

LANDSKAPSARKITEKTENS RETORISKA GREPP I TÄVLINGS- VISUALISERINGAR

THE LANDSCAPE ARCHITECTS
RHETORICAL APPROACH TO COMPETITION
VISUALIZATIONS

Malin Jansson



Examensarbete 30 hp
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU
Institutionen för landskapsarkitektur, planering & förvaltning.
Landskapsarkitektprogrammet
Alnarp 2021

LANDSKAPSARKITEKTENS RETORISKA GREPP I TÄVLINGSVISUALISERINGAR

The landscape architects' rhetorical approach
to competition visualizations

MALIN JANSSON

HANDLEDARE: Johan Wirdelöv, Sveriges lantbruksuniversitet, institution
EXAMINATOR: Ann Bergsjö, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för
landskapsarkitektur, planering & förvaltning.
BITR. EXAMINATOR: Linn Osvalder, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för
landskapsarkitektur, planering & förvaltning.

OMFATTNING: 30 hp
NIVÅ: A2E
KURSTITEL: Självständigt arbete i Landskapsarkitektur
KURSKOD: EXO846
PROGRAM: Landskapsarkitektprogrammet
KURSANSVARIG: Marie Larsson
UTGIVNINGSTYP: Alnarp
UTGIVNINGÅR: 2021

NYCKELORD: Retorik, bildretorik, bildteori, visualisering, visualisera, rendering,
collage, liverendering, modell, intervju, övertyga, persuasio, pathos,
logos, ethos, tävling, arkitektävling, tävlingsförslag, kommunikation,
informationsbild, reklam, propaganda, kapitalism, konst,
bildkommunikation, visuell representation, teoriutveckling, teori, fake
view, kritik.

Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för landskapsarkitektur, planering & förvaltning.
Landskapsarkitektprogrammet

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver godkänna publiceringen. Om du kryssar i JA, så kommer fulltexten (pdf-filen) och metadata bli synliga och sökbara på internet. Om du kryssar i NEJ, kommer endast metadata och sammanfattning bli synliga och sökbara. Fulltexten kommer dock i samband med att dokumentet laddas upp arkiveras digitalt.

Om ni är fler än en person som skrivit arbetet så gäller krysset för alla författare, ni behöver alltså vara överens. Läs om SLU:s publiceringsavtal här: <https://www.slu.se/site/bibliotek/publicera-och-analysera/registrera-och-publicera/avtal-for-publicering/>.

JA, jag/vi ger härmed min/vår tillåtelse till att föreliggande arbete publiceras enligt SLU:s avtal om överlåtelse av rätt att publicera verk.

NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.

SAMMANDRAG

I deltagandet av arkitekttävlingar är visualiseringen det främsta verktyget för kommunikation. Hur vi väljer att ge form åt dessa påverkar chansen till vinst. För att ta reda på hur visualiseringar kan stärka tävlingsförslaget har jag utgått från konsten att övertyga.

Det här arbetet syftar till att undersöka hur visuell retorik kan tillämpas genom visualiseringar för att förstärka kommunikationen av landskapsarkitektens tävlingsförslag. Det liknas vid ett experiment då skilda teorier sammanförs likt variabler till en slutprodukt som för arbetet består av ett ramverk för tillämpning.

För att förstå resonemangen krävs en övergripande förkunskap vilket ges i den inledande litteraturstudien. Du som läsare kommer därefter att bekantas med ett urval av bildteorier samt erfarenheter från personer som arbetar med tävlingsvisualisering. Det materialet står för att sammanfatta visuell retorik i en praktisk mening. Ramverket är resultatet av detta arbete och mitt försök att bidra med relevant kunskap för dig som arbetar eller ser dig själv arbeta med visualisering.

Kommunikation med syfte att föra betraktaren i en önskad riktning kommer med sina utmaningar. Visualiseringen möter i modern tid, kritik och vi behöver utvärdera sättet vi visualiserar på. En teoretisk grund för visuell retorik behöver utvecklas i syfte att skapa gynnsammare förutsättningar för landskapsarkitekten.

ABSTRACT

In the partaking of architectural competitions, visualization is the main tool for communication. How we choose to construct these affects the chance of winning. To find out how visualizations can improve the competition proposal, influences derive from the art of persuasion.

This work aims to investigate how visual rhetoric can be applied through visualizations to enhance the communication of the landscape architect's competition proposals. It is similar to an experiment where different theories are combined like variables into an end product which for the work consists of a framework for practical purposes.

To understand the reasoning, an overall knowledge is pre-required, and thus given in the initial literature study. The reader will then be acquainted with a selection of image theories as well as experiences from people who work with competition visualization. That material stands for summarizing visual rhetoric in a practical sense. The framework is the result of this work and my attempt to contribute with relevant knowledge for those who work or might be working with visualization.

Communication with the aim of stirring the viewer in a desired direction comes with its challenges. In modern times, visualization encounters criticism and we need to evaluate the way we visualize. A theoretical basis for visual rhetoric needs to be developed in order to create more favorable conditions for the landscape architect.

TACK

Jag vill börja med att tacka de personer som gjort detta arbete möjligt. Kontakten med Henrik på CF Møller blev uppstarten för ett samarbete med intressanta diskussioner kring visualisering. Tack för ditt bidrag med värdefull kunskap och extra handledning. Utan medverkan från CF Møller hade detta arbetet inte varit komplett, så tack för att ni ville ställa upp, ta er tiden och besvara mina intervjufrågor, och för visat intresse i ämnet.

Ett stort tack vill jag slutligen tillägna min handledare Johan Wirdelöv. Utan ditt engagemang hade jag sannolikt gett upp detta svårdefinierade fält. Men du motiverade arbetets existens och fick mig att tycka att det svåra var det roliga, och för det är jag väldigt tacksam.

INNEHÅLL

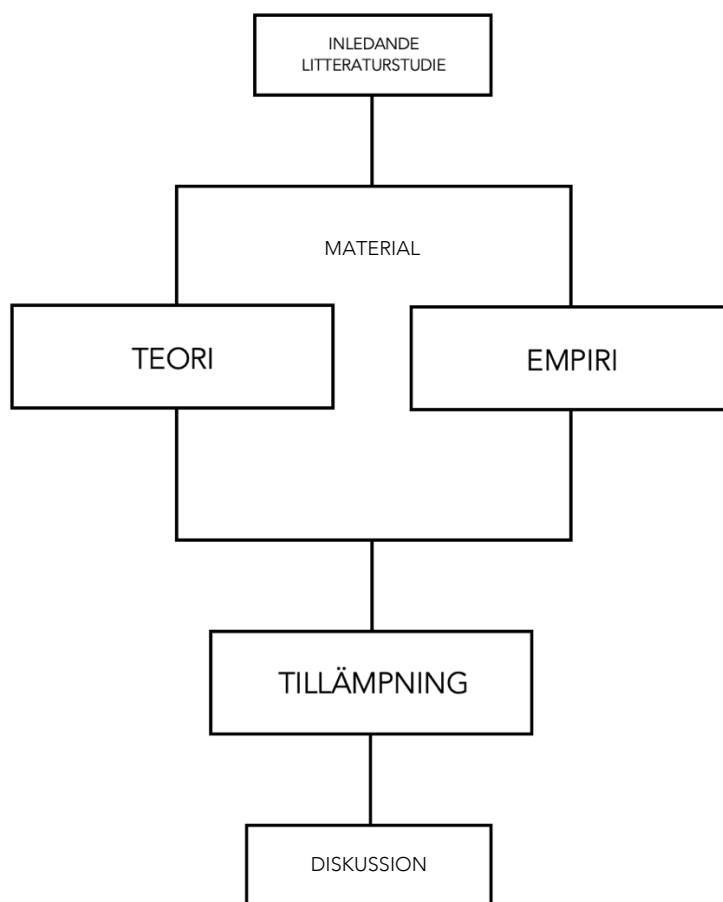
SAMMANDRAG	5
ABSTRACT.....	6
TACK.....	7
INNEHÅLL	8
ARBETETS STRUKTUR	9
PROBLEMSTÄLLNING OCH UTFÖRANDE	10
BAKGRUND.....	10
MÅL OCH SYFTE	11
FRÅGESTÄLLNINGAR	11
ARBETSPROCESS.....	12
INLEDANDE LITTERATURSTUDIE.....	17
KLASSISK RETORIK	18
ARKITEKTTÄVLINGAR	23
VISUALISERINGENS BETYDELSE FÖR ARKITEKTTÄVLINGEN	25
SAMMANFATTNING INLEDANDE LITTERATURSTUDIE.....	28
TEORI.....	30
ETT URVAL AV BILDTEORIER	31
RETORIK I BILD	48
SAMMANFATTNING TEORI.....	62
EMPIRI	64
VISUALISERINGENS ROLL I TÄVLINGSFÖRSLAGET	65
TEKNIKER FÖR VISUALISERING	66
VISUALISERINGEN I SLUTPRESENTATION	77
VÄSENTLIGHETER I FRAMSTÄLLNING	79
VISUALISERINGENS KRITIK.....	86
SAMMANFATTNING EMPIRI	91
TILLÄMPNING	92
BILDANALYS.....	93
RAMVERK	100
SAMMANFATTNING TILLÄMPNING.....	112
AVSLUTNING.....	114
DISKUSSION.....	115
UTVÄRDERING.....	121
SLUTLIG SAMMANFATTNING	125
REFERENSLISTA	127

ARBETETS STRUKTUR

Inledande litteraturstudie ger läsaren nödvändiga förkunskaper. Teori och empiri är det material som används för att komma fram till ett resultat.

Tillämpningen är resultatet i form av ett ramverk.

Avslutningen sammanfattar arbetet.



Figur 1: Diagram

PROBLEMSTÄLLNING OCH UTFÖRANDE

BAKGRUND

Som arkitekturket ser ut idag är tävlingar en betydande del av hur moderna städer och yttre miljöer utformas, de har ett stort inflytande på den arkitektur som skapas och är viktiga för landskapsarkitekten tack vare de fördelar som kommer med ett deltagande oavsett vinst. Samtidigt lever vi i en tid där den digitala utvecklingen sker i snabb takt. Den här utvecklingen har medfört nya sätt att skapa visuella representationer och med det nya möjligheter att kommunicera ett tävlingsförslag. Då ny teknik blivit tillgänglig ser vi tendenser att skapa långt mer visuellt material än någonsin innan. Även om tävlingsvisualiseringar bemöter hård kritik emellanåt tenderar de att vara effektiva i sitt sätt att förföra sina betraktare.

Under utbildningen har jag tillsammans med andra studenter upplevt ett mönster där den visuella kommunikationen tycks ha större, om inte en avgörande betydelse för hur ett förslag tas emot. Detta har skapat hos mig en vilja att undersöka vilken betydelse visualiseringen har i kommunikativa sammanhang. Tal och skrift värderas ofta högre än bildkommunikation, men för representation inom landskapsarkitektur ges det visuella mest utrymme. Lite fokus har legat på att analysera bildmaterial under utbildningen trots att det upplevs vara professionens främsta kommunikationsmedel.

Under utbildningen har även arkitekttävlingen försumrats i min mening. Först efter att ha förstått hur stor del utav projekten som härleds från en

tävlingskontext vågar jag hävda att landskapsarkitekter behöver få en vidgad kunskap om hur bildkommunikation används för att påverka betraktarens uppfattning av våra förslag, eftersom en vinst står på spel. För att inte tala om hur vi stärker vår trovärdighet gentemot allmänheten genom en breddad förståelse och medvetenhet för vad kommunieras genom visualiseringen.

MÅL OCH SYFTE

Målet för detta arbete är att skapa ett ramverk som kan förklara tävlingsvisualiseringens retoriska grepp och användas för praktisk tillämpning. Arbetet syftar till att bidra med en fördjupad kunskap om visuell retorik och hur det kan tillämpas på tävlingsvisualiseringar. Jag hoppas väcka diskussionen kring hur vi kan medvetandegöra våra val i skapandet av visuellt material med syfte att skapa en effektivare visualisering. Speciellt då tävlingar är en viktig ingång för många kontor och ger fantastiska möjligheter att synas på marknaden, så vill jag bidra med kunskap som kan vara till nytta i deltagandet av tävlingar. Arbetet riktar sig till dig som har ett intresse för hur verksamhetsområdet för arkitektur visualiserar. Detta gäller oavsett om du som läsare är student eller arbetat i många år.

FRÅGESTÄLLNINGAR

Övergripande frågeställning för arbetet:

Hur kan förståelsen för visuell retorik tillämpas på tävlingsvisualiseringar?

Jag har använt mig av fyra arbetsfrågor som väglett mig genom arbetet, och hjälpt mig närmandet av ett svar på den övergripande frågeställningen, och dessa är:

Vad är bildretorik? Denna fråga söker jag svar på i den teoretiska delen.

Hur visualiserar yrkesverksamma tävlingsförslag idag? Denna fråga motiverar behovet av den empiriska delen och intervjumaterialet.

Hur kan bildretorik tillämpas på visualiseringar? Jag söker svar på denna arbetsfråga i tillämpningen. Svaren på de två ovan arbetsfrågorna är det material som jag använder för att svara på den tredje frågan.

Som en konsekvens av arbetsprocessen med dessa frågor som ledstjärnor hoppas jag även besvara den övergripande frågeställningen.

ARBETSPROCESS

Mitt förhållningssätt till arbetet kan liknas vid ett experiment vars mål är att generera ny kunskap genom att undersöka vad en variabel, i detta fall visuell retorik har för påverkan på en annan variabel. Den andra variabeln är tävlingsvisualiseringar och arbetet landar i att utvärdera det resultat som uppstår ur mötet mellan de två. Detta experiment utförs genom att studera teorin bakom visuell retorik, samt den empiriska kunskap som ligger bakom modern visualisering för tävlingar. Jag för samman dessa två variabler genom att undersöka gemensamma nämnare för praktisk tillämpning.

Mitt antagande är att visuell retorik kan vara ett användbart grepp i tävlingsvisualiseringar. Detta bygger på uppfattningen att tävlingsvisualiseringar är betydande för juryns övertygelse och att yrkesverksamma lärt sig genom erfarenheter vad som är viktigt att tänka på i framställningen. Detta betyder att kunskapen ligger i det praktiska arbetet och att det saknas ett teoretiskt ramverk som förklarar hur visuell retorik spelar in i dessa sammanhang. Resultatet utav mitt experiment blir ett

förslag på ramverk. Metoder för att ta fram ramverket har bestått av en litteraturstudie och kvalitativ Intervju.

Enligt Bryman (2011) finns två huvudsakliga typer av kvalitativ intervju: Ostrukturerade och semistrukturerade. Den ostrukturerade intervjun går ut på att ställa frågor utefter ett antal förutbestämda teman, eller ett enklare PM. Det är inte förutbestämt vilka eller hur många frågor som utgör intervjun och intervjupersonen är fri i hur denna väljer att svara på och spinna vidare på de frågor som dyker upp. Intervjuaren kan komma med uppföljningsfrågor på de ämnen som ligger till intresse. Fördelen med kvalitativa intervjuer är att dem tillåter intervjupersonen styra samtalet in på riktningar som denne finner relevanta och viktiga. Den semistrukturerade intervjun är något mer styrd på så vis att intervjuaren har en så kallad intervjuguide. Den består av en lista över teman som ska behandlas. Frågorna som utformas efter dessa teman behöver inte vara i någon turordning, och de ska vara utformade på ett sådant sätt att intervjupersonen är fri i att formulera svaren på dessa. De får inte vara styrande med andra ord. Intervjuguiden kan frångås och fokus kan få hamna på andra intressanta frågor som dyker upp under intervjun. Men till största del ska intervjun ändå spegla den ursprungliga strukturen.

Inför intervjuerna har följt Brymans (2011) grundläggande råd för en intervjuguide och utfört intervjuerna enligt författarens rekommendationer vilket omfattar inspelning och transkribering. Samtliga intervjuer utfördes via Teams och med anställda på CF Møller, ett kontor som ofta deltar i arkitekttävlingar. Jag intervjuade totalt 5 personer från kontoret, och det tog mellan 40-60 minuter per person.

Litteraturstudien har varit den andra metoden för arbetet. I mitt sökande efter litteratur har jag funnit några få men betydande arbeten som fått utgöra min teoretiska del. Jag har funnit materialet i SLUs databas och bibliotek, Malmö Universitetets Orkanenbiblioteket, på Kungliga

biblioteket i Stockholm och i kurslitteraturen från Digital Landscape Visualization. Erfarenheter från tidigare uppsatser har lärt mig att i sökandet av ett teoretiskt ämne gäller det att göra ett urval i den uppsjö som finns dokumenterad. Men för detta arbete upplevde jag motsatsen. Det har varit utmanande att finna material som berör bildretorik, framförallt i relation till landskapsarkitektur, arkitektur och tävlingar. Min problemformulering har stundtals tagit mig till outforskad mark där dokumenterad kunskap varit svår att hitta. Inom den givna tidsramen och med mina språkliga begränsningar har det fåtal skrifter jag funnit därför kommit att betyda desto mer. Materialet har istället fått behandlas på djupet, varav enskilda källor ibland står för att representera varsin teori. Det är en sammanfogning av många olika teorier som angränsar till samma ämne. Nedan följer en kort sammanfattning av den litteratur som varit mest betydande för arbetet.

- *Konsten att tala: handbok i praktisk retorik* av Lennart Hellspong
- *Rum, relation, retorik: ett projekt om bildteori och bildanalys i det postmoderna samhället* av Gert Z Nordström
- *Architecture and rhetoric: text and design in architectural competitions* av Elisabeth Tostrup
- *Bild och föreställning: om visuell retorik* av Yvonne Wærn, Rune Pettersson och Gary Svensson

AVGRÄNSNINGAR

De teoretiska fält som berörs i arbetet är så breda i sig att flera avgränsningar fått göras. Arkitekttävlingen är ett fält med otroligt mycket dokumenterad teori och med en tusenårig lång historia. Tävlingsvisualiseringar kändes då som en naturlig avgränsning att börja med. Men detta visade sig snart vara en alldeles för bred ingång på en masteruppsats. Den visuella retoriken kom in som en tredje avgränsning som smalnade av arbetet och gjorde

det möjligt hitta en problemformulering. Visuell retorik är ett svårdefinierat fält varpå jag fått göra godtyckliga avgränsningar bland bildteorier för att definiera den visuella retoriken. Resonemang för dessa redogörs mer detaljerat i den teoretiska delen.

Visualiseringar är ett omfattande begrepp och av den anledningen har SYDVÄSTS kategorisering av visualiseringar hjälpt mig att landa i en avgränsning bestående av 5 tekniker för visualiseringar. SYDVÄSTS kategorisering av visualiseringar presenterades i en inspelad föreläsning för kursen Digital Landscape visualization 2020. Kategoriseringen ser ut som följande:

- Handritade illustrationer
- Digitala diagrammatiska illustrationer
- Collage
- Renderingar
- Fysisk modell
- Realtidsrendering (3D modell)

Jag har valt bort att undersöka digitala diagrammatiska illustrationer i mitt arbete, eftersom denna kategori är den enda av dessa 6 som inte är en tredimensionell representation. Perspektiv är en typ av tredimensionell representation (Andersson, 2008). Det återger objekt såsom vi skulle uppleva objektet om vi såg det i verkligheten från en bestämd vy (Tostrup, 1996) Det är en matematisk konstruktion som blir väldigt precis och verklighetsförankrad i sin återgivning (Andersson, 2008).

Alla representationer är en avvikelse från det verkliga objektet, men olika presentationstekniker ger olika former av avvikelse (Tostrup, 1996). Planer och sektioner är tvådimensionella representationer. De kan visa objekts placeringar, markmaterial, vegetationsytor med mer (Mertens, 2010). Men tvådimensionella representationer visar en vy som inte kan upplevas i verkligheten. Det gör

att lekmän kan ha svårt att föreställa sig det som representeras i en verklig kontext. För att göra detta, måste de använda sin fantasi för att se den tvådimensionella representationen ur ett tredimensionellt perspektiv, såsom vi upplever platser. Av den anledningen brukar planer ofta kompletteras med en tredimensionell vy som hjälper lekmän att förstå en gestaltning.

Medans tvådimensionella vyer är rent objektiva i sin återgivning kan tredimensionella vyer laddas med grepp som knyter an till visuell retorik. Dessa grepp som presenteras senare i arbetet utgör även dem skäl för den här avgränsningen.

INLEDANDE LITTERATURSTUDIE

Den inledande litteraturstudien är ett underlag att hjälpa dig som läser att förstå de resonemang och teorier arbetet formats efter. För att följa detta arbete krävs en allmän förkunskap i klassisk retorik, arkitektävlingar och visualiseringar, de två förstnämnda ges i den inledande litteraturstudien. Visualiseringens definition och användningsområde i landskapsarkitekturens kontext, är en förkunskap jag förutsätter att du som läsare har, varpå denna förkunskap behandlas i mindre omfattning. Istället diskuteras visualiseringens koppling till de andra två läroren.

KLASSISK RETORIK

För att förstå de resonemang som arbetet bygger på, behöver vi gå tillbaka till den klassiska retoriken och dess övergripande lära. Jag refererar till *Konsten att tala – Handbok i praktisk retorik* skriven av Lennart Hellspång (2011). Boken användes ht 2020 som kurslitteratur för Retorik 1 på Malmö Universitet.

Den klassiska läran om retorik riktar sig mot talarkonsten och har för uppgift att i varje situation upptäcka det som kan övertyga lyssnaren, persuasio; konsten att övertyga som det latinska ordet står för. Ett bra tal i ett retoriskt sammanhang ska spegla sin publik, talaren själv och det berörda ämnet. Hellspång redogör för dessa som:

- Lyssnarorienterade egenskaper
- Talarorienterade egenskaper
- Ämnesorienterade egenskaper

Enligt en av retorikens urfäder Cicero finns tre lyssnarorienterade egenskaper som kan övertyga lyssnaren. För att övertyga menade han att talet skulle knyta an till sina lyssnare genom att; doceré, moveré och delectaré, vilket betyder lära, röra och behaga. Doceré innebär att övertyga via förståndet med fakta och sakska. Att väcka känslor hos lyssnaren är ett annat sätt att övertyga. Moveré söker övertygelse genom att väcka starka känslor som gör lyssnaren upprörd och i sin tur kan leda till engagemang och handling i talarens önskade riktning. Delectaré syftar också till att beröra lyssnarens känslor men istället genom att skapa ett välbehag som kan väcka intresse och sympati gentemot talaren. Dessa känslor kan i sin tur göra att lyssnaren mjuknar och blir mottaglig för övertalning.

