transporttiden på lige, hvad han/hun kunne ønske sig. Om dette er afslapning, underholdning eller arbejde. Bilen har mange muligheder.

I takt med at denne fremtidsforestilling synes nærmere og nærmere vores nutid er en skepsis herom begyndt at blomstre. Konceptbilerne repræsenterer et brud med kulturelle konventioner, der afskriver mennesket fra at have kontrol over bilen, hvorfor det opleves at skabe en usikkerhed og utryghed hos den intenderede forbruger. I stedet for at have hænderne på rattet og fødderne på pedalerne er det i konceptbilerne nu muligt at tage en lur eller se tv - et hermed total tab af kontrol over bilen. Det visuelle materiale, som bilerne indgår i, forsøger i denne forbindelse at kommunikere en tryghed hos forbrugeren ved skabe genkendelighed gennem betydningspotentialet i den repræsenterede virkelighed. Ved at forbinde fremtidens selvkørende bil med

sofa-hygge, tv-sening og kaffe-drikkende interaktion skabes en genkendelighed gennem det hjemlige rum. Det visuelle materiale medierer således et brud med kulturelle konventioner, der på trods heraf synes acceptabel ved at skabe tryghed og genkendelighed i referencen til et rum, vi holder af.

Udover det visuelle materiale kan medieringen af tryghed forstås ud fra Heilbrunns tilgang til forbrug og designstrategi. Her bliver det tydeligt, hvordan konceptbilerne indgår i et modstridende forhold mellem en endomorph og exomorph dimension, der muliggør bruddet med kulturelle konventioner, og stadig opnår en accept heraf. Da konceptbilerne radikaliserer bilen, men stadig formår at skabe en referenceramme gennem det hjemlige rum, tillades bruddet, hvorpå bilerne har potentiale for at blive accepteret hos forbrugeren. Derudover gøres det gennem det visuelle materiale klart, hvordan der kommunikeres et subjektivt og socialt forhold til konceptbilerne, hvor der ligeledes skabes et forhold mellem forbruger og fremtidens bil, der tillader det kulturelle brud.

Litteraturliste

DPCcars (12. september 2017) Renault SYMBIOZ Concept Unveiling [online video]. (4 min., 10 sek.-4 min., 14 sek.). Lokaliseret 28. december 2017 på https://www.youtube.com/watch?v=AkO_jFblRUA

Hall-Geisler, Kristen (10. juni, 2016). What autonomous driving is – and isn't – in 2016 [Graf over fem levels af autonomus driving]. Lokaliseret 26. marts 2018 på <https://techcrunch.com/2016/06/09/what-autonomous-driving-is-and-isnt-in-2016/>

Heilbrunn, Benoît (2015). *Marketing Mediations: Semiotic Investigations on Consumers, Objects and Brands*. London: Pelgrave

Jewitt, Carey (ed.) (2009). An Introduction to multimodality I: *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, s. 14-27 London. Routledge

Jewitt, Carey (ed.) (2009). Different approaches to multimodality. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, 28-39 London. Routledge

Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo (2006). *Reading Images – The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). London: Routledge

Kröger, Fabian (ed.) (2016). Automated Driving in its Social, Historical and Cultural Contexts. *Autonomous Driving*, 41-68. Berlin: SpringerOpen

Lees-Maffei, Grace (2009). The Production-Consumption-Mediation Paradigm. *Journal of Design History*, 22 (4), 351-376.

Lenz, Barbara & Fraedrich, Eva (ed.) (2016). Taking a Drive, Hitching a Ride: Autonomous Driving and Car Usage. *Autonomous Driving*, 665-685. Berlin: SpringerOpen

Lin, Patrick (ed.) (2016). Why Ethics Matters for Autonomous Cars. *Autonomous Driving*, 69-85. Berlin: SpringerOpen

Livingstone, Sonia (2009). On the mediation of everything. *Journal of Communication*, 59 (1), 1-18.

NIO EVE (u.d.). [Website]. Lokaliseret 29. december 2017 på <https://www.nio.io/visioncar>

Rolls Royce (u.d.). [Website]. Lokaliseret 29. december 2017 på <https://www.rolls-roycemotorcars.com/en-GB/103ex.html>

Renault (u.d.). [Website]. Lokaliseret 29. december 2017 på <https://www.renault.co.uk/vehicles/concept-cars/symbioz-concept.html>

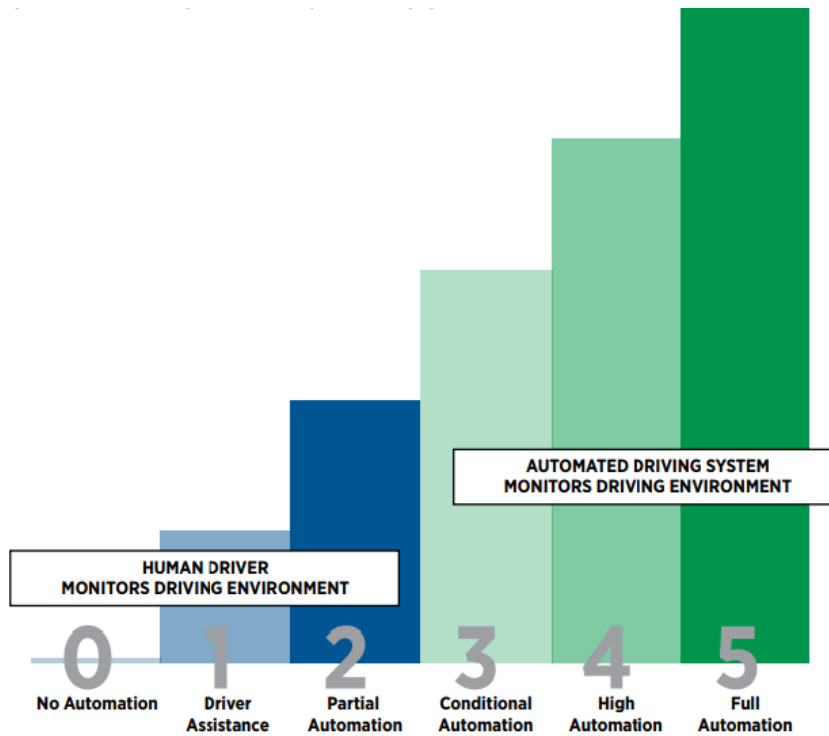
Woisetschläger, Davis M. (ed.) (2016). Consumer Perceptions of Automated Driving Technologies: An Examination of Use Cases and Branding Strategies. *Autonomous Driving*, 687-706. Berlin: SpringerOpen

Wolf, Ingo (ed.) (2016). The Interaction Between Humans and Autonomous Agents. *Automated Driving*, 103-124. Berlin: SpringerOpen