Om vi ser till de talarorienterade egenskaperna utgår vi från Aristoteles medel för övertalning; Lógos, Éthos och Páthos. Dessa sidor hos talaren ska komma till uttryck för

att talet ska få en inverkan på lyssnaren. "För det första ska talaren framstå som klok och sakkunnig. På så sätt blir hans tankar trovärdiga. För det andra ska talet vittna om talarens goda karaktär. På så sätt kan lyssnarna lita på att hans råd inte snedvrids av ohederliga avsikter. För det tredje ska talet visa talarens egen inlevelse i frågan, hur han med liv och själ träder in för sin sak och borgar för dess sanning med kraften av sin egen övertygelse" (Hellspong, 2011:47).

De ämnesorienterade egenskaperna berör hur talaren bäst tar upp sitt ämne för att övertyga och utgår också från tre begrepp från den klassiska retoriken; argument, troper och ornament. De kan kopplas till de lyssnarorienterade och talarorienterade. Argumenten hjälper oss att övertyga med fakta och förstånd, det vill säga doceré, och är kopplat till talarens Logos; det som får honom att framstå som sakkunnig och därmed trovärdig. Vidare knyter de tre egenskaperna till varandra genom användningen av troper som uttryck för den rörande funktionen, moveré som också exponerar talarens personliga engagemang och inställning till frågan, hans éthos. Ornamenten som är den tredje ämnesorienterade egenskapen tjänar den sociala aspekten av talkonsten. Ornamenten knyter an till den lyssnarorienterade egenskapen delectaré som lockar fram känslor hos lyssnaren men även avger talarens inlevelse och personliga engagemang i frågan, hans pathos.

De talarorienterade egenskaperna går att koppla till argumentet som framförs: "Handlar skälet om själva saken och vädjar det till lyssnarnas resonemangsförmåga? Då har vi ett logosargument. Hänvisar det till vad en auktoritet har sagt eller gjort? Då är det ett ethosargument. Spelar det på åhörarnas känslor i den fråga som är uppe? Då talar vi om ett pathosargument." (Hellspong, 2011:227). Vanligen kan ett tal framföras med argument av samtliga tre kategorier.

DEN RETORISKA PROCESSEN

Inom den klassiska retoriken figurerar en mall för utförande av tal, förutsatt att talaren står inför en retorisk situation. Det innebär att om du befinner dig i en situation där talet är ditt främsta verktyg att påverka andra, då befinner du dig i en retorisk situation. Den retoriska processen som i sammanhanget även benämns som partesmodellen var traditionellt uppdelad i 5 steg där Inventio ursprungligen varit det inledande steget (Cerenius, A (2017)). Men Hellspong, som jag refererar till i denna del har anammat den senare läran där Intellectio lagts till som det första steget.

INTELLECTIO

Intellectio syftar till att analysera den situation som står till grund för talet. Det kan liknas med en problemformulering som talaren i kommande steg finner en lösning på. Talets utformning måste vara anpassat till lyssnaren, men också efter talarens förutsättningar i relation till ämnet. Som talare går det inte att förutsätta att lyssnaren uppfattar talet som talaren tror eller vill. Därför är det så viktigt att kunna tänka utanför sitt eget perspektiv och att sätta sig in i andras.

INVENTIO

Andra steget i den retoriska processen går ut på att samlar tankar och idéer till en struktur för talet. Inte bara handlar denna del om att finna de fakta som kopplar till talets syfte utan att tänka igenom ett sätt att presentera dessa och till det används toposläran. Topos är plats på grekiska och handlar om de inre fyndplatser där man finner stoff till ett tal. Logiska topos innebär att söka stoff genom definitioner, generaliseringar, specificering eller jämförelser. Handlingstopos innebär att ställa sig själv frågor som vem, vad, hur, var, när, varför, och med hjälp

av vad, för att hitta argument och fyndplatser att förmedla talet genom.

DISPOSITIO

Det tredje steget som betyder "placering" innebär att det är dags att ordna upp innehållet. En enkel disposition för talkonsten består av tre delar; en upptakt (exórdium), mittparti (medium) och slutparti (finis). Enligt den klassiska retoriken har inledningen på ett tal för uppgift att göra lyssnaren uppmärksam, välvillig och läraktig. Det finns flera sätt att komponera ett tal beroende på talets syfte. Carlsson & Koppfeldt (2003) skriver att dispositionens upptakt ska väcka intresse, att mittpartiet ska ge förtroende och bakgrund till förslaget som också presenteras i mittpartiet. Mittpartiet ska också bestå av argument samt bemötande av eventuellt kritik. Slutpartiet sammanfattar och får gärna väcka känslor.

ELOCUTIO

Detta steg behandlar den språkliga utformningen, hur talet framförs med meningsuppbyggnader och ordval för att passa in i talsituationen (Hellspång, 2011). Detta görs i huvudsak med så kallade stilfigurer som förstärker viktiga inslag i talet med hjälp av tre retoriska grepp; upprepning, variation och stegring. Till de upprepande stilfigurerna är alliteration ett exempel, medans allusioner, metaforer och metonymier hör till variationsfigurerna. Klimax och hyperbol är några utav de stilfigurer som hör till stegring.

MEMORIA

Detta steg i den retoriska processen behandlar olika metoder för att memorera sitt tal. Meningen är sällan att talet ska skall läsas innantill även om manus är ett alternativ i memoria. Ett antikt minnesknep inom memoria kallas visualisering och innebär att ta till olika

bildsymboler för att skapa en inre minnesbild som ska underlätta för en att minnas talet.

Visualisering inom Memoria är inte i detsamma som definitionen för visualisering såsom det används i detta arbetet. Det bygger helt enkelt på att skapa sig minnesbilder i förberedande syfte.

PRONUNCIATIO OCH ACTIO

Det sista steget i den retoriska processen behandlar framförandet. Uttal, kroppsspråk och hjälpmedel som bilder tas upp som olika alternativ i framförandet. Hur talaren framför sig själv påverkar hur betraktaren kommer att reagera på talet.

PROPAGANDA

Inom retoriken förekommer nästan alltid propaganda för att få budskapet att gå hem hos lyssnaren. Propaganda sammanfattas i 4 tekniker: Förenkla, förstärka, förtäta och förkläda.

FÖRENKLA

Budskapet kan förenklas genom att fokusera på att lyfta en sida av saken och bortse från den andra. Genom att selektera bort vissa fakta. Genom att få fakta att framstå som om det bara finns ett sätt att tolka den på. Genom att skapa starka motsättningar där det egna förslaget målas upp med att ha bara fördelar och andra förslag bara nackdelar.

FÖRSTÄRKA

Budskapet kan förstärkas genom att det som talar för förslaget ges en stark betoning. Genom att de egna argumenten framförs som oemotsägliga. Genom att göra förslaget så pass konkret för lyssnaren att det upplevs

som verkligt. Genom att nyttja lyssnarens känslor och få denne att känna empati gentemot talarens ord.

FÖRTÄTA

Budskapet kan förätas genom att lämna utrymme för lyssnaren dra egna slutsatser. Som att lämna luckor i redogörelsen som lyssnaren kan fylla ut. Genom att använda ord som har för talaren fördelaktiga bibetydelser, konnotationer. Att med symbolism skapa logiska resonemang.

FÖRKLÄDA

Budskapet kan gå hem lättare om mindre angenäma fakta förklädes. Genom att dra lögner. Förvillan genom att tala osammanhängande. Genom att försköna fakta så att det passar talarens avsikter. Genom att låta obekväma fakta vara abstrakt.

ARKITEKTTÄVLINGAR

Den andra antika läran att bekantas med är arkitekttävlingen. Sveriges arkitekter definierar den som följande: "Arkitekttävlingen är ett sätt att få fram den optimala föreningen av form, funktion och ekonomi och samtidigt välja den för uppdraget mest lämpade arkitekten. En väl genomförd tävling, där deltagarna satsar sin kreativitet och kompetens för att åstadkomma det bästa förslaget, genererar långsiktiga värden för såväl arrangör och arkitekt som för samhället i stort." (Sveriges arkitekter, u.å. a).

Arkitekttävlingens process går kortfattat till genom att ett problem att lösa med tävling formuleras och beställare bjuder in arkitekter/ team att delta i tävlingen (Sveriges arkitekter, u.å. b). Här framgår en tidplan, ett arvode, vem som är kvalificerad att delta samt hur tävlingen kommer

att bedömas. I Sverige förmedlas tävlingar via Sveriges Arkitekter. Innan tävlingen kan påbörjas måste tävlingsprogrammet godkännas. Där finns all information arkitekten behöver för att genomföra uppdraget enligt beställarens önskemål. Sakkunniga bjuds in till att sitta i jury och under tävlingens gång hålls ca 4–5 möten med jury. När tiden är ute och samtliga tävlingsförslag har lämnats in utser jury en vinnare och denna presenteras ofta för allmänheten och media med ett publikt event.

Till skillnad från vedertagna arbetsförhållanden väljer beställaren i en tävling vilken designer som ska få jobba vidare med projektet baserat på ett inledande designförslag (Nasar, 1999). Flera arkitekter tävlar om att få uppdraget genom att skapa ett förslag baserat på ett tävlingsprogram. En oberoende jury utvärderar vem som vinner. Tävlingarna kan ske under olika former. Det finns öppna tävlingar vilket innebär att alla som är kvalificerade kan delta. Men så förekommer också slutna tävlingsformer där beställaren fastställer vilka som ska få delta. En inbjuden tävling innebär att vissa arkitekter bjuds in till att delta i tävlingen. Två-stegstävlingar innebär att den första delen är en öppen tävling och att arkitekter bjuds in till den andra delen baserat på deras prestation i den första delen. Beställaren anställer ofta en rådgivare för att utforma tävlingsprogram, följa upp och hjälpa till att hitta en lämplig jury.

För yrkesverksamma utan större erfarenhet ger arkitekttävlingen möjligheten att arbeta med projekt som de annars inte hade blivit tilldelade, och nya talanger får vara med att ta fram de bästa idéerna (Wærn. R, 1996). En förutsättning för rättvis bedömning är att alla deltagare tävlar med likvärdiga förutsättningar, men verktygen som tävlingsmaterial tas fram med är ofta dyra, framförallt de digitala verktygen. De som har fler tillgångar kan i och med det ha ett överläge i tävlandet.

Ett bra tävlingsförslag innebär inte alltid bra arkitektur, då målet för beställaren kan vara att ta fram ett billigt

projekt, och förslagen bedöms efter kostnads kalkyl (Wærn, R, 1996). Ändå är det allmänna uppfattning inom yrket att arkitekttävlingar skapar bättre arkitektur. Egentligen är detta resonemang en återvändsgränd som bygger på uppfattningen att god arkitektur skapas genom tävlingar, just eftersom många omtyckta projekt kommer från en sådan kontext. Om tävlingen verkligen stärker kvalitén i det som byggs vet vi inte. Det kan vara så att yrkesverksamma försvarar arkitekttävlingens existens på grund av att vi alla delar viljan att skapa bättre arkitektur överlag. Dessutom lever vi i miljön där förslagen kommer att byggas. Som Rasmus Wærn skriver på sidan 144: "Att förlora mot ett bättre förslag är i varje fall en seger för arkitekturen".

VISUALISERINGENS BETYDELSE FÖR ARKITEKTTÄVLINGEN

Utöver planer och sektioner skapar landskapsarkitekter visualiseringar att visa sitt förslag. Visualiseringen är landskapsarkitektens främsta verktyg att kommunicera med (Mertens, 2010). Vid presentation av ett designförslag kan det visuella materialet bidra till att övertyga investerare samt rådande och framtida brukare av platsen.

Klassisk retorik och arkitekttävlingar är två antika läror som uppstod ungefär samtidigt för 2,500 år sedan (Tostrup, 1996). Även om principerna för dessa är desamma nu som då har tävlingarna anpassats till vår moderna värld. När arkitekttävlingar introducerades till Sverige var dessa nödvändiga för att etablera en profession som inte krävde personliga kopplingar till sina kunder. Från mitten av 1800-talet och fram till idag har användningen av arkitekttävlingar i Sverige bara ökat. Under 1900-talet utvecklades arkitekttävlingen parallellt med den typ av demokrati vi ser i skandinaviska länder. Det var först efter 1900-talets början tävlingsformen som

vi känner till den idag, hade stadgats (Wærn. R, 1996). Under den tidsperiod som vi kallar borgerlighetens Sverige, i skiftet från att ha varit en autokrati till en demokrati blev tävlingen ett redskap för att lyfta den kreativa effektiviteten för att skapa det moderna samhället. Tävlingen öppnade upp för offentliga samtal kring byggandet, ett ämne som tidigare saknat plattform. Tävlingsarna erbjöd allmänheten en chans till inblick i byggandet och när tävlingarna tog plats i media blev arkitekturen därmed ett ämne som kunde diskuteras i det offentliga rummet.

På 1800-talet var tävlingspresentationen, med dess ofta helt spektakulära handritade perspektiv, avgörande i tävlingssammanhang (Wærn. R, 1996). Den konstnärliga färdigheten var oerhört viktig. Förslagen publicerades sedan i det stora antalet tidskrifter som existerade förr. Detta betydde såklart mycket för tidskrifterna men även mycket för arkitekten: "Eftersom chansen att bli publicerad är större än att vinna tävlingen och uppdraget, ger offentligheten tävlandet en egen dynamik. Publicitet kan vara skäl nog att lämna in ett intressant, men ogenomförbart, projekt. Press och debatt gör tävlingen till en kanal för idéer och visioner" (Wærn. R, 1996:88).

Tack vare spridningen med tidskrifter kunde förslagen dessutom ges en alternativ bedömning. I bästa fall kunde arkitekten få upprättelse i media som kunde väga upp för juryns beslut (Wærn. R, 1996). Arkitekttävlingen som en pedagogisk ansträngning att sprida bättre arkitektur till landet, hade inte fungerat utan den spridning som möjliggjordes tack vare tidskrifternas massupplagor. Nu kunde de spektakulära perspektiven inte bara förföra blivande byggherrar, men hela landets folkmassa.

Tostrup (1996) som förvisso skriver om arkitekttävlingar i en modern kontext är inne på liknande resonemang. Hon menar att den visuella representationen som är en del av presentationsmaterialet spelar en unik roll i tävlingssammanhang då den delvis ska vara begriplig för

juryn. Men också för en allmänt bred publik och på ett sätt som möjliggör för jämförelse mellan sammandraget (förslaget i korthet) och platsen. Å andra hand spelar dessa tävlingsrepresentationer en roll som självförsörjande konstföremål med kulturella värden, och visas för offentligheten via institutioner för arkitekttävlingar, där andra inom samma disciplin kan intressera sig för dem.

“Rhetoric, or the art of oratory, is essential in architectural competitions, as all levels involve purposive and persuasive moves in an argumentative discourse, in which the speaker (rhetor), here the author or designer, deliberately attempts to bring the others round to his way of thinking. This goes for the verbal as well as the visual competition material” (Tostrup, 1996:7).

När vi vänder oss till andra människor i syfte att väcka deras intresse för en fråga som berör oss vi står inför en avsiktlig eller målmedveten situation, oavsett om våra lyssnare initialt accepterar våra åsikter (Tostrup, 1996). Således täcker begreppet persuasio den situation vi befinner oss i när vi deltar i arkitekttävlingar. Projektets framgång beror på dess övertygande kraft samt mottagligheten av denna och nyfikenheten hos de människor som ska övertygas.

Den retoriska aspekten av de material som används i tävlingar står i relation till sin tänkta publik, som ofta består av olika grupper (Tostrup, 1996). Inte bara ställs arkitekten inför en bedömning av en jury som förespråkar dennes färdigheter i förhållande till samhällets behov och ideal, men också inför en bedömning av dennes prestationer inför andra verksamma inom yrkesgrenen. Det är således möjligt att samma förslag behöver verka övertygande av två skilda anledningar.

Det retoriska materialet i arkitekttävlingar består av två typer av argument, det verbala och det visuella (Tostrup, 1996). Gällande den visuella retoriken i tävlingsmaterial

kan vissa skillnader slås fast. Först och främst är förslaget under processen bestående av visuellt material, retorisk i den mening att det framhäver vissa egenskaper av förslaget mer än andra. För det andra är det visuella materialet i slutpresentationen, oavsett om den är grafiskt eller realistiskt återgivningen, retorisk i den mening att det innebär ett ytterligare urval av värden, som har förstärkts eller dämpats. Texten som medföljer presentationen eller framförs verbalt är ett tredje retoriskt fält i detta sammanhang eftersom även text och tal kan betona valda aspekter av förslaget. Författaren hävdar således att de retoriska greppen i ett tävlingsförslag går att fördela på gestaltningen, visualiseringen, och beskrivningen i text/tal.

Tävlingsförslagen bedöms förvisso utifrån ett helhetsgrepp, och i likhet med de problem som formulerats i tävlingsprogrammet (Tostrup, 1996). Men om en landskapsarkitekt inte kan förmedla sina idéer visuellt spelar det ingen roll om denne är en skicklig landskapsarkitekt på övriga plan (Andersson (2008). Förslagen måste kunna kommuniceras på ett precist och övertygande vis.

SAMMANFATTNING

INLEDANDE LITTERATURSTUDIE

Inom den klassiska retoriken finns det tydliga strukturer för hur ett tal kan utformas för att övertyga sin lyssnare. Läran går ut på att sätta sig in i lyssnarens situation och anpassa talet till denne. Men också att framställa sig själv på ett sätt som ger förtroende i framförandet av det berörda ämnet. Den klassiska retoriken har jobbat fram en process att följa för att utforma ett tal på bästa övertygande vis. Retoriken är en gammal lära som levat kvar sedan antiken. Det har likaså arkitektävlingen även om den till viss del anpassat sig till rådande strukturer för stadsplanering.

För arkitekttävlingen har visualiseringen historiskt sett varit ett viktigt verktyg som hjälpt tävlingen att etableras som ett instrument för stadsutveckling. Visualiseringen har för arkitekternas del använts i tävlingar för att framföra deras förslag. Syftet har givetvis varit att presentera förslaget så att det övertygar och leder till vinst, vilket betyder att deltagandet i en tävling ställer arkitekten i en retorisk situation.

Visualiseringen är resultatet av ett retoriskt handlings sätt eftersom den är produkten av ett antal urval för vad som ansetts vara gynnande att visa upp och inte. Men en visualisering ska vara övertygande av flera anledningar och målgruppen är väldigt bred och differentierad. I dagens tävlingar har landskapsarkitekten att jobba med två retoriska verktyg, det verbala och det visuella. Sättet vi framför förslag på är avgörande i tävlingssammanhang.

TEORI

I tal och skrift finns tydliga ramverk för hur vi bäst uttrycker oss. Det finns en retorik som kan tillämpas för att övertyga, argumentera för och få fram budskap. Men vi landskapsarkitekter arbetar främst med visuellt material.

Det jag söker svar på i denna del är om det finns en retorik som kan tillämpas på visuellt material. Somliga påstår att delar utav talkonstens klassiska retorik är överförbar på visuellt material, andra menar att så är inte fallet. Oavsett vad de har landat i, bekräftar dessa källor att det förekommer en visuell retorik i bild. För även om det inte spelar enligt talkonstens regler så finns det uppenbarligen en retorisk funktion i visuella representationer. Flertalet författare menar att visuell retorik påträffas i bildteorier.

Att förstå visuell retorik är att förstå visuell kommunikation och för att göra detta har mitt sökande därmed utgått från ett urval av bildteorier. Därefter har jag utgått från de källor som bekräftar visuell retorik eller bildretorik och sammanfattat deras idéer om hur den används i bilder.

ETT URVAL AV BILDTEORIER

Historiskt sett har tal och skrift varit det mest framträdande sättet att kommunicera (Wærn et al. 2004). Det har därmed funnits en större efterfrågan att värdera det verbala språket, framför det visuella. Kanske blev det så därför att det verbala språket är mer logiskt uppbyggt och rentav lättare att analysera, och skapa ramverk kring. I motsättning till detta använder vi idag bilder för kommunikation kanske mer än någonsin innan.

Vi förstår att visuellt material har ett starkt inflytande på hur vi tänker och agerar (Wærn et al. 2004). Men svårare är det att sätta fingret på exakt vad det är i bilden som påverkar oss. Genom att ta lärdom av det verbala språkets grunder kan en utveckling av teorier, metoder och praktisk tillämpning av visuellt material leda till framgångar även för bildspråket. Wærn et al. (2004) och Foss S.K (2004) bekräftar att de upplever att detta är något som är eftersatt för den visuella retoriken och bildens kommunikativa förmåga.

Inom den praktiska framställningen av visuellt material som vi ser dagligen, går att finna en del kunskap (Wærn et al. 2004). Dilemmat är att de som producerar dessa material visserligen sitter på en stor mängd kunskap. Men denna förblir ouppmärksam då dem som praktiserar denna kunskap i själva verket inte kan redogöra för den rent konkret, de kan helt enkelt inte förklara för oss hur de tänker i sin framställning av visuellt material. Möjligen för att de saknar teoretiskt stöd.

Vad jag försöker att göra i den här delen är att ta reda på hur visuellt material kan förstås som visuell retorik genom att förstå hur den påverkar oss som betraktare. Detta utförs genom att analysera bilden efter existerande bildteorier. I mitt sökande efter bildteorier med analytiska egenskaper har jag stött på flera olika. Detta kan förklaras genom att bildteorin utgår från flera olika källor (Wærn et

al. 2004). Några exempel på teorier där bilden spelar en stor roll är perceptionspsykologin, konstteorin, ikonografi, ikonologi, semiotik, socio-semiotik samt nyare teorier som berör media och kommunikation.

Här har jag fått göra ett urval och valt ut de bildteorier som kan ställas i relation till tävlingsvisualiseringar. Jag har valt bort Ikonografin, eftersom denna bildteori skapades för analys av konsthistoriskt material. Den teorin syftar till att bryta ner symbolers betydelse med hänsyn av att verken i fråga skapades i en annan tid då symboler kan ha haft annorlunda betydelser mot idag (Wærn et al. 2004). Jag har också valt bort Konstteorin eftersom den syftar till att analysera bilder efter dess estetik. Vilket bygger på att bilden beskådas under en längre tid. I dagens klicksamhälle kan jag inte utgå från att visualiseringar beskådas längre än några sekunder.

Senare kunskapsområden där bilden behandlas teoretiskt är bland annat den gren som berör media och kommunikation (Wærn et al. 2004). Framförallt inom denna teorin är kritisk bildanalys ett viktigt inslag. Bland de vanligaste teorierna för bildanalys finner vi semiotiken och socio-semiotiken.

I den inledande litteraturstudien kunde det konstateras att det visuella materialet från tävlingar sprids i media. Detta motiverar varför teorier som berör mediakommunikation ska undersökas. En teori som inte nämns bokstavligen men indirekt i den litteratur jag använder i den här delen av arbetet är bildkomposition. Författarna betonar den kommunikativa kraften av val av vinklar och placering av objekt i bild – detta som ju är bildkomposition. Därför har jag valt att ta med även den teorin. Teorierna att bekantas med i följande stycken är alltså: Perceptionsteorin, bildkomposition, semiotik och socio-semiotik. Detta för att skapa en grundkunskap i den bildteori som kan ställas i relation till visualiseringars retoriska grepp.

PERCEPTIONS-TEORIN

“Ögat är vårt viktigaste perceptuella organ för att skapa helhetsupplevelser, upptäcka mönster och uppfatta dynamik. Medan text och ljud måste behärskas sekventiellt, kan en bild ge en omedelbar uppfattning av en situation” (Wærn et al. 2004:10). Med ögats perception uppfattar vi ofta tvådimensionella avbildningar av föremål som om de vore tredimensionella.

“Vår perceptionsapparat gör strecken till helheter, bildar figurer mot bakgrund, och avläser den visuella informationen i förhållande till sitt sammanhang snarare än enskilt och absolut, utan sammanhang” (Wærn et al. 2004:20).

Information är viktig för att vi ska förstå hur vi uppfattar bilder men framförallt hur bilden påverkar vår uppfattning av den (Wærn et al. 2004). Som ett exempel tenderar vi att sälla bort ansikten i en folkmassa när vi väntar på just en person. Denna person blir figurer mot dess bakgrund som är resterande människor. Detta är bara ett av flera exempel som kan beskriva det mest väsentliga av människans rationella perception.

Perceptionen hos oss människor kan beskrivas som en ordnande funktion som organiserar våra sinnliga upplevelser utefter den världsbild vi skapat oss genom erfarenheter, föreställningar, drifter och minnen (Nordström, 1996). I denna process ingår inte bara att samla upplevelser men kanske främst gäller här att kunna göra ett urval, reducera bort viss information så att vi får en upplevelse som vi kan överblicka. Av all information som finns i vår omvärld har vi med våra sinnen en mycket begränsad förmåga att ta in allt. Perceptionen blir således en selekteringsprocess som vi bearbetar för att omvandla vår komplexa omvärld till ett greppbart intryck.

Till perceptionspsykologin hör gestaltpsykologin (Wærn et al. 2004). Kortfattat handlar den teorin om att vi människor tenderar att finna gestalter i det som framställs visuellt, även om det rent objektivet bara är linjer och punkter. Vi förstår det visuella som figurer och drar slutsatser kring vad de skulle kunna föreställa efter vad det liknar. Till och med små barn kan tolka in att två prickar som placeras horisontellt efter varandra med en böjd linje undertill ser ut som en gubbe. Det innebär att den visuella framställningen kan föreställa en sak och vi läsa i den som föreställande av något annat. Denna förmåga att skapa illusioner kan användas i reklam och propaganda. Sättet vi läser av bilden är i förhållande till sammanhanget.

“Med två från gestaltpsykologin välkända begrepp, närhet och likhet, utvecklade Roman Jakobson innehållet i metonymin respektive metaforen. Med stöd av dem blev han styrkt i sin uppfattning att en väsentlig förutsättning för att analysera en retorisk figur var att kunna klarlägga dess typiska kontext” (Nordström, 1996:37).

BILDKOMPOSITION

Genom bildkomposition kan vi påverka hur betraktaren kommer att läsa av en bild, vad denne kommer att upptäcka först och hur vi med linjer kan få blicken att vandra mot det innehåll vi vill att betraktaren ska se därefter (Sjöstedt, 2002). En medveten bildkomposition kan förstärka budskapet i en bild.

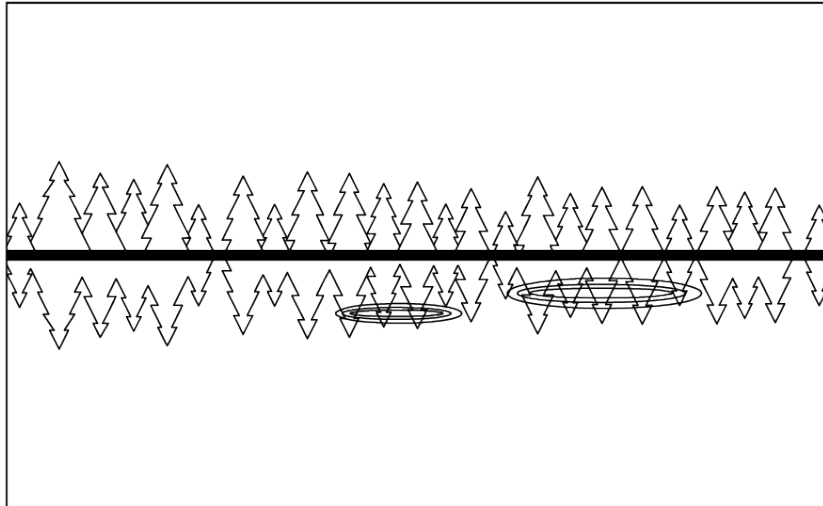
Ordet komposition kommer från latinska *componere* och betyder att sätta samman (Sjöstedt, 2002). Komposition är något som finns i bildmaterial, och oavsett om det är medvetna val eller inte har bildskaparen tagit aktiva beslut kring bildens innehåll för att nå fram till betraktaren med sitt budskap. Att medvetet arbeta med former och linjer i bild för att skapa en helhet, hjälper oss

att framföra bildens mening. En bild kan frambringa hos betraktaren en känsla av harmoni, eller fullständigt kaos. Detta beror på bildkompositionen. Teorin om bildkomposition kan ses som ett verktyg för att presentera bildens främsta budskap. Detta budskap ska presenteras på ett lättillgängligt och smakfullt vis. Där blir kompositionens uppgift att leda betraktarens blick mot det mest väsentliga i motivet, och detta kan göras med bildelement som linjer, former och kontraster.

“Alexander Rodchenko, den ryske kompositionsteoretikern som jag nämnt tidigare, påstod att allting till vänster är det vanliga, allting till höger det ovanliga och allting i mitten det mystiska. Exakt vad han menade med det har jag kanske inte förstått. Det där i mitten håller jag gärna med om. Nybörjare inom fotografin placerar gärna huvudmotivet i mitten” (Sjöstedt, 2002:88).

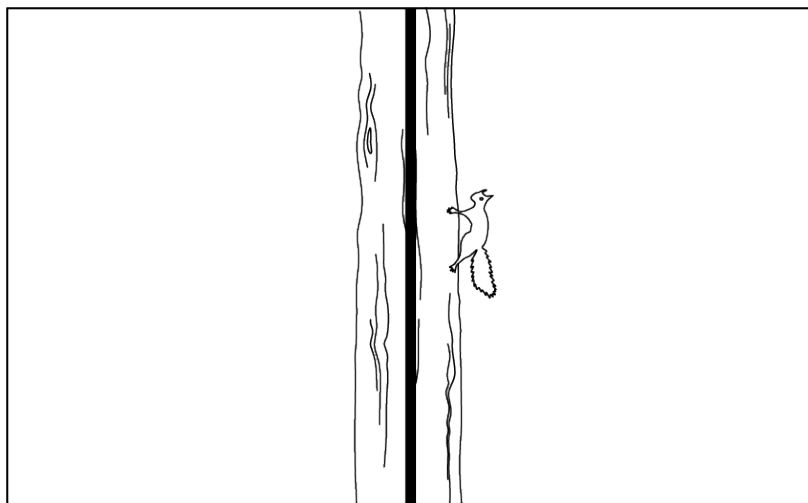
LINJENS BETYDELSE

Hur vi placerar linjer i bilden hjälper oss att framföra budskapet genom att betraktarens blick riktas eller förs mot det vi vill visa med bilden, det som avtäckar våra intentioner (Sjöstedt, 2002). Kortfattat går det att beskriva den horisontella linjen som den mest vilsamma för våra sinnen. Den vertikala linjen har den mest våldsamma rörelsen och är mer aktiv än horisontalen. Diagonaler är ett mellanting där den mest aktiva diagonalen är den som sträcker sig från vänstra övre hörnet ner till höger. Vi uppfattar den som aktiv eftersom vi från västvärlden är vana vid att läsa från vänster till höger, det gäller också hur vi läser av bilder. När horisontella, vertikala eller diagonala linjer möts i en bild uppstår en spänning.



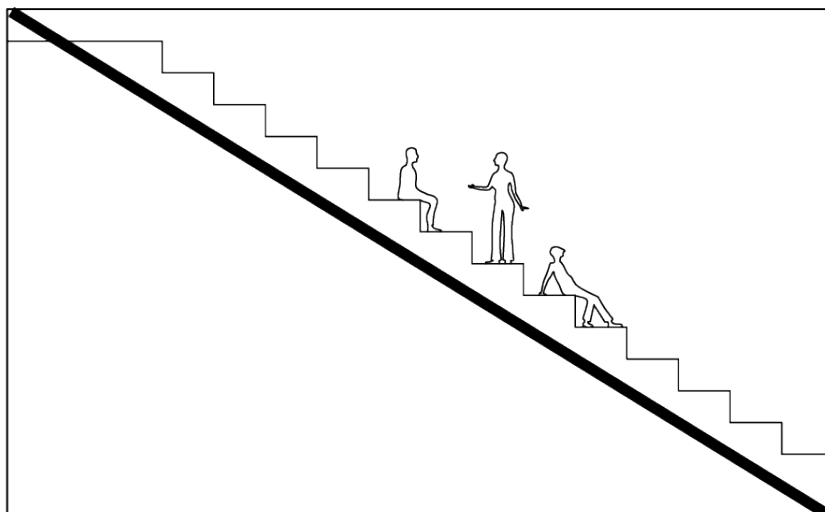
Figur 2: Landskapsmotiv med tydlig horisontlinje.

Vi i västvärlden tenderar att vandra med blicken längst den horisontella linjen, från vänster till höger (Sjöstedt, 2002). Horisontella linjer uppfattas som de mest vilsamma.



Figur 3: Stammen är en vertikal linje och vi läser av bilden snabbt.

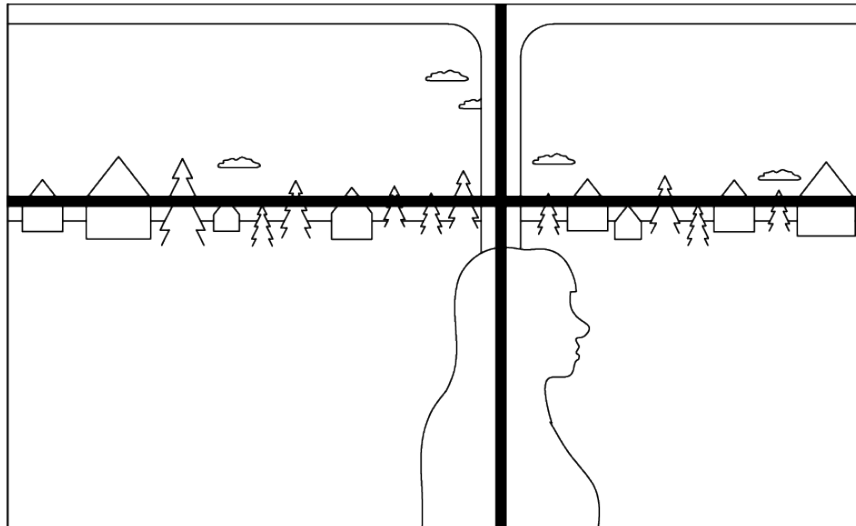
Vertikala linjer uppfattar vi ha den snabbaste rörelsen i en bild, speciellt om den sträcker sig från överkant till nederkant, och är helt rak (Sjöstedt, 2002). Exempel på raka vertikala linjer i bild kan vara skyskrapor. Är linjen inte helt rak kommer rörelsen inte att uppfattas som lika snabb. Vanligen läser vi av bilder med vertikala linjer nedifrån och upp.



Figur 4: I västvärlden läser vi av bilder från vänster till höger och diagonalen i denna figur uppfattas därmed som fallande.

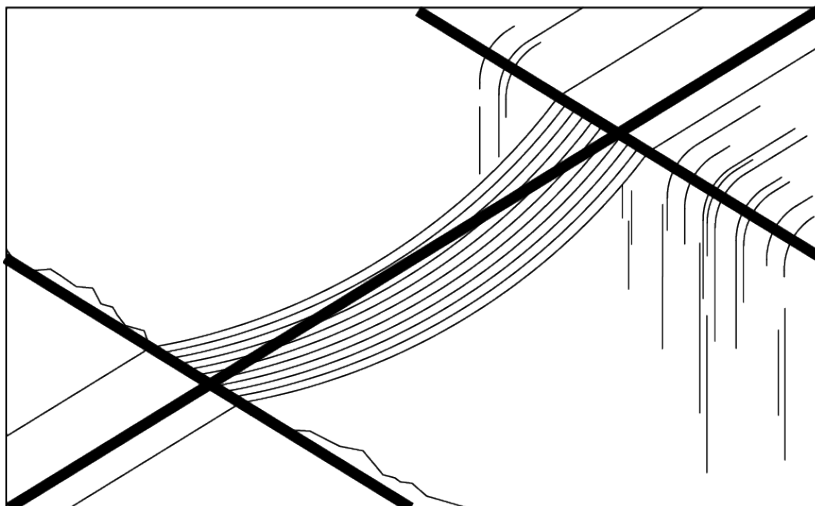
Diagonalen är en linje som sträcker sig från ett hörn till ett annat, snett igenom bilden (Sjöstedt, 2002). Den diagonal som går från övre vänstra hörnet och ner till höger uppfattas ha en snabbare rörelse genom bilden eftersom vi läser av den som en nedförsbacke. Detta är en direkt konsekvens av det västerländska sättet att läsa, från vänster till höger. Diagonalen signalerar för oss om ett djup och en tredimensionalitet i bilden.

När någon av dessa tre typer av linjer kolliderar skapas en ordning, där geometriska figurer bildas (Sjöstedt, 2002). Bekräftas även av (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Detta gör också att bildkompositionen upplevs som mer spännande (Sjöstedt, 2002). Vertikala och horisontella linjer skapar kvadratiska och rektangulära figurer genom korskompositioner.



Figur 5: Horisontal och vertikal linje möts och skapar intressanta skärningspunkter.

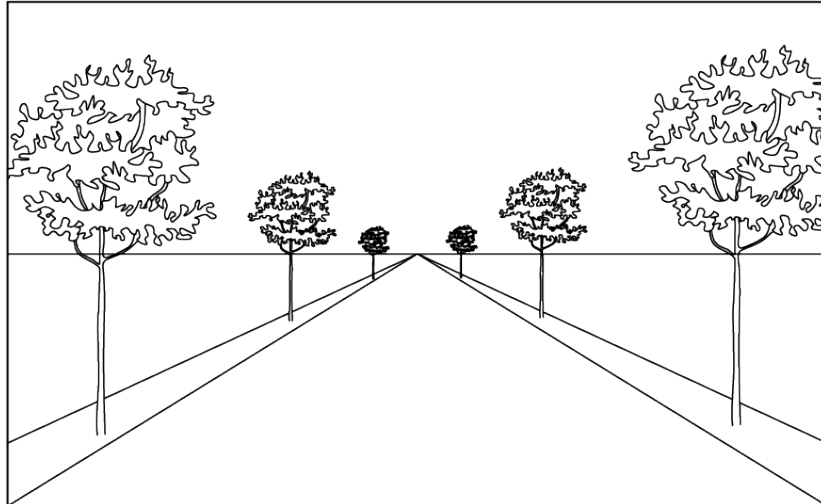
Diagonala linjer som möts skapar triangulära figurer genom kryss kompositioner (Sjöstedt, 2002). Korskompositioner upplevs statiska och krysskompositioner dynamiska. Där linjerna möts uppstår spänningar som fångar vår uppmärksamhet. Dessa möten kallas skärningspunkter och kan användas för att rikta betraktarens blick och således förstärka bildens budskap. Dock ska bildskaparen vara medveten om att för många linjer kan försvåra denna avsikt.



Figur 6: Linjerna utgör två skärningspunkter, en före och en efter bron.

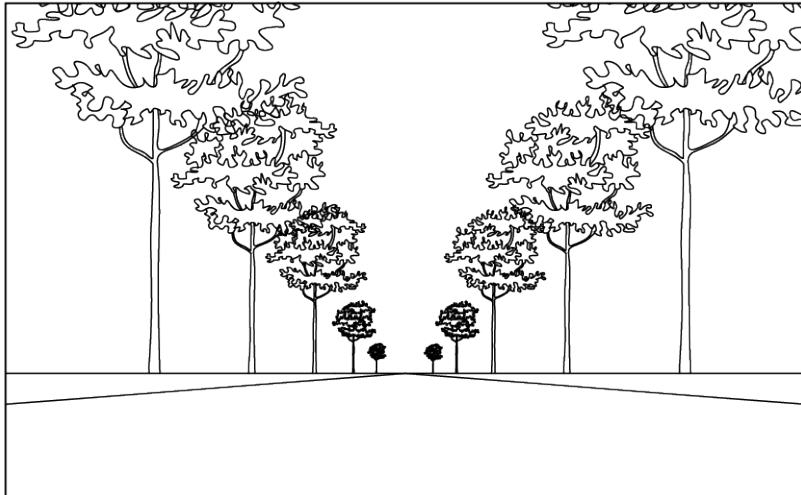
PERSPEKTIVET

Perspektivet utgörs av de linjer och riktningar som hjälper till att skapa ett djup i bilden (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Val av vinklar, beskärningar och perspektiv påverkar vad betraktaren kommer att tolka in.

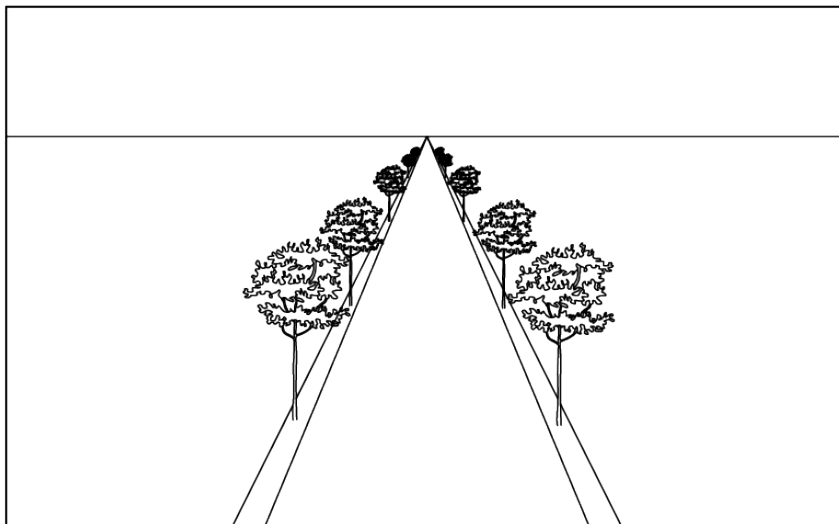


Figur 7: Centralperspektiv innebär att linjer möts i en punkt.

Centralperspektivet som exempel, sätter bildens fokus i mitten (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Det beskrivs av Sjöstedt (2002) som det viktigaste perspektivet, eftersom det har förmågan att tillföra till bilden ett starkare djup än andra perspektiv. När vi befinner oss på markplan har vi alltid horisonten, den horisontella linjen i bilden, i ögonhöjd. Men detta kan förvridas om bildskaparen väljer att motivet ska betraktas underifrån eller ovanifrån. Detta kallas grodperspektiv och fågelperspektiv. Grodperspektivet och fågelperspektivet är i sin tur exempel på vinklar som står i relation till det valda perspektivet (Carlsson & Koppfeldt, 2003).

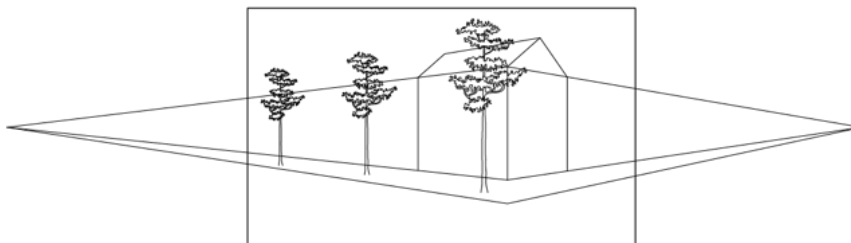


Figur 8: Centralperspektiv sett från grodperspektiv.



Figur 9: Centralperspektiv sett från fågelperspektiv.

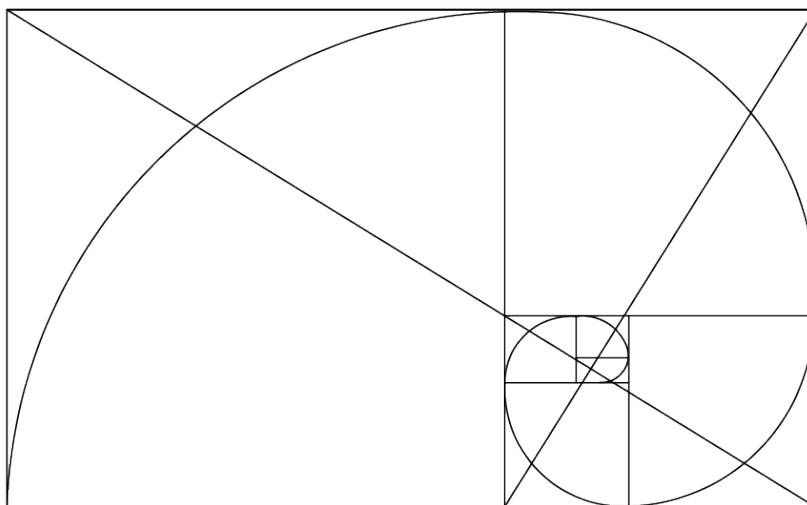
Tvåpunktperspektiv innebär att linjerna utgår från två punkter, ofta placerade utanför bildens format.



Figur 10: Tvåpunktperspektiv.