Bilag

Bilag 1

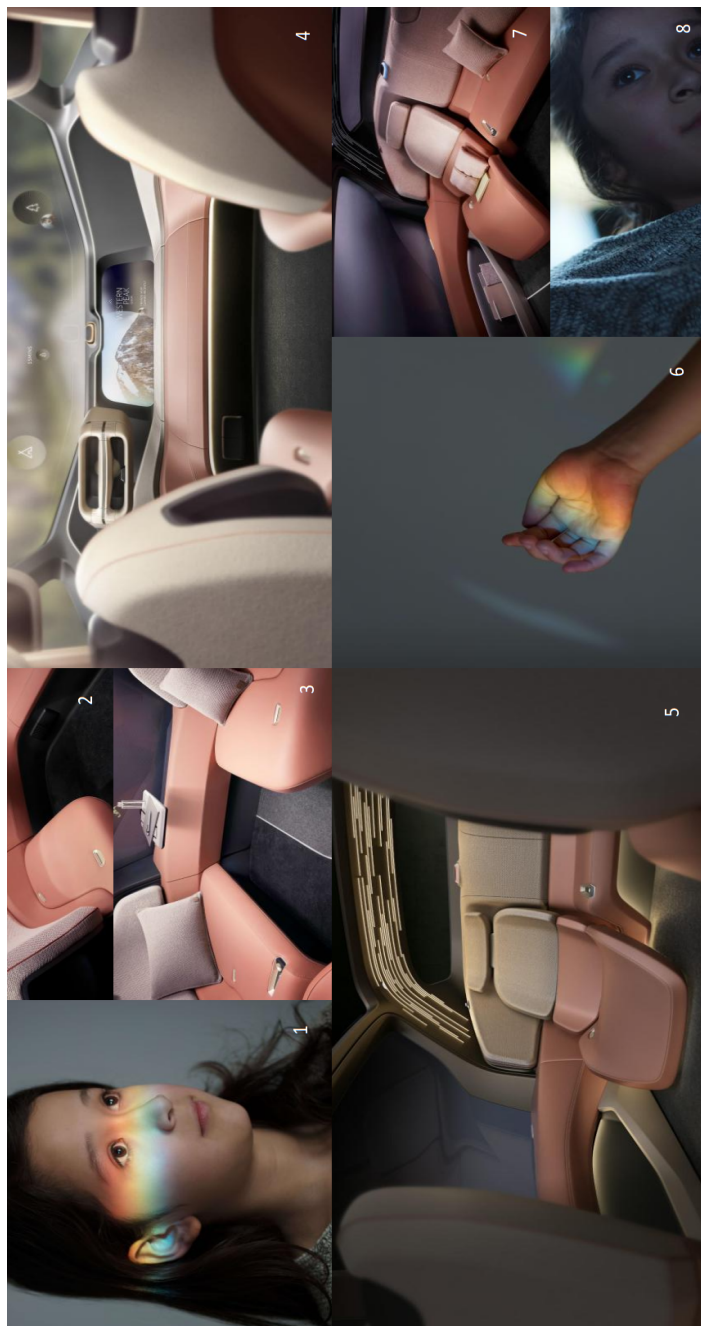
Graf og skema, der forklarer de fem *autonomous levels*:



SAE level	Name	Narrative Definition	Execution of Steering and Acceleration/Deceleration	Monitoring of Driving Environment	Fallback Performance of Dynamic Driving Task	System Capability (Driving Modes)
Human driver monitors the driving environment						
0	No Automation	the full-time performance by the <i>human driver</i> of all aspects of the <i>dynamic driving task</i> , even when enhanced by warning or intervention systems	Human driver	Human driver	Human driver	n/a
1	Driver Assistance	the <i>driving mode</i> -specific execution by a driver assistance system of either steering or acceleration/deceleration using information about the driving environment and with the expectation that the <i>human driver</i> perform all remaining aspects of the <i>dynamic driving task</i>	Human driver and system	Human driver	Human driver	Some driving modes
2	Partial Automation	the <i>driving mode</i> -specific execution by one or more driver assistance systems of both steering and acceleration/deceleration using information about the driving environment and with the expectation that the <i>human driver</i> perform all remaining aspects of the <i>dynamic driving task</i>	System	Human driver	Human driver	Some driving modes
Automated driving system ("system") monitors the driving environment						
3	Conditional Automation	the <i>driving mode</i> -specific performance by an <i>automated driving system</i> of all aspects of the <i>dynamic driving task</i> with the expectation that the <i>human driver</i> will respond appropriately to a <i>request to intervene</i>	System	System	Human driver	Some driving modes
4	High Automation	the <i>driving mode</i> -specific performance by an automated driving system of all aspects of the <i>dynamic driving task</i> , even if a <i>human driver</i> does not respond appropriately to a <i>request to intervene</i>	System	System	System	Some driving modes
5	Full Automation	the full-time performance by an <i>automated driving system</i> of all aspects of the <i>dynamic driving task</i> under all roadway and environmental conditions that can be managed by a <i>human driver</i>	System	System	System	All driving modes

Copyright © 2014 SAE International. The summary table may be freely copied and distributed provided SAE International and J3016 are acknowledged as the source and must be reproduced AS-IS.

Bilag 2



Bilag 3