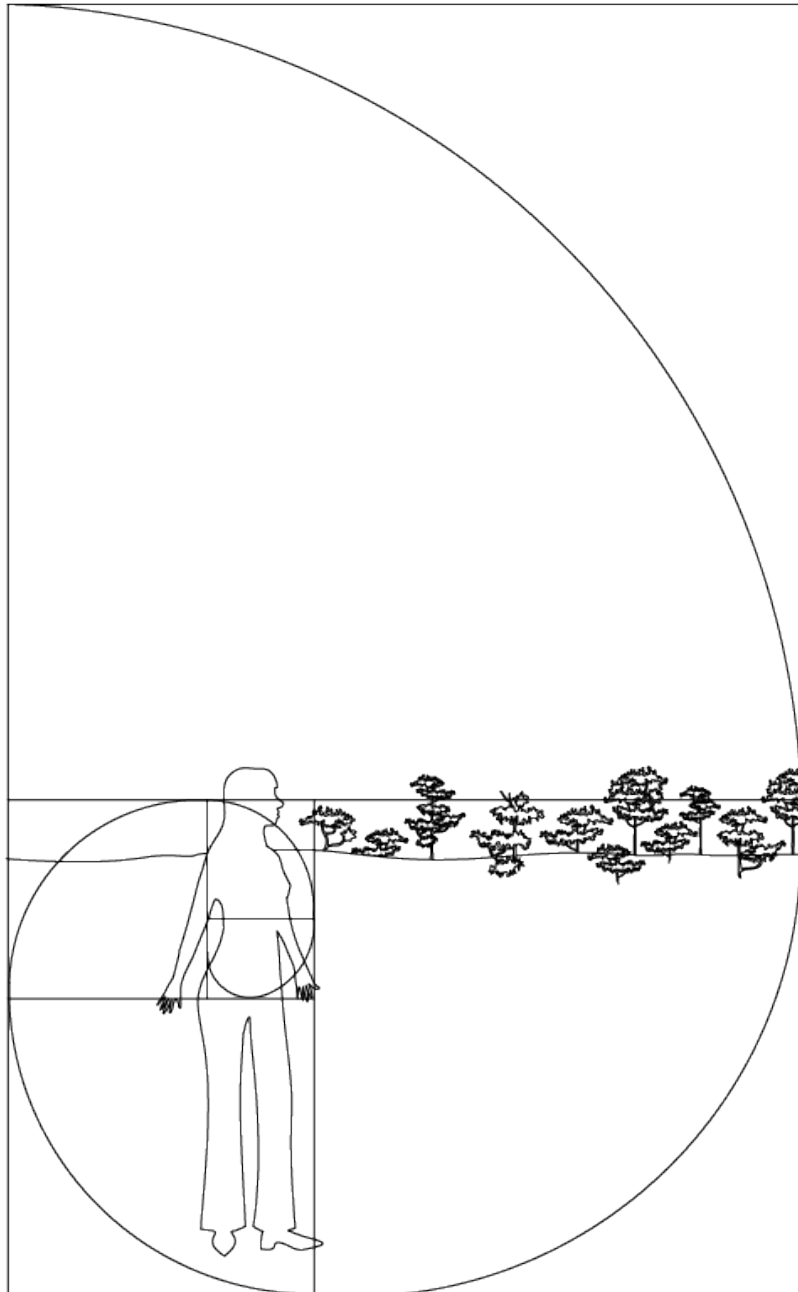
HARMONI OCH DISHARMONI

Genom att placera motivet i mitten tillförs till bilden symmetri, men symmetri är inte alltid synonymt med harmoni (Sjöstedt, 2002). I vissa fall kommer bilden att upplevas som statisk och rentav trist. Genom att istället placera motivet mer till vänster i bilden kommer det vara det första som blicken möter, för att sedan vandra till höger. För att skapa balans i en bild ska det motiv som återfinns på vänster sida om bilden vägas upp av ett annat på höger sidan. För att försäkra sig om att bilden upplevs harmonisk kan gyllene snittet tillämpas.



Figur 11: Gyllene snittet.

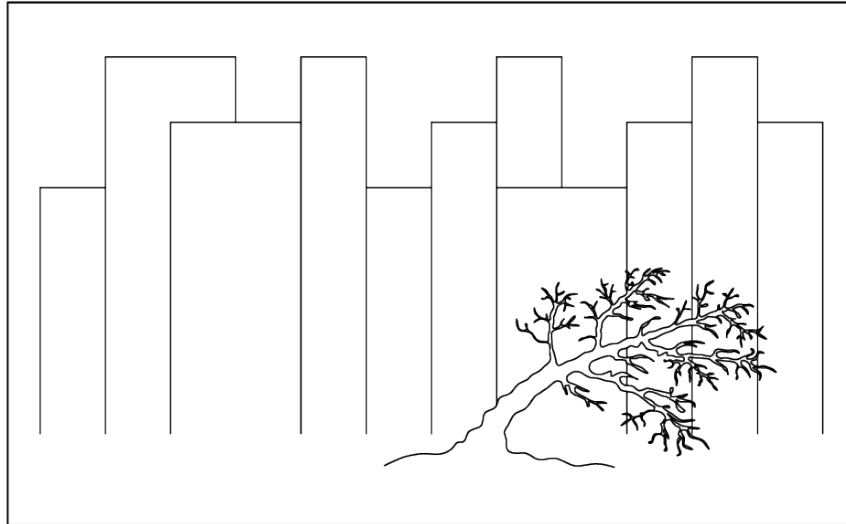
Gyllene snittet uppfanns av grekerna för 2.500 år sedan (Sjöstedt, 2002). Det är en teori om ett förhållande mellan proportioner som bygger på en talföljd. Med denna talföljd delas bildytan upp i olika stora delar, där bildens huvudsakliga motiv placeras i den punkt där gyllene snittets linjer korsas. Denna punkt är något förskjuten från bildytans mitt.



Figur 12: Blicken dras mot personen till vänster, skogen uppfattas sekundärt.

Gyllene snittet skapar ett lugn och en harmoni i bilden, men det är inte alltid detta efterfrågas (Sjöstedt, 2002). En bild med en medveten disharmoni kan istället tillföra spänning och rörelse. Om spänning kan lyfta bildens budskap ska bildskaparen arbeta med att ställa motsatser mot varandra för att förstärka budskapet. Med motsatser i bild antyder författaren på kontraster såsom svart/vitt, stort/litet, horisontellt/vertikalt, kallt/varmt, rakt/böjt med

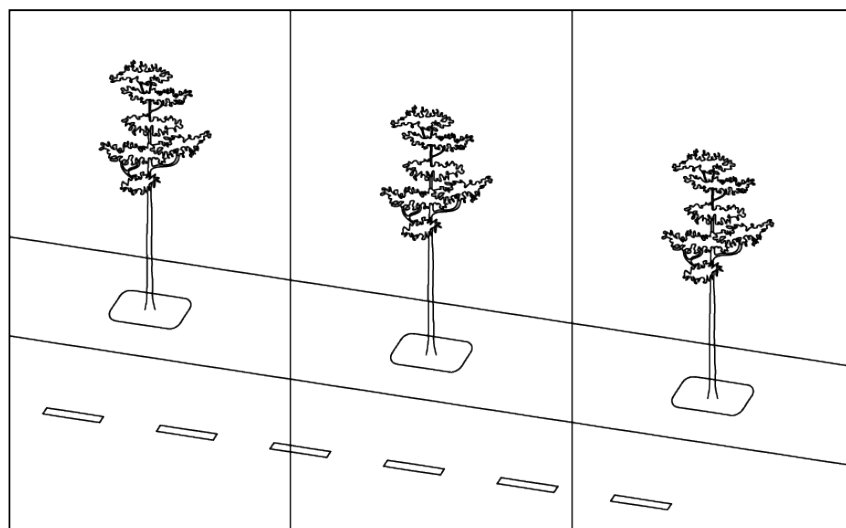
fler. Att medvetet arbeta med motsatser behöver inte utesluta att det samtidigt finns en harmoni i bildkompositionen.



Figur 13: Kontrast – rakt och böjt med bevarad harmoni.

TRETAL

Tretal används ofta inom den klassiska retoriken som en stilfigur (Hellspong, 2011). Tretalet används också ofta inom bildkomposition, för att dela in bilden i tre, och Sjöstedt (2002) menar att det finns något magiskt över detta tal som bidrar till bilden med en rytm och spänning.



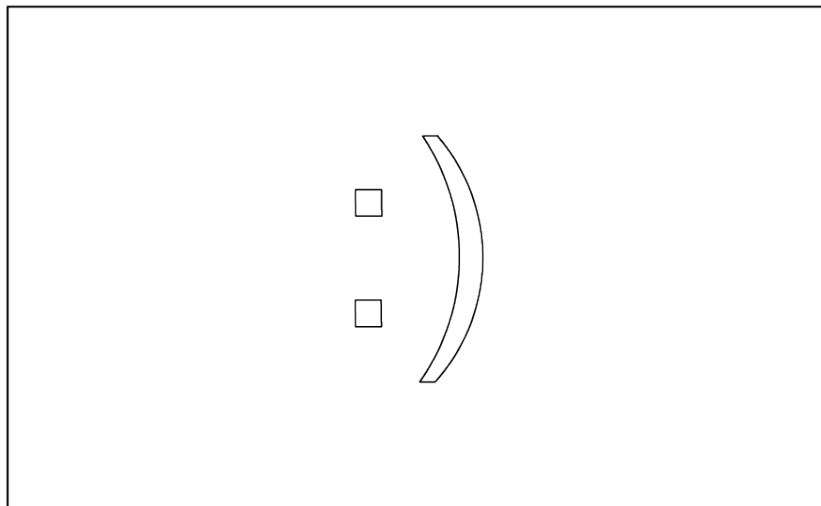
Figur 14: Bildens format uppdelad i tre sektioner.

SEMIOTIKEN

Semiotiken bygger på att se på bilder utifrån tecken som skall tolkas (Wærn et al. 2004). Även till vardags är vi omgivna av tecken som vi läser av för att kunna utföra de simplaste uppgifter. Tecken har blivit en självklar form av kommunikation i vardagen. Inom semiotiken finns tre huvudbegrepp, som delar in olika tecken (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Gemensamt har dessa tecken att de representerar något annat än det som objektivt syns i bilden.

SYMBOL

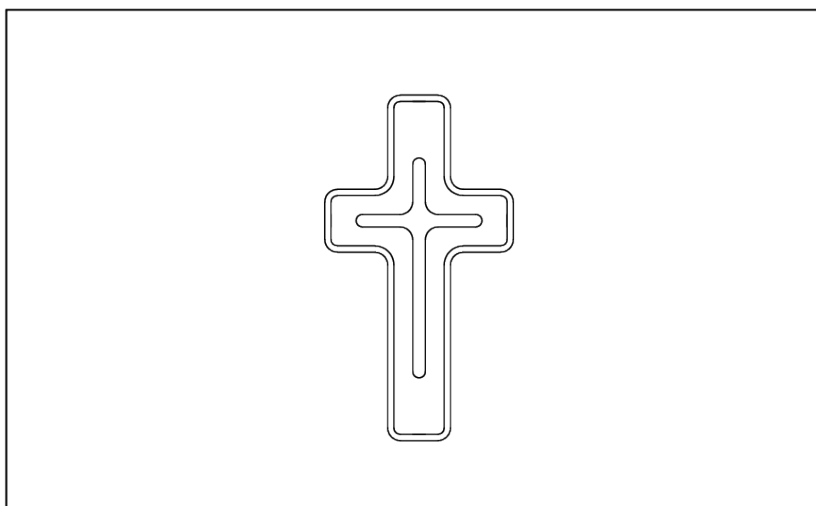
En symbol är ett tecken som beroende av sammanhanget utgör exempel på något (Wærn et al. 2004). En symbol är ett tecken som kan ha olika betydelser då betydelsen står i relation till sammanhanget. Carlsson & Koppfeldt (2003) beskriver symbolen på sidan 31: "Sambandet mellan symbolen och dess referent är helt och hållet godtyckligt eller konventionellt. Det betyder att människor har kommit överens om att tolka den på ett visst sätt. Våra vanligaste symboler är ord, siffror, bokstäver, och trafikmärken och vanliga tecken i vardagslivet."



Figur 15: Ett kolon och en slutparentes symboliserar känslan av att vara glad.

IKON

Ikoner är ett tecken som skiljer sig från symbolen då ikoner alltid står för samma sak oavsett i vilket sammanhang man placerar detta (Wærn et al. 2004). Det kristna korset är ett exempel på en ikon, oavsett vilket sammanhang man finner det i så representerar det kristendomen. Men ikonen kan också vara av den innebörd att den är en bild som verklighetstroget avbildar något på ett nästan exakt vis; "En ikon är en bild, en avbildning av något. En ikon motsvarar verkligheten på ett analogt, nästan exakt sätt" (Carlsson & Koppfeldt, 2003:31).



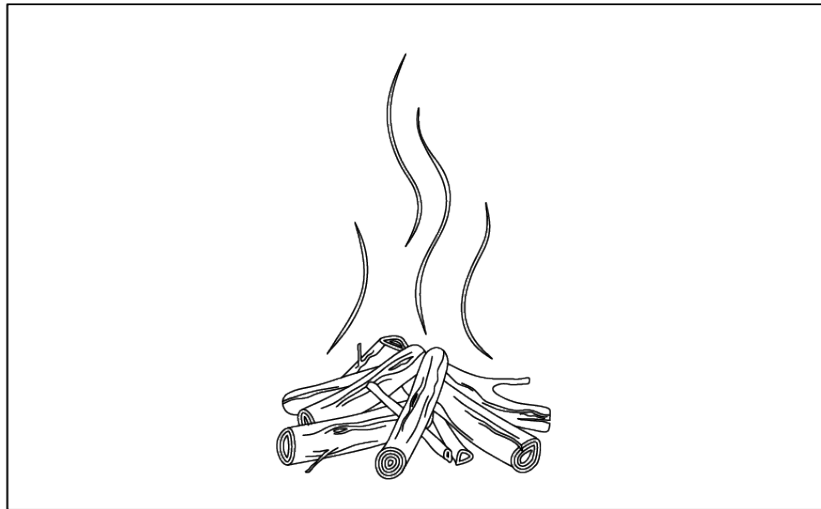
Figur 16: Korset får oss oundvikligen att tänka på religion oavsett i vilket sammanhang vi ser det.

Wærn et al. (2004) förklarar även att uppdelningen inte är fullt så enkel, för en ikon kan också agera symbol, allt beror på sammanhanget bilder återfinns i och till vilken användning de tjänar sitt syfte.

INDEX

Carlsson & Koppfeldt (2003) Beskriver det tredje tecknet som kallas Index. Index får sin betydelse genom den relation som skapats mellan två händelser. Som exempel

tar författarna upp rök från en eld, ett fingeravtryck eller fotspår på en sandstrand som index i bildsammanhang.



Figur 17: Röken gör att vi förstår att vedhögen nyligen varit en eldplats.

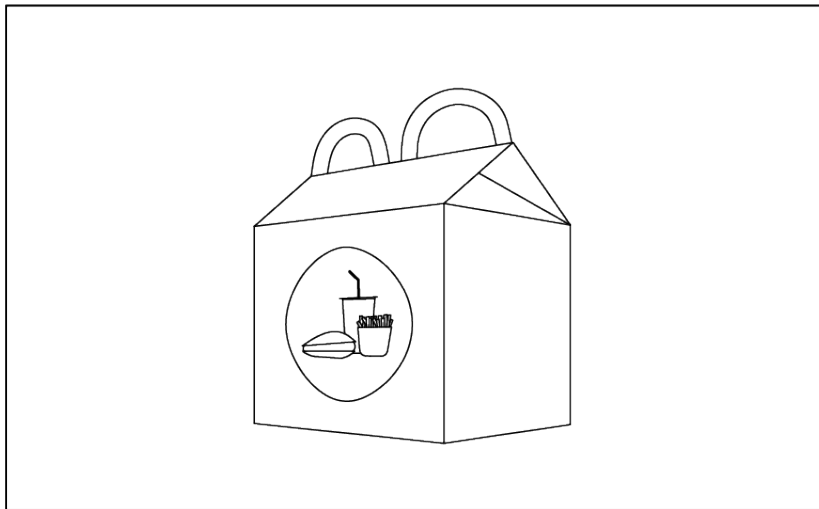
DENOTATION OCH KONNOTATION

Vidare delar semiotiken in bildens mening i två nivåer; denotation – det uppenbara och Konnotation – det underliggande (Wærn et al. 2004). Den här indelningen brukar användas i bildanalys bekräftar Carlsson & Koppfeldt (2003). Och mycket riktigt har jag funnit en sådan bildanalys, skriven av Nordström (1996) som kommer i senare delar av arbetet. Men först ska denna indelning förklaras:

Denotation står för det begrepp som syftar till att analysera det som rent konkret syns i bilden, det vi ser eller rent objektivet förstår (Wærn et al. 2004). Denotation är en neutral beskrivning av bildens grundbetydelser (Carlsson & Koppfeldt, 2003)

Konnotation syftar till att analysera de idéer och värden som kan tydas genom uttrycken i representationen ur vilken bilden är skapad (Wærn et al. 2004). Konnotation står för allt som vi kommer att associera till bilden, allt vi kommer att tänka på och förknippar med det vi ser på bilden (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Konnotation kan ses

för att vara det bilden anspelar på, en bibetydelse. Den kan inte objektivt pekas ut i bilden men uppfattas ändå av de flesta som ser på bilden. Konnotationer uppstår genom de tolkningar vi gör när vi betraktar bilden. Genom den kultur eller generation vi vuxit upp i skapas gemensamma associationer. Vad som mer specifikt definierar konnotationer är att de är kollektiva associationer. Detta innebär att vi kommer att dra liknande paralleller till det vi ser.



Figur 18: Denotationen – vi ser en låda med två bågformade handtag och en bild föreställande mat. Konnotationen – De som växte upp under 90-talet associerar troligen denna lådan till ett "Happy Meal" från McDonalds.

Utöver denotation och konnotation kan privata associationer göras, detta är en bibetydelse till bilden och definieras av de privata associationer som man är ensam om att göra (Carlsson & Koppfeldt, 2003).

SOCIO-SEMIOTIK

I bildteoretiska analysmetoder har betraktaren förhållit sig till bildens innehåll och utgått från det som finns i bilden (Wærn et al. 2004). Inom socio-semiotiken är man mer intresserad av att analysera de omständigheter som utvecklats förutsättningarna för skapandet av bilden. Frågor som kan ställas är följande exempel:

“Varför utfördes bilden överhuvudtaget? Hur är förhållandet mellan konstnären och den avbildade? Hur utfördes den, rent tekniskt?” även betraktarens situation analyseras med frågor som; “När ser de på bilden? Hur ser de bilden?” (Wærn et al. 2004:48).

Ofta ifrågasätter vi sällan omständigheterna bakom bilden, för att det finns sätt att skapa bilder på som är mer eller mindre konventionella, som val av perspektiv Wærn et al. (2004). Det är när vi ifrågasätter varför ett objekt avbildats från ett visst perspektiv som vi närmar oss en socio- semiotisk analysmetod. Inom socio-semiotik resoneras det även kring det valda avståndet till objektet i bilden, och vad det kommunicerar, fågelperspektivet kontra grodperspektivet som exempel. Synvinklar, alltså vad personen i blicken tittar på styr vår uppmärksamhet och tvingar oss till en kommunikation med bilden. En persons synvinkel i bilden kan guida oss till att förstå ett budskap, föra oss mot vad vi uppmanas att se.

RETORIK I BILD

Med en grundkunskap i bildteori fortsätter arbetet att utforska hur bilder verkar för att påverka oss. Retorik i bildsammanhang handlar om att övertyga genom att styra hur betraktaren tolkar bilden (Nordström, 1996). Att ifrågasätta hur bilder funkar för att övertyga dess betraktare, är i slutändan att ifrågasätta bildernas natur och hur människor reagerar på dem (Hill. 2004).

Den här delen av arbetet är ett försök att sammanföra den information som bekräftar att det finns en visuell retorik. Visuell retorik är starkt kopplat till de bildteorier som behandlades i ovan stycken. Det har också en stark förbindelse till den klassiska retoriken.

I Hellspong (2011) som skriver om den klassiska retoriken som talkonst, nämns Aristoteles medel för övertalning;

Lógos, Éthos och Páthos. Pathos står för den egenskapen i ett tal som syftar till att övertyga lyssnaren genom att frambringa känslor. För att bryta ner i korta drag varför det är retoriskt effektivt att använda metoder som framkallar känslor kan detta förklaras genom att dessa känslor har skapats evolutionärt för oss som en anpassning till att hantera farliga situationer snabbt och beslutsamt (Hill. 2004). Gällande visuell representation är det vedertaget sagt att när betraktarens känslor påverkas tenderar denne att åsidosätta det rationella tänkandet, vilket resulterar i en respons som är ogenomtänkt och irrationellt. Detta förklarar dock inte hur bilder agerar för att vara övertygande.

Om syftet med en känslomässig reaktion är att rikta vår uppmärksamhet mot en upplevd fara, så är det förståeligt att vi programmerats till att reagera snabbt utan att analysera all given information (Hill. 2004). Så när vi utsätts för visuell information, reagerar våra kroppar snarlikt till hur vi hade reagerat om det som bilden visar hade varit fysiskt närvarande. Bildens övertygande förmåga är dock kortlivad, och inte en effektiv metod för att faktiskt påverka andras övertygelse över tid. En känslomässig vädjan leder ofta till acceptans av ett kontroversiellt påstående bara så länge som känslan sitter i. För retoriska ändamål kommer detta innebära att det är lönlöst att spela på starka känslor då de kan till och med leda till en motreaktion om åskådaren senare börjar känna att denne har blivit utsatt för emotionell manipulation. Det man vill uppnå är snarare en positiv känsla hos åskådaren gentemot det man presenterar. Detta kan göras genom att under presentationen relatera till något positivt som man vill att presentationen ska förknippas med.

“En ny spagettisort kan uppfattas som något mera än ett vanligt paket spaghetti om det förs ihop i bilden med gondoler och rundmagade gubbar i randiga tröjor (metonymi). Spagettin kan också “liknas” vid gula veteax som böljar i ett sädesfält (metafor). Det här sättet att

lägga på "lager" av nya positiva betydelser och konnotationer till en bild kallas bildretorik. Bilden blir mera slående. Den får ett visuellt mervärde och blir därmed retorisk och övertygande" (Carlsson & Koppfeldt, 2003:49-50).

Citatet ovan hävdar att konnotation som härleds ur semiotiken kan anses vara en form av visuell retorik. Semiotiken talar om att bilder går att tolka på flera sätt, men finns det verktyg som kan guida betraktaren i en önskad riktning? I den retoriska talekonsten menar man ju att det går med hjälp av skicklig retorik att få lyssnaren att tänka som talaren (Wærn et al. 2004). Somliga hävdar således att det finns en visuell retorik som kan hjälpa bildskaparen att övertyga betraktaren.

DEN RETORISKA PROCESSEN I BILD

Waern et al. (2004) påstår att det går att planera bildskapandet för att uppnå en önskad effekt på betraktaren. Inspirationen hämtar författaren från den klassiska retoriken. Hill. (2004) belyser att i studerandet av visuell retorik är det inte produktivt att tillämpa retorik skapad för tal på bildkonsten, men hävdar samtidigt att det finns många retoriska koncept som inte enbart skapades för tal, och som skulle kunna fungera även för visuellt material. Om en skulle göra ett försök att tillämpa den klassiska retorikens förberedande delar på bilder skulle, *Inventio*, *Dispositio*, och *Elocutio* vara de mest föreliggande skriver Wærn et al. (2004). Oberoende av varandra utforskar även Nordström (1996) hur just dessa tre begrepp från den retoriska processen kan tillämpas på bilder. Hans resonemang ser ut som följande:

- "- *Inventio* - sökande efter idéer och argument
 - *Dispositio* - komposition, organisation
 - *Elocutio* - val och arrangemang av ord/bildelement"
- (Nordström, 1996:331).

INVENTIO

För inventio menade den antika retoriken Cicero att det är optimalt att utgå från ett ämne, tanke eller område för att hitta idéer till sitt tal (Wærn et al. 2004). I ett försök att tillämpa Inventio på visuell retorik innebär detta i praktiken att utgå från klichéer som gör det valda ämnet tillgängligt för beskådaren. Om vi utgår från klichéer kopplade till exempel valborg behöver vi inte förklara de mest väsentliga för det valda temat, det blir underförstått.

DISPOSITIO

För dispositio som är förberedande inför ett tal gäller för bilder att göra medvetna avväganden i förhand, "Vilka delar vill vi ha i bilden? Vem eller vad är huvudfigur? Vad är bakgrund? Hur förhåller sig de olika delarna till varandra i fråga om storlek och läge?" (Wærn et al. 2004:62). Bildkompositionen är ofta avgörande för vad bilden utstrålar. Kompositionen kan avgöra hur pathos framställs, om bilden inger ett lugn, eller får betraktaren att dra förnimmelser till en upprörd stämning. Kulturella anspelningar som också knyter an till den mänskliga perceptionen är hur man i olika kulturer läser från olika håll och detta brukar återspegla sig även i hur vi läser av bilder. Vi som är vana att läsa från vänster till höger kommer att uppmärksamma det som är till vänster i en bild först. Men vi kommer snabbt vandra med blicken åt höger. För att skapa en balans föreslås därmed att det som är på vänster sida om bildens mitt får vara större, som i mer detaljrikt än det till höger.

ELOCUTIO

För att förstärka viktiga inslag i talet används inom den klassiska retoriken så kallade stilfigurer (Hellspong, 2011). Dessa används likt utsmyckning i den del av retoriska processen som heter Elocutio. Många av figurerna inom

retoriken går inte att tillämpa på bilder (Wærn et al. 2004). Men bilder innehåller andra figurer som kan analyseras.

”I steget efter kompositionen har bildskaparen att välja mellan olika retoriska funktioner, nämligen den ikoniska (där skaparen avser en likhet mellan bilden och något annat), den konventionella (där bildskaparen använder en konventionell symbol eller ett konventionellt tecken) och den grafiska (där bildskaparen lagt sig vinn om själva utformningen av linjer och former).” (Wærn et al. 2004:63). Den ikoniska funktionen är indelad i tre; emotionell, illustrativ och dokumenterande.

Det här citatet säger att för elocutio gäller att i bilden använda sig av semiotikens tecken. Men anser också att utformningen i sig hör den här delen av bildskapandet.

RETORISKA ARGUMENT I BILD

Argument kan vara påståenden och resonemang som används i syftet att övertyga (Bergström, 2011). Som gemensamt har dessa argument att de kan laddas med retoriska grepp. Ethos står för trovärdigheten i ett argument, Logos står för förnuftet och Pathos för de känslor som argumentet förnimmer. Aristoteles begrepp används för argument inom talekonsten. Men Bergström tillämpar dessa även för bilder.

Bilder är till skillnad från tal och text förstådda holistiskt och nästan omedelbart och tenderar att leda till heuristisk behandling, därav att de besegrar verbala argument i ett beslut bland motsatta eller kontroversiella påståenden (Hill. 2004). Kortfattat går att säga att vår hjärna föredrar att ta en kortaste vägen till ett beslut och bilder erbjuder en genväg till slutpunkten mot att fatta det beslutet vilket innebär att vi i viss utsträckning ignorerar den mer analytiska abstrakta informationen som ges verbalt.

Känsloladdade argument besegrar ofta och även hämmar det analytiska tänkandet.

“Som bildskapare måste man vara medveten om att bilden som skapas kan tolkas på många sätt, och av dessa behöver inget vara det som man avsåg” (Wærn et al. 2004:71). Det är därmed inte möjligt för bildskaparen att manipulera betraktaren eftersom betraktaren också besitter en medvetenhet kring bildens verkan och avsikter. Men genom att spela på pathos i bild kan bildskaparen locka fram kreativitet och fri tolkning tillskillnad från informativa bilder där lite frihet till egen tolkning finnes.

De argument som riktar sig till lyssnarens förnuft kallas för Logos (Wærn et al. 2004). Flera inom forskningen antyder att bilder inte kan vara ett logos, ett argument som spelar på vårt förnuft, då logos skapades för det verbala ordet. trots detta används denna typ av argument kontinuerligt i informationsdesign. Det är vedertaget att bilder tenderar att framkalla känslomässiga reaktioner och texter framkallar mer analytiska reaktioner, men det är inte så simpelt (Hill. 2004). Vissa visuella element är i högsta grad rationella och direkt skapade för att vara analytiska redskap, som diagram, grafer etc. “En väl genomtänkt bild säger inte bara mer än tusen ord, den talar också om att dess skapare har bemödat sig om att förklara något på ett så överskådligt sätt som möjligt” (Wærn et al. 2004: 59).

RETORISKA FIGURER I BILD

Semiotiken beskriver ju hur bilder utsmyckas med tecken, ta symbolen som exempel. Wærn et al. (2004) skriver att bilden kan ha för funktion att vara symboliserande; när det som avbildats påminner betraktaren om något även om detta något inte är vad som är avbildat rent objektivt. Bilden kan likväl vara abstrakt och ändå väcka hos betraktaren dessa associationer.

Utsmyckningar i bild är synonymt med figurer - som i retoriska figurer (Nordström, 1996). Wærn et al. (2004) hävdar att de retoriska figurerna allegori och analogi går att tillämpa på bilder. Bergström (2011) skriver hur de retoriska figurerna Presentativ, Metonym, Synekdotie och metafor kan tillämpas på bilder. Carlsson & Koppfeldt (2003) listar ännu fler retoriska figurer att tillämpas. Alltså verkar det som att vissa retoriska figurer går att tillämpa på bilder. Låt oss ta reda på vilka.

EVIDENTIA

Det latinska begreppet evidentia är synonymt med att visualisera, eller visa och inom retoriken starkt kopplat till att bevisa (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Inom talkonsten används stilfiguren Evidentia för att beskriva sin sak på ett sådant målade vis att lyssnaren kan föreställa sig detta med sina sinnen. Därmed kan saken i fråga uppfattas som sant, och argumenten giltiga.

ALLUSION

Carlsson & Koppfeldt (2003) beskriver på sidan 90 att allusionen: "är en figur som ska uppfattas som en vink eller "blinkning" av mottagaren. Att alludera kan vara att skämta eller anspela på något som är känt bland många eller bara för vissa "invigda" personer". Allusionen skapar ett samförstånd, en vi-känsla, mellan talare och den del av publiken som "förstått".

ANTITES

Antites är en vanlig stilfigur i reklam (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Den bidrar med spänning och humor genom att i bildmaterial föra samman objekt som är varandras totala motsatser, eller kontrasterar varandra och på så vis skapar en dramatik.

TRETAL

Tretal är ett så kallat magiskt tal, det används ofta inom reklam, politiska tal men även i folksagor och bibeln (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Det tillför till både tal och bilder en rytm.

PERSONIFIKATION

Personifikation innebär att använda människor för att representera något som annars hade varit svårt att beskriva, och Carlsson & Koppfeldt (2003) tar upp specifika nyhetshändelser, politiska idéer eller företag som exempel på ämnen där en person kan stå för att beskriva detta bättre än något annat.

EXEMPLUM

Personifikation kan fungera åt andra hållet, genom att låta Exemplum beskriva en person eller något annat. Ett exempel kan få något annars abstrakt att bli konkretiserat. Carlsson & Koppfeldt, 2003). Exemplum kan vara en berättelse, eller en händelse som hjälper lyssnaren/betraktaren att förstå talarens/bildskaparens poäng.

HYPERBOL

Hyperbol beskrivs av Carlsson & Koppfeldt (2003) som att medvetet gå till överdrift. Hyperbolen står för de dramatiska utspelen, användningen av uttryck som är starkare än vad som vore en korrekt skildring (Hellspong, 2011).

LITOTES

Litotes är motsatsen till hyperbol. Istället för att överdriva så underdriver talaren/bildskaparen och detta är ett

medvetet drag Carlsson & Koppfeldt (2003). Ett så kallat "understatement".

METAFOR OCH METONYMI

Enligt Hellspong (2011) går begreppen metafor och metonymi under antikens viktigaste former av stilfigurer. Nordström (1996) skriver att dessa retoriska figurer också går under semiotikens kategori symbol, men att de är tecken som besitter förmågan att omvandlas från ett typ av tecken till ett annat. Inom reklam används metonymier och metaforer ofta med syfte att skapa positiva associationer till det objekt man avser göra reklam för (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Metonymier och metaforer bekräftar således en bildretorisk handling, då bildskaparen med dessa figurer medvetet laddar bilden med associationer.

Metaforen är kort sagt en liknelse (Carlsson & Koppfeldt, 2003). Betydelsen i ett objekt liknas vid ett annat och likheten mellan dessa kan antas vara egenskaper, känslor eller utseenden. Metaforen jämför två brett skilda ting genom att belysa dess likheter (Bergström, 2011). Genom att byta ut en bild mot en annan alternativbild från ett helt annat sammanhang tvingas betraktaren att dra associationer mellan dessa två vitt skilda områden för att själv förstå kopplingen. Det är dock inte alla metaforer som lyckas träffa åskådaren. Det behöver finnas en tydlighet, metaforerna får inte bli för abstrakta, eller icke-föreställande. Klichéer bör även undvikas.

I tal och skrift är metonymin synonymt med ordbyte, och används ofta inom journalistik för att undvika upprepning (Bergström, 2011). Det innebär att man byter ut ord för att upprepa sin sak utan att verka uppenbart tjatig. Detta tillämpas för bildkonsten genom att skapa bilder som skildrar samma företeelse fast från olika vinklar.

Metonymier skapas antingen genom närhetsprincipen (Carlsson & Koppfeldt, 2003:48): "När ett ting uppfattas höra ihop med andra näraliggande ting i en bild som ingår i en helhet." Metonymien kan också skapas genom att låta objektet vara en del av en helhet, vilket innebär att objektet får symbolisera något större än sig självt, kanske en känsla, en geografisk plats eller en händelse.

Nordström (1996) anser alla bilder vara metonymiska, med resonemanget att bilder alltid är en reduktion i förhållande till vad de anspelar på att återge eller beskriva. Man låter ett fragment, eller en specifik detalj representera en helhet. Det har gjorts ett urval där bara det mest väsentliga visas i bilden.

Synekdoken är en variant av metonymin, och enligt Hellspong (2011) den viktigaste. En synekdoke använder du när du låter en del stå för helheten. Metoden går ut på att upprätta ett samarbete mellan talare och lyssnare där lyssnare fyller i det utsagda. Talet blir mer slagkraftigt och argumenten blir svårare att argumentera emot när talaren inte bekräftat ordagrant de åsikter som synekdoke antyder på.

Inom bildkonsten kan en synekdoke användas genom att visa på objekt som förknippas starkt med en helhet (Bergström, 2011). En fiskmås kan räcka för att skildra närheten till havet genom att det förnimmer betraktaren en sinnebild av ett kustlandskap, vågor och horisont. Detta gör att betraktaren blir känslomässigt delaktig, men exakt vad denne förnimmer från bilden kan vi inte veta säkert. Synekdoke tillför till bilden en personifiering av den händelse som illustreras. Omvänd synekdoke fungerar genom att helheten får stå för delen. Det kan innebära att man placerar ett objekt i en miljö som får den att bli en naturlig del av den miljön. Genom att placera ett alldagligt fordon framför en lyxvilla kan man skapa associationer till att fordonet är lyxigare än det egentligen är.

BILDKOMPOSITION SOM FIGUR

De grafiska aspekterna av visuell retorik skulle i sig kunna ses som figurer, det anser i varje fall Wærn et al. (2004). Att stilen som valts i utformningen av en bild, utformning och färgval. Även val av medium och dess kvalitéer i form av linjetjocklekar, mjuka eller kantiga former. Detta beror på att vi har förutfattade föreställningar om hur något ska uttryckas visuellt. Och genom val av grafiskt uttryck menar Waern et al. då att bildskapare kan styra vilka reaktioner som denne kommer att få, undvika eller medvetet framkalla. Hon nämner Picasso som exempel och hur hans skildring av kvinnokroppen med kantiga former och defekta perspektiv tog lång tid för allmänheten att acceptera som konstform. Precis som den klassiska retoriken lägger tyngd i att pointera vikten av att få med lyssnarna måste även detta tillämpas på bilden.

”Så fort människor inte känner igen sig, vare sig det gäller innehåll eller form, finns det risk för att de inte längre ”lyssnar” (d.v.s. ser). Om bildskaparen går alltför långt från konventionen, kan en negativ reaktion komma. Det konventionella uttryckssättet ger minst motstånd hos betraktaren. Ett uttryckssätt som inte stämmer med innehållet kan dock i vissa fall ”väcka” betraktaren” (Wærn et al. (2004:71).

Bergström (2011) ser också på bildkomposition som en retorisk figur. För visuell representation kan retoriska grepp uppnås genom att det objekt som skall stå i fokus får en genomtänkt och kreativ placering i bilden. Bildens vinklar och ljussättningar påverkar även. Den presentativa figuren, vilket också innebär en genomtänkt komposition, förstärker bildens budskap.

EVIDENTIA OCH FÖREMÅLETS NÄRVARO I BILD

Evidentia är ett begrepp som förklaras ur den klassiska talkonsten. Det beskriver hur orden kan konkretisera talarens tankar genom att referera till föremål och föreställningar (Hellspång, 2011). Som en del av elocutio, utförandet av ett tal, beskrivs evidentia som följande: Åskådlighet hjälper talaren att framställa sin sak på ett sätt som är påtagligt för lyssnaren. Genom att måla upp en tydlig bild känns argumenten levande, verkliga. Lyssnaren måste ju tro på detta: "De måste ju tro sina egna ögon" (Hellspång, 2011:124). Att sträva efter åskådlighet genom utförliga narrativ eller detaljerade beskrivningar har alltid varit ett mål för den klassiska retoriken, och Nordström (1996) förklarar det på sidan 169 eftersom: "...för att åhörarna skall uppleva sig som en sorts ögonvittnen och acceptera något som en odiskutabel sanning". Innebörden för stilfiguren Evidentia är seendet som tillför lyssnaren en konstlad erfarenhet eller i varje fall insikt.

Flertalet verbala tekniker kan åskådliggöra och lyfta närvaron av ett objekt eller en idé men inget har lika stor uppfattad närvaro som det vi kan uppfatta direkt, ett objekt är som mest närvarande när vi kan se det framför oss (Hill, 2004). Det mest retoriskt slagkraftiga är förstås att ta objektet i fråga till rummet där detta presenteras men detta är sällan möjligt. Begreppet närvaro är ofrånkomligt kopplad till visuell förnimmelse. Det yttras ofta att en bild på ett svältande barn är mer övertygande än statistiken. Detta kan förklaras genom att det svältande barnet är mer närvarande för oss när det framställs i bild. Speciellt gällande fotografier eller fotorealistiska bilder går att säga att det lidande som visas på fotografiet har ett starkare *logos* än en verbal beskrivning eftersom fotografiet bevisar objektets existens. Men med dagens digitala verktyg för bildmanipulation är detta godtagande om objektets

existens på grund av dess existens i bilden föga förvissad. Men bilder framkallar känslomässiga reaktioner hos oss mer än statistik gör därav kommer det som visas i bild upplevas, rent av kännas mer verkligt för oss även om det inte nödvändigtvis är sant (Hill. 2004).

Som begreppet närvaro används i denna text hänvisar till i vilken utsträckning ett objekt eller koncept främst är i beskådarens medvetenhet (Hill. 2004). Skickliga retoriker försöker öka närvaron av det aktuella objektet som i den retoriska situationen är gynnsamma för deras påstående eftersom de vet att saker med en stark närvaro i bilden kommer att ha ett större inflytande över publikens attityder och övertygelser. Detta innebär inte att skapa en närvaro där det innan inte fanns någon utan snarare att ge objektet i situationen som är gynnsamma för retorikern i det gällande fallet så mycket närvaro som möjligt.

I själva verket är retorikerns slutliga mål när det är möjligt att göra så det relevanta objektet/ konceptet upptar publikens hela medvetenhet (Hill. 2004). Med andra ord när vissa objekt ges tillräckligt med närvaro, kan de tränga ut andra överväganden från tittarnas sinne, oavsett den logiska kraften eller relevansen av dessa andra överväganden. Retorikerns hopp är att denna process kommer att få publiken att acceptera hans eller hennes påstående baserat på en eller två kraftfulla, levande bevis, inte att sluta tänka på frågor gällande relevans eller faktiska betydelse och bevis, eller om vad andra argument och åsikter bör föras in i ekvationen och vägas innan de fattar ett beslut. Kortfattat kan fokus på en bra aspekt överskugga alla andra aspekter, utan att ta bort dem.

I studier inom psykologin har den grafiska informationen identifierats som information som är känslomässigt lätt och intressant att ta till sig (Hill. 2004). Grafisk information är konkret som ett bildspråk, berättande. Författaren vars text är skriven på engelska menar på att det grafiska

uttrycket går att dela in grader baserat på det engelska begreppet: *Vividness*: "The quality of producing very clear pictures in your mind." (Oxford, u.å.).

Då jag översätter informationen till svenska kommer jag att använda mig av begreppet; åskådlighet, som översättning för *Vividness*. Egentligen finns det inget svenskt ord med samma definition från vad jag kan hitta. Varpå det svenska språket egentligen inte kan göra ordet rättvisa. Så när åskådlighet dyker upp i följande stycken syftar jag på egenskapen att frambringa hos betraktaren, en klar mental bild.

"Vividness is almost a direct synonym for visualization, whether one is creating mental images through the use of concrete language or actually presenting a visual image to a viewer" (Hill. 2004:32).

Hill (2004) har kategoriserat grafisk information efter dess förmåga att frambringa tydliga inre bilder hos betraktaren. Där den mest åskådliga informationen är den som upplevs själv, och den minst åskådliga informationen är av det abstrakta slaget som presenteras för betraktaren genom text eller statistik.

"Most vivid information: actual experience
moving images with sound
static photograph
realistic painting
Line drawing
narrative, descriptive account
descriptive account
abstract, impersonal analysis
Least vivid information: statistics" (Hill. 2004:31).

Flera experiment har visat att grafisk information driver på mer känslomässiga reaktioner än icke-grafisk information eller abstrakt information (Hill. 2004). Sammanfattat menar författaren att om informationen har egenskap av att få oss att skapa egna sinnebilder utifrån

vad som ges, desto mer känslomässig blir vår reaktion. Det verkar även som att information med denna kvalitet är mer övertygande. Men om bilden inte är relevant till påståendet och de argumenten som förs fram, då kan bilden istället göra argumentet svårare att behandla och komma ihåg genom att bilden distraherar betraktaren från argumentet som presenteras. De argument som inte är tydliga eller inte blir ihågkomna kommer heller inte att ha någon chans att påverka mottagarens åsikter eller tilltro.

SAMMANFATTNING TEORI

Att förstå visuell retorik handlar om att förstå bilden och hur den påverkar oss som betraktare. Det är därmed gynnsamt att studera bildteori. Perceptionsteorin beskriver hur vi människor tenderar att sälla bort information som vi ser för att göra den mer greppbar. Det sker undermedvetet en selekteringsprocess i våra hjärnor när vi ställs inför visuellt material. Vi vill också läsa in helheter och göra figurer av abstrakta återgivelser.

Bildkomposition förklarar hur vi läser av bilder. I västvärlden läser vi text från vänster till höger och detta gäller även för visuellt material. Linjer och riktningar i bild styr betraktarens blick. Semiotiken bygger på att analysera hur olika tecken fungerar. Tecken i bild är vanligt förekommande och något vi omges av i vardagen. Teorin hävdar att bildens innehåll kan indelas i denotation – det bilden föreställer rent sakligt, och konnotation – dess associationer. Socio-semiotiken lyfter intresset för bildskaparens intentioner.

Begreppet visuell retorik förekommer inom litteraturen, men den praktiska betydelsen för denna varierar. Det påstås att vissa delar från den klassiska retoriken kan appliceras på bilder. Retoriska figurer har mycket gemensamt med semiotikens tecken, samt metonymin

och metaforen som härstammar från gestaltpsykologin. Dessa kan användas på visuellt material som visuell retorik. Att framföra sitt budskap på ett övertygande vis genom att spela på pathos, logos, och ethos är också möjligt för visuellt material.

Som bildskapare måste vi ha i åtanke att bilder kan tolkas på flera sätt och trots våra försök vet vi aldrig säkert vad betraktaren kommer att läsa in. Gällande att spela på känslor ska bildmaterial skapas med försiktighet där enbart en lätt positiv association ska eftersträvas. Konsekvensen i annat fall är att betraktaren känner sig manipulerad. Genom att presentera sin sak på ett sätt som närmar sig en verklig upplevelse är gynnsamt i en retorisk mening.

EMPIRI

Denna del ska delvis förklara olika tekniker att skapa visuella representationer med och användningsområden för dessa i tävlingsmanhang. Materialet är till största del framtaget genom intervju med yrkesverksamma. Tillvägagångssättet är att undersöka hur yrkesverksamma visualiserar tävlingsförslag. För att ta reda på det har jag intervjuat 5 personer från CF Møller. Henrik, Oscar, Manuel, Leo, och Mårten delar med sig av sina lärdomar. Intervjuerna utfördes över Teams en och en, efter principen kvalitativ semi-strukturell intervjumetod. Kontoret deltar ofta i tävlingar vilket innebär att det finns god erfarenhet av att ta fram visuellt material till tävlingsförslag. Intervjupersonerna har mellan ett till flera års erfarenhet av tävlingsvisualiseringar och flera av dem har erfarenhet från tidigare anställningar på andra kontor. Något som är värt att ha i beaktning är att kontor ofta utvecklat en stil som utmärker dem men som kan innebära en exkludering av vissa tekniker. För att få en opartisk överblick har fokus legat på att resonera kring samtida visualiseringar generellt. Samtliga exempelbilder är lånade från CF Møllers hemsida, med tillstånd från Stockholmskontoret.

VISUALISERINGENS ROLL I TÄVLINGSFÖRSLAGET

I den här delen undersöker jag den praktiska framställningen och därför är jag intresserad av att veta vilken roll visualiseringen har i ett tävlingsförslag. Jag inleder intervjuerna med att fråga vad intervjupersonerna anser. Oscar beskriver att visualiseringens övergripande roll är att förmedla och kommunicera tävlingsförslagets gestaltning. Leo är inne på liknande spår när han förklarar att oavsett typ av visualisering är dess roll att beskriva en idé och framföra den på bästa sätt. Manuel förklarar att visualiseringen huvudsakligen används i slutet av en arbetsprocess, för att kommunicera projektet som en helhet. Visualiseringen blir den förtrollande bilden som kopplar ihop ritningar och övrigt material. Han anser att visualiseringens roll är att förföra, förmedla och förklara. Visualiseringen ska förmedla en känsla som får betraktaren att känna att denne vill befinna sig på platsen.

Men visualiseringen ska också hjälpa till att förklara de andra komponenterna av förslaget såsom plan och sektion. För de juryrepresentanter som inte har för vana att läsa planer är visualiseringen en stor hjälp. Här lyfts en problematik då Mårten konstaterar att visualiseringens roll har blivit extremt viktig, till den gräns att det ibland kan kännas besvärligt just för att förslag väljs ut baserat på det visuella före genomförbarhet och andra värden. Inte sällan är det en rendering som i slutet står för att kommunicera helheten av ett projekt. Men även under tävlingsprocessen är det visuella ett kraftfullt verktyg för att sälja in ett förslag, menar Henrik som beskriver visualiseringens roll som ett stödjande verktyg i en beslutsprocess. Bilder kan kommunicera logiska resonemang att enas kring. När samtliga parter är övertygade blir den slutliga visualiseringen ett kvitto på att de resonemang som byggt förslaget faktiskt går att

realisera, och speglar parternas gemensamma övertygelser i detta.

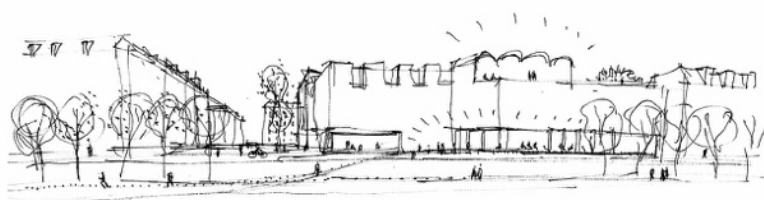
Mertens (2010) skriver att bildmaterial idag granskas för dess genomförbarhet vilket gör att visualiseringen måste visa på en funktionalitet lika mycket som hur designen kan förbättra platsen ur tekniska, ekologiska och estetiska aspekter.

TEKNIKER FÖR VISUALISERING

I skapandet av visualiseringar har vi idag många tekniker att använda. Intervjupersonerna bekantas med kategoriseringen av SYDVÄST, samt min avgränsning på tredimensionella representationer. Detta berör perspektiv som utformas genom handritade illustrationer, collage, rendering, och tredimensionell återgivning i form av fysisk modell och liverendering. Mertens (2010) skriver att varje teknik har sin egen potential respektive begränsningar när det kommer till att kommunicera en gestaltad plats. I och med att planering idag är ett komplext område i sig kan ingen av dessa tekniker ensam framföra en gestaltning.

Utifrån kategoriseringen söker jag svar på hur vardera tekniken för visualisering används i tävlingssammanhang. Intervjupersonerna får reflektera över de olika teknikernas styrkor och svagheter och vad de används till.

HANDRITADE VISUALISERINGAR



Figur 19: Ett handritat perspektiv (CF Møller)

Manuel säger att enklare handskisser används under en arbetsprocess men att andra typer av visualiseringar som renderingar bara tillverkas mot slutet. Henriks erfarenhet av handritade visualiseringar är att det sällan används som presentationsmaterial, mer än som ett komplement och då som efterkonstruktion. Handskisser kan användas för att berätta om en kreativ process som ledde till ett förslag. Jämförs en handskiss mot en rendering genom att placera en pil emellan dem så förstår man att handskissen står för den vilja och tankeprocess som låg till grund för förslaget. Mårten menar också att Handskissen förmedlar en kreativ process och att den kan förenkla ett förslag så att dess grundläggande idéer kommuniceras, den kan då finnas med i slutpresentationen men är sällan det visuella material som presenteras först.



Figur 20: Blandteknik med handritad karaktär (CF Møller)

Det som gör handritade bilder så tilltalande utöver att vara vackra, är dess förmåga att förmedla en känsla eller en stämning (M'closkey, 2012). Digitala medier bör också sträva efter dessa effekter och tyngden i visualiseringar borde främst ligga i att förmedla designens intentioner snarare än att vara realistiska.

COLLAGE

Collage är visualiseringar som skapas genom att blanda tekniker, och resultatet är ofta ett avsiktligt ihopklippt uttryck. Med enklare överlappningar i Photoshop går det relativt fort att skapa iögonfallande collage skriver (Amoroso, 2012).

“När George Braque 1912 uppfann collaget som uttrycksmedel var avsikten inte att uppnå en icke-språklig handling. Han var inte ute efter att kopiera världen utan att låna fragment från den (i form av utklippta annonser, tapeter etc.) som kunde användas som bildelement i de konstnärliga kompositionerna” (Nordström, 1996:42).

Mårten förklarar collaget som en teknik att främst användas för att beskriva en vision, och då mer ofta på stadsbyggnadsnivå, med idéer på vad ett stadsrum kan innehålla. Manuel är inne på liknande resonemang när han berättar att collaget kan användas där något mer abstrakt efterfrågas, men han menar också att det inte förekommer särskilt mycket inom just tävlingar. Collaget är ju ett resultat av blandade tekniker och Oscar nämner det tänkvärda faktum att det förekommer varianter på renderingar som har kompletterats med effekter som påminner om collage, varpå de ofta är en blandning mellan dessa kategorier och för att skilja dem åt krävs någon slags gränsdragning. Svagheten med collage är att det inte alltid ger en rättvis bild, de är för drömska och oprecisa, säger han. Styrkan med collage är att det är en teknik som generellt är mer tidseffektivt än renderingar och kostnadseffektivt förutsatt att de görs av en person med erfarenhet och som kan jobba snabbt.



Figur 21: Collage av blandteknik (CF Møller)



Figur 22: Collage av blandteknik (CF Møller)

Henrik upplever att collage syns allt mer sällan som visualisering. Eftersom det påminner om en rendering men saknar realism kan det inte visa ett förslag såsom det faktiskt kommer att bli. Men det är inte heller en arbetsskiss som bjuder in till en dialog, varpå det kan vara en förklaring till varför vi ser mindre av collage. Samt att renderingarna har blivit bättre, och tekniken mer tillgänglig.

RENDERINGAR



Figur 23: Realistisk rendering (CF Møller)

Renderingar idag har möjligheten att bli så pass verklighetstrognas att vi kan visa ett förslag som det faktiskt kommer att se ut, förklarar Mårten. Renderingen har ett djup, det går att bygga upp en mer dramatisk känsla med en rendering jämfört med andra visualiseringar. Han anser att förmågan att förmedla en stämning är renderingens främsta styrka. Något som ofta efterfrågas är att se hur projektet faktiskt kommer att se ut från ett antal vinklar. Renderingen är rent redovisande men för Mårten kan det också uttrycka ett koncept eller en vision beroende på hur mycket som abstraheras. Men ofta uttrycker renderingen realism. Om betraktaren söker genomförbarhet tycker Henrik därmed att renderingar är att föredra.

Oscar upplever att renderingar är den främst förekommande visualiseringen i tävlingssammanhang. Den kan ses som en typ av slutprodukt enligt Manuel. Men även i ett slutskede i tävlingar får man inte glömma att det är en idé och inte en färdig produkt som presenteras varpå detaljer i material ofta inte är fast bestämt, säger Leo. Oscar beskriver det som att landskapsarkitekter drabbas av en konflikt i

visualiseringen då en rendering går mot att bli mer fotorealistisk. Eftersom det innebär att ta beslut kring detaljer som inte alltid är bestämda i det skedet där tävlingen finner sig. Leo menar att renderingar av denna anledningen kan vara missvisande för juryn och att det är bra om detaljer kan abstraheras. Oscar jämför detta med collagets fördel att låta vissa saker förbli flytande. Vidare berättar han att renderingar kostar mycket. Flera tiotusentals kronor kan budgeteras för en rendering. Något som förekommer då är att man outsourcar renderingar till specialiserade renderings kontor. Henrik antyder att renderingar länge har varit ett tidskrävande arbete, och då har externa renderingskontor (inte sällan baserade utomlands) varit ett rimligt alternativ för att komma ner i kostnad.

Intervjupersonernas upplevda problematik bekräftas av Tostrup (1996) som skriver att i tävlingar jobbar arkitekten främst med att kommunicera preliminära förslag genom att visa en trovärdig prefiguration med potential för vidareutveckling. Men lekmännen i juryn tenderar istället att döma förslagen som färdiga, och granskar illustrationerna med en iver som dömer ut projektet för detaljer som i detta tidiga skede aldrig skulle fastställas. Här har juryn ett stort ansvar gentemot beställare och användarna i sitt val av vinnande förslag och att de söker efter garantier i ett projekt som kan säkra dem om att deras krav och önskemål kommer att tillfredsställas.

SAMARBETET MED UTOMSTÅENDE KONSULT

Som Henrik nämnde så är det vanligt att låta utomstående konsulter, ofta renderingsfirmor göra renderingar. Intervjupersonerna beskriver den arbetsprocess och samarbete det innebär. Kommunikationen är viktig, inleder Mårten. Ofta ger konsulten ett fast pris på en bild, och då vill de ha en 3D modell att jobba efter därefter rendering och finish i Photoshop. Processen för en utomstående att göra en

rendering brukar ta mellan 2 till 3 veckor. Ofta är dessa veckor de sista innan inlämning och då har vi inte alltid bestämt förslaget helt, så det händer ofta att vi kommer med ändringar. För att kommunicera hur förslaget ska renderas skickas en guide med 3D modellen, det kan vara referensbilder och liknande förklarar Henrik. Ibland blir renderingen som vi tänkt oss, men det är ett lotteri varpå diskussionen om att rendera själva tagits upp.

Manuel har också upplevt att renderingar från extern konsult inte alltid lever upp till förväntningarna, men generellt är den tekniska kvaliteten högre. Det är tidspressen som avgör om vi tar in en extern, till exempel om vi har mycket att göra, eller om renderingen måste vara på en hög nivå säger han. Att beställa en rendering kostar som sagt mycket, alltifrån 15000-50000kr. Renderingarna är tekniskt skickliga, det har hänt att jag har undrat om det är en rendering eller ett foto skojar Henrik. Ofta vet vi vid beställning vilka vyer vi ska ha och vilken tid på dygnet de ska visa, men den externa konsulten kan komma med förslag menar Manuel som vidare beskriver processen med att testrenderingar skickas mellan extern konsult och kontor ungefär 2 gånger innan slutlig rendering.

Det har länge varit svårt att med de digitala verktygen återskapa en realistisk representation inom landskapsarkitekturen (Rovira, 2012). Landskapsarkitektur består av en annan sorts komplexitet, där mer organiska återgivningar representeras, som ett resultat av ekologins dynamiska processer. Och där relationen mellan organism och miljö är viktigare att förklara snarare än enskilda element. För att uttrycka landskap i realistiska renderingar är en mindre exakt och mer abstrakt metod att rekommendera. Torbjörn Andersson skriver för *Representing landscape architecture* av Treib (2008) att visualiseringar som skapas med digitala verktyg må återge en logisk perfektion men tenderar också att upplevas som stela och känslolösa. Handritade

representationer lämnar mer utrymme för fantasi och känsla av närvaro.

FYSISK MODELL

Under det senaste århundradet har planer varit den främsta representationsmetoden och den horisontella dimensionen av ett landskap har legat i fokus (Walker, 2008). Trots detta har användningen av modeller ändå förekommit parallellt med dessa. Därför att den fysiska modellen är just ett effektivt verktyg att undersöka den tredimensionella komplexiteten av projekt. Modeller är mer direkta i sin funktion att undersöka rumsligheter än bilder (Mertens, 2010). Även ljusförhållanden är enklare att utforska genom en modell. Undersökningar genom modell kan resultera i att ändringar och förbättringar av en plats kan göras.

Ur en retorisk synvinkel blir realiserbarheten av ett förslag mer övertygande om en mindre skala av platsen redan har skapats (Mertens, 2010). Modeller låter åskådaren se på en design från flera vinklar, olika höjder, på håll eller nära. Den mindre skalan möjliggör för åskådaren att få en uppfattning, och uttala sig kring hela projektet men också för detaljer beroende på vilken skala man gör modellen i, eftersom skalan begränsar detaljnivån. Modeller kan användas under designprocessen, då som enklare utformningar, eller utförda av specialister för hand eller med digitala medel. Materialval på en fysisk modell kan avgöra om den ska representera något specifikt eller vara abstrakt. Nackdelen med modeller är att de kan vara svåra att transportera och att de är kostsamma både i tid och ekonomiska medel.

Fysiska modeller kan ibland ha en avgörande roll i ett tävlingsssammanhang anser Mårten, men tillägger att det beror på hur projektet ska presenteras. När det inte är ett inlämningskrav eller om förslaget ska lämnas in digitalt spelar det mindre roll. Men om ett förslag ska

presenteras i ett sammanhang liknande en workshop då kan modellen vara helt avgörande. Den tillför en delaktighet och förståelse för förslaget då samtliga deltagare kan diskutera kring en fysisk modell jämfört med en rendering. Manuel beskriver att modellen också kan användas som ett redskap tidigt i processen. Han berättar att de brukar göra en så kallad skissmodell som kan visas för kund genom foton. Fysisk modell kan också framställas som en slutprodukt. Sådana typer av modeller byggs ofta i efterhand till utställningar. Manuel nämner att det är något som förekommer främst vid större tävlingar, de är kostsamma, otympliga och kräver en fysisk närvaro. Fysisk modell kan också ses för att vara ett konstverk i sig, säger han. Det är något som gärna visas upp, det har en attraktionsförmåga. Ny teknik som möjligheten att 3D printa gör också att det blir lättare att göra fysiska modeller, medförande möjligheter att göra väldigt detaljerade sådana.



Figur 24: Fysisk modell (CF Møller)



Figur 25: Fysisk modell (CF Møller)

Peter Walker uttalar sig om återkommande tillfällen där klienterna haft svårt att läsa planer och andra likvärdigt abstrakta representationer, och där modellen blev den representationsteknik som föredrogs av klienterna. Den lyckas visa den tredimensionella aspekten av en gestaltning, med skala, materialval, karaktärsdrag, detaljer och funktioner (Walker, 2008). Peter Walker kunde plötsligt få acceptans för allt mer raffinerade idéer och koncept som annars varit svåra att visa i enbart planer och sektioner såväl som verbalt och i skrift. Han skriver att han började att fotografera scener från modeller och kombinera fotografi med modell som verktyg att förstå hur en gestaltning kan komma uppfattas i verklighet. De skapade modeller som matchade med det övriga representationsmaterialet för presentationer och publikationer.

LIVERENDERING

Vi lever i en tid då den digitala bilden genomgår en konstant transformation tack vare ny teknik. Detta påverkar givetvis hur vi visualiserar. De program som används till renderingar har blivit och fortsätter att bli enklare att använda, vilket innebär att renderingar kan utföras av kontoren själva och samtidigt ge ett bra

resultat. Detta framförs av Manuel då jag frågar intervjupersonerna hur de upplever att visualiseringen utvecklats i takt med tekniken.

Eftersom vi under en längre tid har projekterat i 3D modeller har vi redan ett väldigt bra underlag för renderingar fortsätter Oscar. Det är inte längre ett stort steg att producera digitala visualiseringar.

Mjukvaruprogram idag som Enscape är programmerade mer likt datorspel, som är användarvänliga vilket innebär att det nu går snabbare att ta fram olika renderingar, och främst liverenderingar i detta fall. Detta innebär dock att vi är mer omgivna av renderingar idag och att folk generellt har blivit bättre på att se igenom dem.

3D modeller används ofta i tävlingar, men då som underlag till en rendering berättar Oscar. Det är ännu inte vanligt att presentera sitt förslag genom en liverendering, även om tekniken finns. I Enscape kan 3D modellen utforskas i ett stand-alone-program som vem som helst kan öppna utan tillgång till originalfil eller programvaran, berättar han. Men ofta gestaltas 3D modellen utifrån en eller några få bestämda vyer, detta för att spara tid och pengar.

Precis som de miljöer vi gestaltar måste vara enligt rådande, moderna riktlinjer inom samhällsplanering, så kan det även argumenteras för att visualiseringen ska vara skapad med de senaste tekniska hjälpmedlen (Mertens, 2010). Visualiseringarna kan till och med få ge sken av att vara före sin tid, och skapas då med de allra senaste tekniska hjälpmedlen som kanske bara är tillgängliga för några få med resurser och kunskap. Idag är möjligheterna större än någonsin tidigare inom fältet för visualisering. Två och tredimensionella representationer används fortfarande men tack vare datorernas utveckling har det blivit lättare att förmedla tidsaspekten som är den fjärde dimensionen, rent visuellt. Med den fjärde dimensionen menas fluktuationer som sker i naturen under säsongen eller hur vegetationen utvecklas över tid. Rörlig bild är en

effektiv faktor när det kommer till att fånga vår uppmärksamhet (Wærn et al. 2004). Detta är för att vår blick dras till det som rör sig. Det är först efter någon sekund vi blir medvetna om hur vi förhåller oss till det vi ser, och hur vi bemöter det vi ser.

Med ny teknik tror Henrik att renderingen kommer att försvinna i större utsträckning. Liverenderingen kommer att ta över renderingens funktion genom att vyer tas ut direkt ur modellen, samt att hela sekvenser av modellen kan uppvisas. Mårten hoppas på att se mer av liverrenderingar som en del av presentationsmaterialet. När den möjligheten finns i större utsträckning spår han att liverrenderingen till en början kommer bestå som rent redovisande i sin karaktär, men sedan kan attribut som fallande regn, höstlöv och liknande komma att upplevas samtidigt som betraktaren rör sig i 3D modellen. Kanske blir det i form utav ett hologram som betraktaren kan zooma och vrida på. Manuel tror också att liverrenderingar kommer att bli vanligare framöver, genom VR. Men det kommer inte ersätta den fysiska modellen säger han.

Mertens (2010) bekräftar Intervjupersonernas observationer kring att virtuella modeller går att undersöka från olika vyer precis som en fysisk modell, men betonar också att en liverrendering ofta är bunden till att observeras från en skärm, till skillnad från den fysiska modellen som är fysiskt närvarande.

VISUALISERINGEN I SLUTPRESENTATION

Vi återgår till visualiseringen som ett helhetsgrepp och jag frågar Intervjupersonerna vilken betydelse den har i slutpresentationen, i förhållande till andra komponenter i sammanhanget som text och tal. Mårten som har längst erfarenhet i yrket utav intervjupersonerna har lagt märke till att texten har blivit mindre betydelsefull. Idag är

texten ofta enbart redovisande och istället låter vi bilderna stå för att förmedla känslan i förslaget, säger han. Mårten tror liksom Leo och Manuel att förslagen idag tenderar att dömas mer utifrån visualiseringen än de andra visuella inslaget som ritningsmaterial, samtidigt som det finns en vetskap kring att mycket i förslaget och det som syns i visualiseringen faktiskt ändras efter tävlingskedet.

Om ett visuellt material lyckas kommunicera en idé så att den kan bli förstådd är dessa överordnade text, inte bara för att de är lätta att begripa/informationen är lätt att ta till, utan för dess förmåga att göra sig förstådda över hela världen oavsett språk (Mertens, 2010).

Oscar anser att visualiseringens betydelse i slutpresentationen står i relation till beställaren. Han tycker sig uppleva att kommunala beställare lägger mer vikt vid text, diagram och övrigt presentationsmaterial. Samtidigt lyckas visualiseringen kommunicera många delar av projektet simulat varpå han konstaterar att det kan vara genom visualiseringen förslaget förstås bäst. Leo kontrar med att en bild säger mer än 1000 ord och kanske lyckas betraktaren förstå projektet bättre med visualiseringar. Han menar att planritningar kan uppfattas abstrakta och svåra att avläsa för ett otränat öga, till skillnad från en visualisering.

Henrik belyser strukturens betydelse. Visualiseringen kan vara den inledande bilden, eller visas upp som det slutliga resultatet av de resonemang som lett fram till förslaget. I vissa tävlingar måste man ha med förbestämda material så det är sällan man kan vara utan en visualisering och presentationen som narrativ blir relativt tandlös om man inte har det, säger han.

I öppna tävlingar tror Manuel att visualiseringen har en nästintill avgörande betydelse. Då det kommer in väldigt många tävlingsförslag är det viktigt att ha en presentation som fångar juryns uppmärksamhet. Men i inbjudna

tävlingar gäller det främst att förstå beställaren som vill ha något både fint och ekonomiskt genomförbart. Visualiseringen är också en bild som kommer att visas för allmänheten.

Oscar säger liksom Manuel att det är vanligt att låta en spännande visualisering kompensera för ett mindre spännande förslag och tror att det går att komma långt på det. Men samtidigt tillägger Oscar även att juryn och folk allmänt blivit bättre på att se igenom det. Det finns en rådande skepticism mot renderingar där man också kan se trender som kommit och gått och idag har vi rört oss från den perfekta sommardagen där allt är jättefint till att experimentera med att visa en regnig novemberdag och det är kanske ett sätt att få sitt förslag att upplevas mer trovärdigt.

VÄSENTLIGHETER I FRAMSTÄLLNING

Eftersom fokus i denna intervju ligger på att undersöka hur yrkesverksamma visualiserar tävlingsförslag är det relevant att fråga intervjupersonerna vad de anser mest väsentligt i framställningen av visualiseringar. Det viktigaste, förklarar Oscar är mottagaren. Att redan i tidigt skede beakta vem som kommer att bedöma förslaget och utifrån det bestämma hur det ska visualiseras. Det näst viktigaste är att fundera på vad som ska förmedlas och detta avgör också vilken teknik visualiseringen skapas med. Vidare antyder Manuel att visualiseringen måste spegla att tävlingsdeltagaren gjort sig införstådd med kriterierna för tävlingsprogrammet, för det kommer att ifrågasättas annars. I tävlingsprogrammen förklarar han att det brukar framgå hur många visualiseringar, samt från vilka vyer mottagaren önskar se. När fysisk modell är med i dessa kriterier framgår även skalan.

Förhållandet mellan landskapsarkitekt och beställare påverkar starkt hur den visuella representationen framställs (Andersson, 2008). Visuellt material behövs sinsemellan för att försäkra att den egna iden blir korrekt förstådd eller för att visa på hur en ide kan förverkligas till en byggd miljö. För att förstå en ide krävs en tydlig kommunikation mellan samtliga involverade parter, och således behovet av effektiva representationsmetoder

Eftersom det idag finns kontor som specialiserar sig enbart på att göra tekniskt skickliga visualiseringar kan det motivera för vår yrkesgrupp att istället fokusera på innehållet i en visualisering, samt att vi främst funderar på hur förslaget kan bli så bra som möjligt menar Leo. Det mest väsentliga enligt Mårten är att fånga förslagets grundläggande tanke och vision, och detta i visualiseringens tonalitet.



Figur 26: Visualisering för en idéävling, förslagets vision är mycket tydlig (CF Møller)

Det är viktigt att välja en fördelaktig vinkel som bäst säljer in förslaget, anser Oscar. För att lära sig mer om vad som är en fördelaktig vinkel, kan arkitekturfotografi studeras, menar Leo. Fotografer jobbar enbart med att skapa bilder men en arkitekt försöker ju främst skapa ett gestaltningsförslag och i andra hand bilder. Det finns kunskap att hämta från arkitekturfotografer som i sin tur studerat hur konstnärer som ritade arkitektur för hand,

gjorde för att få fram de bästa vyerna. Henrik anser också att visualiserarens arbete går att likna vid arbetet av en fotograf, båda discipliner är partiska i hur de väljer att skildra en plats genom val av utsnitt. Liksom en plats kan bli sedd från olika vinklar kan även perspektiv ritas från olika vinklar till platsens fördel eller nackdel (Andersson, 2008). Därav kan själva valet av vinkel vara värt att argumenteras. Det kan i och med det också diskuteras huruvida perspektiv har använts likt propaganda för att för att övertyga beställaren.

Visualiseringens övertygande förmågor relaterar till Intervjupersonernas erfarenheter och de är överens om att visualiseringar skapas för att övertyga i ett sammanhang med säljande syfte. I tävlingar säljer vi in en idé, vi säljer inte in en färdig produkt, anser Leo. Då är det självklart att förslaget visas från sin bästa sida, menar Henrik och han liknar det vid reklam som också ställer föremål i sitt bästa ljus. Kexchoklad kanske menar att det är det perfekta mellanmålet, och det får dem tycka även om vi vet att det kanske inte är så, men det är också vad som förväntas eftersom deras avsikt är att sälja en produkt och likaså gör vi inom arkitekturket.

UTSMYCKNING OCH BEFOLKNING AV VISUALISERINGAR

Semiotikens tecken tillför till visuellt material, retoriska figurer. Dessa figurer är en stor del av visualiseringar även om de mer bekant går under begreppen att befolka eller utsmycka. Om detta används medvetet för att stärka visualiseringen vill jag veta. Så jag frågar intervjupersonerna om utsmyckningens betydelse i bild och hur dem arbetar med det. Med utsmyckning menas befolkning i form av skalgubbar, men även objekt kopplade till kulturella eller säsongsbetonade företeelser.



Figur 27: Ett tillförlitligt väder i kustlandskap (CF Møller)

Mårten berättar att den största förändringen han sett under sina yrkesverksamma år är hur utemiljön skildras. Senaste åren har det i stor utsträckning berört hur olika klimat och vädertillstånd skildrats. De små detaljerna som höstlöv i en visualisering kan vara väldigt förföriska, när man lägger till löv och solstrålar i en vy. Det har en betydelse för hur vi uppfattar förslaget tror Mårten. Dels är det ett verktyg för skaparen att förmedla den känsla som ska kopplas till förslaget, men det kan också vara förföriskt farligt då betraktaren kanske grundar sitt beslut på känslor före den faktiska arkitekturen.



Figur 28: Förförisk stämning (CF Møller)

En visualisering blir inte enbart realistisk genom att framställas med verklighetstrogen teknik. För att en bild ska framstå som realistisk menar Rekittke & Paar (2010) att den också ska spegla det som sker i verkligheten. Idag är vi många som besitter förmågan och tekniken att skapa realistiska tredimensionella representationer av vår arkitektur och utemiljö, men om vi glömmar att inkludera verkliga utspel kommer dessa representationer att förbli mer som en verklighetsflykt. Representationen av människor, djur, natur och den nedsmutsning som sker naturligt i vår yttre miljö måste således inkluderas i visualiseringar. Om bilden som återges av ett projekt inte förefaller realistisk, kommer förslaget som en direkt konsekvens av dess visualisering uppfattas ha en lika orealistisk förhållning till verkliga problem och detta kan givetvis ses som en brist ifall förslaget skulle realiseras. För de visualiseringar som inte inkluderar människor anser Rekittke och Paar att yrkesverksamma måste komma över sin dubbla personlighet. Vi antyder att vi skapar miljöer för människor men vill samtidigt få insupa skönheten av våra projekt i frånvaron av mänsklig störning. Men visualiseringar skapas inte för att visa på vackra bilder, det är ett verktyg för att förbereda människor för en kommande verklighet och genom verklighetstroga scener kan vi undvika besvikelse i verklighet.



Figur 29: Fåglar och fallna löv på regnig asfalt (CF Møller).

En grundläggande anledning till att befolka en visualisering kan vara för att ge betraktaren en förståelse för skalan, menar Manuel. Därför kan man ibland se skalgubbar illustreras som silhuetter. Oscar tycker att det lekfulla användandet av skalgubbar och symboler eskalerade för en tid sedan. Jag vet ett kontor i Göteborg som visualiserade med enbart Håkan Hellström som skalgubbar, säger han. Idag använder vi generellt färre skalgubbar och fokus ligger på att framhäva det arkitektoniska verket. Leo nämner en arkitekturfotograf vid namn Helene Binett som fick frågan varför hon aldrig låter människor vara en del av hennes fotografier? Hon ansåg att de distraherade betraktaren från att se arkitekturen eftersom när en person finns med i ett fotografi kommer det att rikta vår uppmärksamhet. Men att befolka en visualisering menar Leo kan därmed hjälpa oss att få betraktarens blick att dras åt en önskad riktning.

Manuel upplever att det är viktigt att tänka på hur en visualisering befolkas, människor som utför olika aktiviteter som sker samtidigt, visar samband som inte kan uppfattas i plan. Det gäller att befolka i kontext med den situation som visualiseras. Han menar att människor sällan är spridda jämt över en yta utan det uppstår ofta klungor av folk. Man kan fundera ut en historia kring varje gubbe, i vilken händelse personen befinner sig. Men det tar lång tid, säger Manuel och berättar vidare att han kan sitta i dagar och lägga in folk i perspektiv och att det kan det bli värt det i slutändan. Skapar man ett narrativ genom att befolka visualiseringen som inte känns verklig, ja då upplevs förslaget inte trovärdigt och där kan man förlora beställaren tror han.

En vanlig åsikt kring visualiseringar är att representationen är för homogen, berättar Henrik. Det kan bli problematiskt men det handlar i grunden om att man har en målgrupp som skaparen vill ska identifiera sig med bilden men samtidigt bekräftar det en social fördelning i samhället. Människor med olika kulturella ursprung används symboliskt i bilder nuförtiden. Henrik

tror att aktiviteter också används symboliskt, i syfte att agera säljande. Ibland kan beställare ge feedback att de vill se någon som går med barnvagn representeras i visualiseringen när det rör sig om ett radhusområde för att de ser barnfamiljer som potentiella köpare. Kanske kommer vi att få se mer extrema varianter av det i framtiden där visualiseringar på hemsidor visar olika sociala kontexter beroende på vem som besöker hemsidan skojar han.



Figur 30: De äldre gubbarna i förgrunden står för att representera äldreboendet intill (CF Møller)

Mårten nämner att befolkning av visualiseringar kan och används i politiska syften. Han menar att om ett kontor vill fokusera på social hållbarhet kan detta göras tydligt i en visualisering genom att implementera en nästintill överdrivet mångkulturell representation i dessa. Men som Oscar nämner är det kanske mer vanligt att vi ser samma vanliga uppsättning skalgubbar användas uppreparande i visualiseringar oavsett kontor, och kanske ligger det en problematik i det som antyder på att vi inom yrket överlag inte tar symbolismen på särskilt stort allvar. Han tror att visualiseringen blir mer övertygande med en genomtänkt befolkning av skalgubbar.

VISUALISERINGENS KRITIK

Arkitekturupproret är en ideell folkrörelse som revolterar mot vad dem anser vara dålig arkitektur och stadsplanering. 2018 kritiserades även visualiseringen under öknamnet fake view, i en artikel på deras hemsida (Olsson, 2018). Artikeln ställer visualiseringar i relation till de byggda förslagen och med stöd från andra artiklar beskrivs dagens renderingar som ett rent övertalningsgrepp som bedrar och missvisar. Viljan att sälja in ett förslag påstås gå före viljan att visa dess genomförbarhet. Vidare beskrivs renderingar som ett sätt för arkitekten att inte bara bedra betraktaren men även sig själv, då tekniken möjliggör att visualisera förslaget utan hänsyn till verkliga förhållanden. Vi dras till den förskönade atmosfär som många renderingar har men det är sällan de lever upp i verkligheten. 2020 utsedde Arkitekturupproret en ny omröstning för årets fake view (Olsson, 2020).

I en artikel för Places Journal skriver Belmont Freeman (2013) följande: "The idealized representation of un-built buildings is stock trade in the architectural profession, and architects and their hired hands are expected to produce seductive images of their projects to sell the designs to clients or to persuade the public. Such renderings — whether hand drawings, watercolor washes or digital images — are accepted as necessary intermediary steps in the real work of the architect, which is to get the project built." Vidare i artikeln argumenteras för att visualiseringen inte är till skada då den kan ses som ett fristående konstverk, men så är inte fallet. Spridningen av överdrivet positiva eller verklighetsfrånvända visualiseringar skapar förväntningar från klienter och allmänheten som är lika orealistiska som visualiseringen själv.

Intervjupersonerna bekräftar den allmänna misstron som råder gentemot visualiseringar och arkitekturupprorets

kritik kommer på tal även där. Med anledning av detta anser jag det relevant att fråga intervjupersonerna hur dem ser på det moraliska ansvaret i skapandet av visualiseringar. Det konstateras att förslag visas upp från sin bästa sida i säljande syfte likt reklam. Henrik spånar vidare på detta och menar att ett moraliskt dilemma förvisso uppstår när projekt visas utifrån sina bästa sidor och lämnar de mindre fördelaktiga vyerna utanför, speciellt om dessa är bostadsprojekt och privatpersoner går in med dyra lån. Samtidigt menar han att det speglar de kapitalistiska strukturerna som finns i samhället där det är allmänt känt att avsändaren förskönar den visuella framställningen i säljande syfte. Mer problematiskt blir det kanske då projekten är en offentlig investering och finansieras av folket. Då kan man förvänta sig mer transparens. Fokus ligger inte alltid på de säljande och ekonomiska förtjänsterna. Visualiseringen kan i enstaka fall användas för att i motsats till vinstsyfte, lyfta en problematik.

Inlämningskraven i tävlingar är enligt Oscar ofta hårt styrda för att bedömningen ska kunna bli rättvis. Det är ofta specificerat vilka vyer som skall visualiseras varpå det sällan finns utrymme att få in annat material. Manuel tycker att ansvaret ligger i att det ska finnas kunskap hos dem som bedömer tävlingsförslag, de ska kunna bedöma vad som utgör ett bra förslag oavsett vad visualiseringen visar. Mårten anser att bildens kommunikativa kraft måste diskuteras aktivt inom juryn, även om majoriteten av jurymedlemmarna idag besitter den kunskapen.

Leo anser likt Manuel och Mårten att det är mottagarens det vill säga juryn och beställarens ansvar att sätta upp ett regelverk som gör bedömningen mer rättvis. Han nämner idrotten som liknelse: "Jag tävlar i styrkelyft och då tävlar jag i ett förbund där det är inte tillåtet att ta olagliga preparat, och gör jag det så får jag böter och får aldrig mer tävla för förbundet. Vilket innebär att jag har satta regler av den som anordnar tävlingen. Men sen finns det andra förbund där det är tillåtet att ta olagliga preparat

och då blir de tävlande starkare och bättre. Ställer vi det i relation till arkitekttävling, om det är helt fritt att ta vad man vill är det då rätt att de som inte tar några preparat ska tävla mot det som tar preparat?”

Val av teknik kan leda till feltolkningar av visualiseringen. Ju mer abstrakt en visualisering är desto mer individuella tolkningar skapar den och med en realistisk visualisering blir förslaget uppfattat ungefär likadant oavsett betraktaren, varpå färre missuppfattningar borde ske, menar Leo. Men realistiska bilder kan istället tolkas för att återge verkligheten, och idag råder som vi vet en allmän skepticism där man anser att renderingar inte lever upp till det verkliga resultatet, förklarar Manuel. Han berättar att på Irland bestämdes det som en motreaktion på renderingar som inte levde upp till verkligheten, att samtliga förslag skulle visualiseras med samma vinkel och väderförhållande. På det sättet menar Manuel att bedömningen blir mer rättvis.

Det verkar som att fler länder är inne på liknande strategier för att motarbeta folkets besvikelse. I Danmark har riktlinjer föreslagits som krav för visualiseringar (Irminger Sonne, 2020).

För oss som arbetar inom arkitektyrket ligger ansvaret istället i att rita bra förslag menar Manuel. När en visualisering går mot en mer verklighetstrogen skildring utmanas vi inom arkitektyrket att verkligen skapa bra arkitektur. Och en mer verklighetstrogen visualisering är något som han tycker att vi borde jobba mer med, framförallt med en ljussättning som är mer realistisk. Vill man gå ifrån en verklighetstrogen visualisering finns det istället tekniker som är mer förlåtande där man förstår att den valda färgsättningen och ljusförhållanden inte kommer att se likadana ut i verkligheten och det skildras genom att rendera med överkliga materialval som går mer åt en stil som liknar collage säger han. Då har skaparen tagit ett steg från det realistiska och

renderingen förmedlar bara det mest väsentliga som fasta värden.

Vanessa Quirk (2012) skriver i en artikel för ArchDaily att en mindre realistisk stil på rendering tillåter att ett förslag presenteras som en del av en designprocess och är mer förlåtande mot det faktum att detaljer inte är fastställda. Fördelen med att arbeta med visualisering tidigt i processen är att den hjälper oss att utveckla vår egen idé när brister exponeras visuellt och nya idéer på förbättring växer fram.

Återgående till Intervjun diskuteras ljussättningens styrande egenskaper och Oscar menar att manipulera med ljussättningen kan få konsekvenser. Men Leo har ett förslag på hur ljussättningen kan bli mer sann mot ett verkligt resultat. Genom att ställa en fysisk modell i dagsljus kommer den att bli mer ärlig mot en verklig ljussättning än en rendering. En lösning skulle kunna vara att utgå från fysisk modell för att visa perspektiven ifrån i verkligt dagsljus. Då får man ju en miniatyr av ett verkligt förslag om speciellt om modellen tillverkas med verkliga materialval. Ljussättningen i nyckeln till manipulation säger han.

När en realistisk bild når publikation i olika medier förstärks dess övertygande förmåga om den innehar samma realism som ett fotografi (Tostrup, 1996). Trots att vi idag är medvetna om hur enkelt det är att manipulera bilder idag, tenderar vi att fortsätta tro på det vi ser (Treib, 2008).

Oscar tycker att det är försvarbart att vara selektiv med vad som visas, att till exempel låta bakgrunden förbli vit istället för att visa vad som faktiskt finns där. Men han tycker inte det är ok att förvränga verkligheten, som att göra om en gata i visualiseringens förgrund som inte kommer att göras om. Där går väl gränsen även om den inte är tydlig menar han. Henrik tycker att det är acceptabelt att ta bort exempelvis ett träd om det

skymmer sikten för den valda vyn, eftersom det förtydligar förslaget. Manuel anser att det är okej att fuska med visualiseringar som att ta med en byggnad som finns i närheten fast egentligen inte syns i den valda vyn. Han resonerar att står du på platsen på riktigt har du möjlighet att vrida på huvudet och se dessa detaljer som inte inryms i ett bildformat. Så där blir det viktigt att berätta hela historien eftersom visualiseringen ofta har för syfte att binda ihop och förmedla hela förslaget med kringliggande område, stämning, material, skala, aktiviteter och så vidare. Just för att en bild är ett statistiskt medium där betraktaren inte kan kolla upp eller ner, och ändå är dess uppgift att förmedla ett helt förslag i en komposition. På så vis måste den kunna få frångå en realistisk vy för att presentera projektet sammantaget.



Figur 31: Bakgrunden har tonats ner för att framhäva byggnadsförslaget (CF Møller)

Både Henrik, Mårten och Manuel anser däremot att det är fel att i en visualisering frångå fasta värden som skalor, höjder, och andra dimensioner i en gestaltning. Mårten anser att det är moraliskt fel när en visualisering är direkt missvisande i skala, eftersom många förväntar sig att visualiseringen visar ett förslag som det kommer att se ut på riktigt. Däremot menar han att utöver fasta värden kan övrigt innehåll ses som ett gestaltande verktyg och användas mer fritt.

SAMMANFATTNING EMPIRI

Visualiseringen ska förmedla känsla och stämning, förklara gestaltningen och är ett komplement till det övriga materialet. Den ska också förföra och används av intervjupersonerna i säljande syften. De olika teknikerna kommer med sina styrkor och svagheter. Medans den handritade visualiseringen och fysiska modellen ses som ett konsthantverk, är renderingen ett kvitto på genomförbarhet tack vare sin realism. Något som skapar debatt i offentligheten då dessa ofta tas för att lova en framtida verklighet. Men visualiseringen visar bara på en idé i tävlingssammanhang och kryddas ofta för att övertyga betraktaren om en vinst.

Andra tekniker som collage hotas av digitala innovationer och även om liverenderingen inte förekommer så ofta idag tror intervjupersonerna att detta kommer att förändras så fort tekniken är mer tillgänglig. Ett snart förlegat problem för visualiseringar som skapas med digitala verktyg är att illustrera tidsaspekten på ett tilltalande och naturligt sätt. Växtlighet och fluktuationer har länge varit svårt att få till men är en stor del av landskapsarkitekturen. Så fort liverenderingen lyckas med detta tror intervjupersonerna att det kommer att ta över renderingen i viss utsträckning. Sammanfattningsvis är visualiseringen det viktigaste verktyget att kommunicera tävlingsförslag. En detalj som tycks falla mellan stolarna är hur yrkesverksamma arbetar med utsmyckning. Här kan yrkesverksamma gynnas av att arbeta medvetet med befolkning och utsmyckning och intervjupersonerna bekräftar vikten av detta.

TILLÄMPNING

Den här delen av arbetet syftar till att tillämpa kunskapen om visuell retorik på tävlingsvisualiseringar. Inledningsvis utgår vi från betraktarens perspektiv och närmar oss den visuella retoriken genom bildanalys. Min förhoppning är att analysen kan hjälpa till att se på bilder utifrån dess övertygande förmågor, och tänker att detta kan vara en hjälp till alla som finner intresse i att avkoda den visuella retoriken. Slutligen sammanfattas arbetet genom ett försök i praktisk tillämpning utifrån ett skaparperspektiv. Detta är slutprodukten av mitt experiment, och ska ses som ett ramverk att förhålla sig fritt till och inspirera till fortsatta studier.

BILDANALYS

Ett närmande av visuell retorik på olika sätt hjälper oss att förstå hur retoriska element fungerar utan att behöva vara uppenbart och uttryckligen övertygande (Hill, 2004). Det sker ju naturligt att vi skapar betydelser av det vi betraktar (Nordström, 1996). Ibland kan en bild ha flera möjliga tolkningar men att vi tolkar och reagerar på bilder är något som sker på automatik. Det är när vi börjar reflektera över vad vi ser som vi värderar bilden. Bildanalys är en kreativ process att konfronteras med bilden på ett känslomässigt plan och ifrågasätta varför bildelementen exponeras för oss som dem gör.

Inom semiotiken analyseras bilder för att klargöra sändarens avsikter, detta kallas intentionsanalys (Nordström, 1996). Detta kräver av analytikern att sätta sig in bildskaparens kontext. Receptionsanalys har det motsatta syftet, att analysera hur bilden tas emot av betraktaren. Här studeras mottagaren med hänsyn till dennes kontext, eftersom kultur och miljö präglar hur vi tolkar bilder. I en näranalys av bilder hamnar bildens yttre och inre kontext i fokus, med det menas att analysera bildens meddelande. Analysen baseras på analytikerns egen kontext och erfarenheter så näranalysen speglar egentligen analytikerns tolkning av bilden. Analytikern blir här som en förlängning av den kommunikativa processen, som adderar betydelser till bilden. De här sätten att analysera bilder på kan givetvis kombineras. Det viktiga är att analytikern inte tappar huvudsyftet med sin analys.

“När jag skrivit konstkritik har jag ofta valt att kombinera en blandning av när- och intentionsanalys. Jag känner ett behov av att samtala med konstnären för att få ett bättre grepp om intentionen i bilderna men det är närkontakten, relationen jag-konstverk, som varit avgörande för tolkningen” (Nordström, 1996:233).

I boken *rum, relation, retorik* skriven av Gert Z Nordström, 1996 har jag på sidan 338-341 funnit ett exempel på en bildanalys som lämpar sig till detta arbete. Bildanalysen har jag valt att se som en övning i närmandet av visuell retorik, med förhoppningen att en analytisk ingång till att betrakta tävlingsvisualiseringar kan bidra med förståelse kring hur visuell retorik kan ta uttryck.

Bildanalysen är en av flera analyser som gjordes i ett undersökande syfte. Jag valde just denna analys eftersom den har en koppling till de bildteorier som behandlats under arbetet men framförallt för att den fokuserade mest på bildretorik. I undersökningen förekom även bildanalyser som inriktar sig mot enbart semiotiken eller latent innehållstolkning.

Bildanalysen jag använder skapades alltså i en undersökning där ett antal personer blivit ombedda att rita teckningar efter temat; deras skola (Nordström, 1996). De personer som medverkade i undersökningen var i åldrarna 7-19, individer som ser och använder bilder i sin vardag. De är medvetna om att de med sina teckningar kommunicerar med betraktarna som består av vuxna. I undersökningen blev de inte ombedda att propagera för sin sak utan de har fått välja själva hur och vad de vill säga om det aktuella temat genom teckning. Undersökningen resulterade i några hundratal teckningar och från dessa kunde analytikerna se att koder och tecken var något som försökspersonerna använde frekvent. Om man utgår från att bilderna vill kommunicera till betraktaren och är en form av ett språk då funkar retoriken som ett verktyg för analys. Undersökningen är en näranalys, som inte djupdyker i den klassiska retoriken utan snarare utforskar om retoriska figurer går att återfinna i bildmaterial.

Jag kommer i mitt försök att genomföra en bildanalys förhålla mig till strukturen på den bildanalysen jag valde ut från boken, men jag analyserar en annan bild. Jag har valt denna visualisering från CF. Møller:



Figur 32: Projekt Hälsövägen

MANIFEST NIVÅ/ DENOTATIONER:

Bildens uttryck ska beskrivas objektivt, vilket innebär att beskriva linjer, färger, kontraster, avvikelser men utan att egentligen avslöja vad bilden föreställer.

Bildens innehåll ska beskrivas rent objektivt, vad föreställer bilden. Manifest berättelse innebär att återge bildens narrativa struktur; är bilden abstrakt eller föreställande, lämnar den något åt fantasin? Om det från bilden går att utläsa att endast en del av ett objekt finns med inom bildens format kan betraktaren föreställa sig att objektet fortsätter utanför formatet.

Min tolkning är att bilden uttrycker svaga kontraster av ljus och skugga. Dominerande färgval är grönt i naturnära nyanser, grått och ljusbrunt. Linjer i bild sträcker sig från vänster svagt nedåt mot höger sida om bilden.

Jag tolkar bildens innehåll som ett gångstråk omgivet av grönska. Två personer befinner sig på gångstråket och det ser ut att vara i ett bostadsområde med hus av trä och betong. Det är träd placerade i olika nivåer, där träd ser ut att växa på marken och på taken. I bilden syns en trappa, fasader och en pergola mellan husen.

BILDENS KÄNDA KONTEXT – UPPHOVSKVINNANS/MANNENS OCH BESTÄLLARENS INTENTIONER

Denna del av analysen eftersträvar att klargöra vad vi vet om skaparen, i vilken kontext denne återfinns sig ålder, kön, yrke etc. Vad vet skaparen om beställaren, vad har de kommit överens om? Hur har skaparen förhållit sig till beställares intentioner och önskemål. Kommunicerar skaparen med en tänkt mottagare? Här undviks egna spekulationer, endast fakta återges här.

Jag bad Andrea på CF Møller som gjort visualiseringen att berätta lite om arbetet bakom och fick då veta att visualiseringen skapades för en markanvisningstävling i Flemingsberg. Förslaget som ska bli bostäder befinner sig i på en terräng mellan skog och väg. Visualiseringen skapades i slutet av projektet som del av inlämningskraven. Syftet med visualiseringen var att visa hur förslaget kopplar an till sin omgivning. Andrea fokuserade på att visa projektets bärande idé som går ut på att bevara växtligheten och de naturliga terrasseringarna. Beställarens önskemål var att skapa naturnära bostäder. Andrea menar att det är föga troligt att allmänheten så ofta reflekterar över bilder som görs just till markanvisningstävlingar, därför är juryn den tänka mottagaren för denna visualisering. Men hårda värden belyser Andrea vikten av att representera en balans av människor med olika etnicitet och kön så att alla ska känna sig inkluderade i framtidsvisionerna och för detta projekt har fokus också legat på att representera olika stadier i livet. Andrea menar att i visualiseringen berätta vad för vardag som kan utspelas i dessa bostäder.

BILDENS RETORIK

Denna del går ut på att reflektera över skaparens intentioner. I Nordström (1996) tas metonymin upp som ett exempel och därför tänker jag att det är relevant att utöka denna analyserande del genom att fundera på vilka andra retoriska figurer som kan avläsas från bilden.

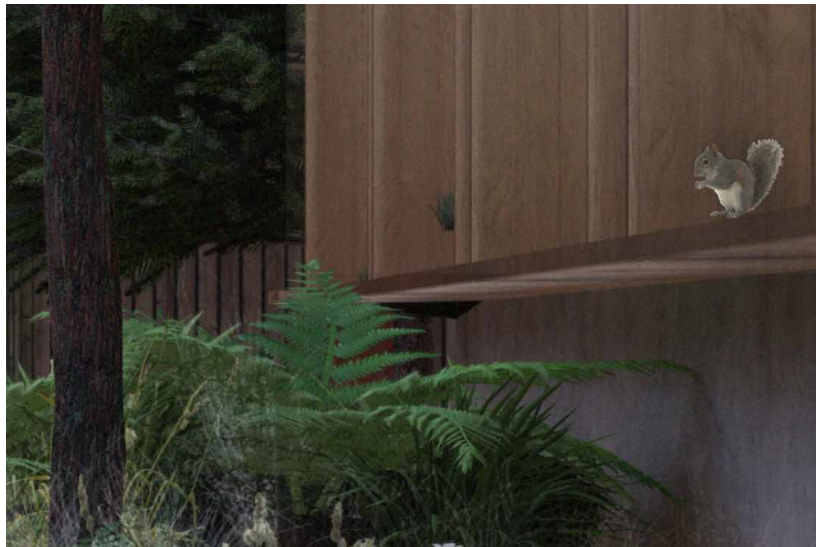
Jag tolkar bildens retorik som följande. Visualiseringens bildkomposition säger mig att detta centralperspektivets linjer sammanstrålar på den högra sidan av bilden, och har ett djup som för oss in mellan huskropparna. Det första vi läser av är kvinnan till vänster, hennes blick för oss till barnet vars blick och höjda armar för oss upp mot trädet.



Figur 33: Utsnitt bildanalys

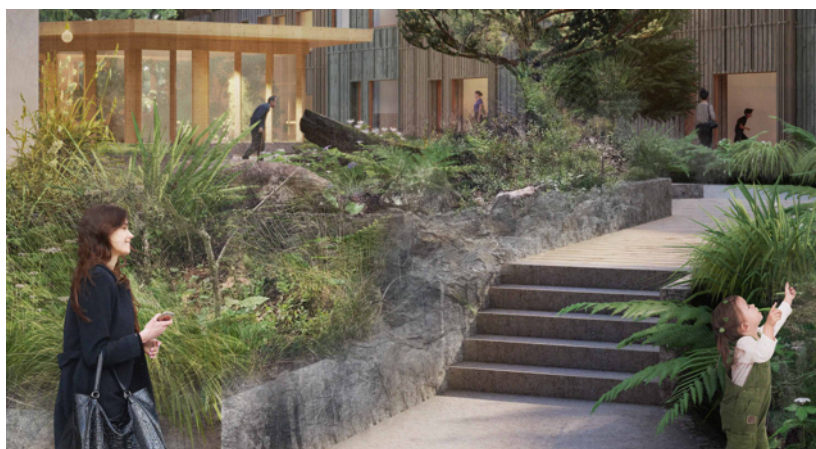
Lamporna i trädet kan inom semiotiken ses som ett index och talar om att det har varit en tillställning på gården. Kanske är lokalen intill en festlokal för de boende. Lamporna kan ses om den retoriska stilfiguren exemplum, och ger exempel på en stämning eller aktivitet på den visualiserade platsen. Lamporna kan vara metonymier då de representerar en del av en helhet, som i detta fallet kan vara en aktivitet eller företeelse som kan

tala om en gemenskap inom föreningen, eller en förkärlek för bohemisk mysfaktor.



Figur 34: Utsnitt bildanalys

För ekorren till höger i bilden kan den inom semiotiken anses vara en symbol. Ekorren symboliserar djurlivet, eller naturen. Den är således en metonymi men kanske mer exakt en synekdoke? Som vi förstätt från tidigare delar av detta arbete är symbolen också en retorisk figur. Ekorren är mer bestämt en allusion, för den uppfattas av betraktaren som en skämtsam vink när vi väl upptäcker den, och för vissa som bara ser på visualiseringen i sin hast kommer denna ekorre kanske aldrig bli sedd, men för oss som har sett den har ett samförstånd mellan bildskapare och betraktare skapats.



Figur 35: Utsnitt bildanalys

Personerna i bild är symboler och den retoriska stilfiguren som beskriver dessa bäst är personifikation. Bildskaparen låter kvinnan, barnet och den äldre mannen snett ovanför kvinnan spegla en åldersfördelning. De utgör en metafor för livets olika skeden, ungdom och ålderdom.

LATENT NIVÅ/KONNOTATIONER - NÅGRA MÖJLIGA TOLKNINGSTEMAN

Här är analytikern fri att tolka, förslagsvis genom att fundera ut 5 potentiella teman som skaparen kan ha syftat på. Om bilden har en titel kan man spekulera fritt utifrån den också.

Jag tolkar bilden utifrån följande teman.

Tema 1 – Ekologiskt hållbarhet: Jag tolkar bilden som att den antyder på att platsen gynnar en biologisk mångfald där människan, flora och fauna lever i symbios med varandra. Att barnet ser ett djur i trädet ovanför, ska bara skildra en företeelse likt de som sker hela tiden på den här innergården. Precis som ekorren på fasaden symboliserar rikt djurliv.

Tema 2 – Hemmet för livets alla skeden. Visualiseringen har en representation av människor i olika åldrar, från ett litet barn till en äldre man. Detta kan innebära att bildskaparen önskar att betraktaren ska tyda detta förslaget för att vara det ultimata boendet oavsett ålder, eller att man vill bo där länge.

Tema 3 – Naturnära bostäder: Växtligheten i bilden anspelar på skandinavisk natur. En möjlig tolkning är att bostadsområdet ligger nära skogen och riktar sig till dem som tycker om natur och friluftsliv.

Tema 4 – Bohemiskt förortsliv: Centralt belägen nyproduktion är sällan omgivet av skog, därför måste denna platsen vara belägen utanför stadskärnan, förslagsvis i förorten. Växthus, festlokal med solcellsbelysning och prunkande ogräsartad växtlighet talar om en bohemisk livsstil. Ett möjligt tolkningstema blir därmed att dessa bostäder riktar sig mot personer som vill ha en prisvärd bostad i bohemisk anda.

Tema 5 – Naturmaterial: Fasader av trä, markmaterial bestående av natursten, trall och inhemskt växtmaterial talar om ett bostadsprojekt som haft naturmaterial i fokus. Dessa är ofta närproducerade och därmed miljövänliga, vilket kan vara ett argument som denna visualisering vill sälja in till klienten.

RAMVERK

I Tävlingar är landskapsarkitekten inte sällan bunden till att skapa visualiseringar efter de inlämningskrav som tävlingsprogrammet efterfrågar. Det kan vara så att man måste förhålla sig till förutbestämda vyer, eller att en viss typ av visualisering beordrats. Trots detta finns det mycket landskapsarkitekten kan göra för att addera till förslaget en visuell retorik.

Tillämpningens sista del är mitt bidrag till ett teoretiskt fält med stor utvecklingspotential. Ramverket är min idé kring hur visuell retorik kan tillämpas i visualiseringar. Eftersom detta är ett relativt outforskat område har jag skapat ramverket utifrån de teorier och material jag funnit. Den här delen av arbetet riktar sig till den som söker en praktisk tillämpning av visuell retorik. Ramverket binder samman kunskapen som getts i den teoretiska delen, med de praktiska erfarenheter som intervjupersonerna delat med sig av. Det består av 4 punkter som ska följas i turordning, tema, teknik, komposition och utsmyckning.

“The rhetorical function of visual representation, however, is far from unambiguously defined by the kind of technique employed. The message conveyed depends on how the designer executes the representation: what he includes in the way of information, what he omits, what he underlines and so forth. Drawings can be machinelike, exact but abstract with respect to human activity, or they can be impressionistic, more softly communicating an atmosphere rather than depicting concrete shapes, thus mediating different qualities of the same object” (Tostrup, 1996:25).

1.TEMA

Med inspiration från toposläran tillägnas det första steget utformning av tema. Temat hjälper bildskaparen att lyfta det viktigaste i förslaget som ska visualiseras. Här gäller det att tänka på att det valda temat ska vara kopplat till visualiseringens syfte, så detta måste först vara formulerat. Temat ska gärna spegla mottagaren, bildskaparen och tävlingsprogrammets kriterier. Detta kan verka som mycket att få plats med inom visualiseringens format, men faktum är att temat hjälper bildskaparen att förmedla mer än vad som objektivt sett visas. Temat hjälper också till att styra tolkningen och avfärda oönskade tolkningar. Beträktaren ser det uppenbara, denotationer, och tolkar det underliggande, konnotationer. För visuell retorik vill vi styra betraktarens tolkningar. Detta hjälper temat oss med.

Tänk igenom hur visualiseringen ska tolkas utifrån betraktarens perspektiv. Vad ska förmedlas genom denotation, och vad ska vara underliggande, alltså konnotationer. Tänk igenom vilka olika tolkningsteman visualiseringen kan ha utifrån den tänkta mottagarens perspektiv. Anpassa bildens övergripande tema efter mottagaren och se till att spegla några utav kriterierna från tävlingsprogrammet. Fundera om visualiseringens syfte är att informera, inspirera, propagera eller annat.

Utifrån visualiseringens syfte kan teman baserade på logiska topos eller handlingstopos tillämpas.

TEMAN BASERADE PÅ LOGISKA TOPOS

Logiska topos jämför, definierar, specificerar eller generaliserar. Teman baserade på logiska topos kan innefatta dessa men också förenkla förståelsen av ett förslag. Att simplificera och undvika motsägelser menas vara grundläggande för den retoriska funktionen av en bild (Tostrup, 1996). Ett liknande resonemang kan appliceras på representation i tävlingsammanhang. Lättbegripliga representationer är en förutsättning för överföring av de mest väsentliga egenskaperna av ett förslag.

Ansvaret ligger hos landskapsarkitekten att se till att visualiseringarna är greppbara så att feltolkningar inte sker, bilden är trots allt det främsta verktyget för kommunikation och feltolkningar indikerar på brister i kommunikationen. Från perceptionspsykologin förstår vi att våra sinnen bara kan bearbeta en viss mängd information och att det sker en selekteringsprocess inom oss när vi betraktar bilder. Vad vi väljer att ta in utifrån det vi ser är selektivt (Harris & Hays, 2008). Vid skapandet av en visualisering kan vi bara förutspå hur åskådaren kommer att uppfatta bilden.

Att i skapandet av bilden tänka igenom hur förslaget återgivning kan förenklas för våra sinnen är att selektera bort information åt betraktaren. Detta är en försäkran på att betraktaren kommer att se det vi önskar åskådliggöra i första hand. Att vara selektiv med vad som visas i visualiseringen är försvarbart eftersom bilden är en metonymi i sig självt. Bilder är begränsade från att visa upp en helhet på grund av dess format. Därför är det som återges i bild enbart en del av en helhet, men det som återges rent objektivt representerar något större.

Valet av tema hjälper oss att förklara förslaget. Kanske vill vi jämföra tävlingsförslaget med ett liknande projekt som är omtyckt. Då kan vi säga att vi använder oss av det logiska Topos; jämförelse.

TEMAN BASERADE PÅ HANDLINGSTOPOS

Handlingstopos finnes genom att fråga sig; vem, vad, hur, var, när, varför, med hjälp av vad, för att hitta teman som argumenterar för förslaget. För visualiseringar hjälper frågorna bildskaparen att finna ett lämpligt tema. Med frågor tillhörande retorikens handlingstops kan talaren bygga upp ett narrativ, och utforma talet efter en händelse. Detta menar jag att vi som bildskapare också ska göra för att skapa en trovärdig återgivning av ett förslag. Wærn et al. (2004) stödjer detta resonemang i förslaget att utgå från klichéer, med valborg som exempel. Klichéer och narrativ är teman som kanske främst övertygar genom känslor. Temat får gärna vara av ett sådant slag att det skapar positiva associationer hos jury och beställare. Med positiva associationer menas kopplingar som medför en lätt positiv känsla. Inom den klassiska retoriken beskrivs denna upplevelse som den lyssnarorienterade egenskapen; *delectare*. Om förslaget är en park som ska bidra med sociala värden kan temat baseras på klichén sommarlov, festival, pulkabacke eller andra händelser som för människor samman.

I frambringandet av känslor hos betraktaren är det viktigt att förstå att inte alla känslor kommer ge oss en fördelaktig reaktion. De positiva får inte överdrivas då detta kan lämna en bismak av försök till manipulation. Associationer som väcker starka reaktioner kan med fördel användas i vissa former av tal, men för visualiseringar är detta inget vinnande koncept för övertygelse. Temat ska därmed inte vara skrämmande eller provocerande.

2. TEKNIK

Val av teknik är inte retoriskt övertygande i sig, utan det är innehållet i bilden. Vilken teknik som används i skapandet av visualiseringen påverkar dock hur mycket visuell retorik som kan appliceras. Tekniken avgör på ett sätt vad som kan återges i bild. Både förstärkt realism och avskalad abstrakt framställning kan ha olika retoriska roller att spela inför en bred publik (Tostrup, 1996). Att visualisera landskap kräver av skaparen att tänka både kritiskt och fantasifullt i val av medel och metod för att förmedla ett visuellt budskap (Amoroso, 2012). Val av teknik bestämmer landskapets karaktär som kommer att engagera betraktaren och visa upp konceptet och stämningen i förslaget.

Val av teknik beror på bildens avsedda funktion (Speed & Makenzie, 2012). Funktionen i sin tur definieras av vilket skede projektet befinner sig i. Den erfarna har förmågan att illustrera sitt projekt med olika tekniker och kan avgöra vilken som bäst förmedlar förslaget. Med vilka tekniker vi landskapsarkitekter väljer att representera våra förslag, påverkar hur dem kommer att tolkas (Sowell, 2012).

Här bedömer jag att det finns två vägskäl, antingen kan tekniken förenkla, eller så kan tekniken åskådliggöra förslaget som visualiseras.

FÖRENKLA

Att förenkla budskapet är en metod för talkonstens propaganda. Budskapet kan förenklas genom att abstrahera vissa aspekter av ett förslag. Genom att visualisera med teknik som inte eftersträvar realism hjälper vi betraktaren att selektera bort intryck så att det kokas ner till vad vi verkligen vill visa. Realismen i sig bekräftar en genomförbarhet, med det gör även en redan byggd mini-version av förslaget, oavsett om den är i 3D

eller fysisk modell, trots att dessa modeller är väldigt avskalade i sin återgivning.

Genom att förenkla visualiseringar hjälper vi betraktaren att sålla bort det oväsentliga och styr denne mot att se och förstå det vi tycker är mest väsentligt. Visualiseringen kan därmed förenklas även genom att illustreras på ett sätt som enbart visar upp en vision, känsla eller stämning. Detta lyckas collaget med eftersom det är mer förlåtande i sättet att föra samman föremål som inte förhåller sig till en verklig representation. Det blir således tydligt att det är en drömbild, en stämning, eller ett narrativ – företeelser som får skildras mer fritt eftersom det är nonfigurativa.

FÖRSTÄRKA

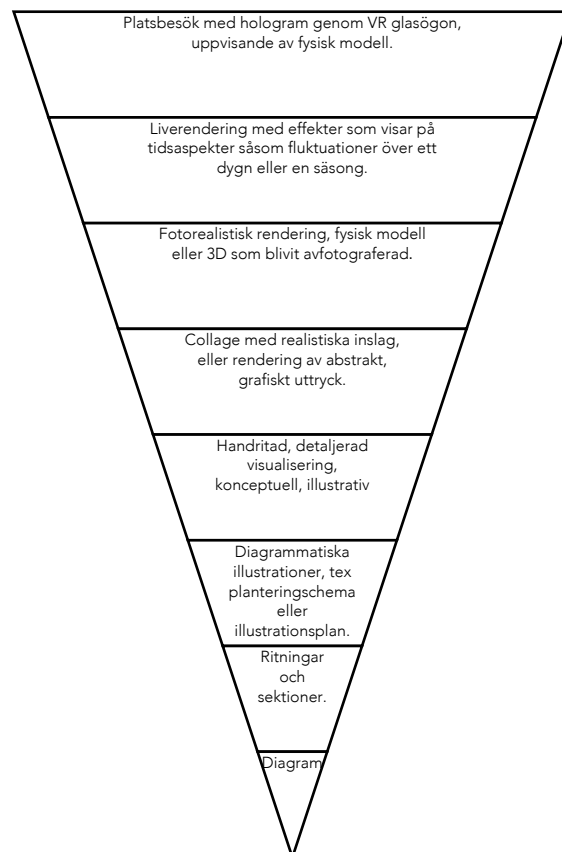
Likt talkonstens propaganda kan visualiseringens budskap förstärkas genom att göra förslaget så pass åskådligt att det upplevs som verkligt. I det som upplevs som en verklig återgivning, kan bildskaparen ha betonat utvalda aspekter av förslaget, men detta blir kamouflerat tack vare realismen. Wærn et al. (2004) beskriver att det finns ett samband mellan realism och detaljrikedom. En realistisk återgivning innebär att fler detaljer måste återges.

Intervjupersonerna bekräftar att en realistisk återgivning ställer krav på landskapsarkitekten att ta ställning för fler detaljer i ett förslag än vad som kan förväntas ur alla skeden. Med en ökande grad av realism blir förslaget dock mer åskådligt för betraktaren. Ett föremål som skildras verklighetstroget kommer att kännas rent av verkligt oavsett om det är det eller ej, eftersom upplevelsen och förståelsen för förslaget blir så påtagligt.

Det är just upplevelsen av förslaget som påverkar betraktarens känslostyrda reaktioner. Ny teknik i form av realistiska renderingar men även liverendering med dess

slående åskådlighet lyckas väl med detta. Användning av den senaste tekniken vid visualisering visar också på en hög teknisk kunnighet. Och genom att visa oss kunniga inom vårt fält argumenterar vi för vår egen trovärdighet, kompetens och förslagets autenticitet, med andra ord uppvisar vi ett starkt ethos. En skicklig visualisering med den senaste tekniken måste ju innebära att vi är uppdaterade med de senaste inom landskapsarkitektur, inte bara visualiseringar.

Förslaget blir mer åskådligt för betraktaren genom realism eftersom det påminner om verkliga förhållanden som vi kan förstå och bekräftar således en genomförbarhet. Helheten blir greppbar genom liverendering, rendering och modeller. Den här upplevelsen är retorisk eftersom den får betraktaren att reagera känslomässigt likt i en verklig situation.



Figur 36: Diagram

Tekniker kan rangordnas efter den här effekten, och det har jag gjort med inspiration från den rangordning som presenterades i teoridelen. Det som är högst upp i triangeln är den typ av visualisering som åskådliggör förslaget mest, respektive minst i botten av triangeln.

Ibland kan det räcka med att vissa delar av visualiseringen har en realistisk återgivning. Om visualiseringen skapas med blandteknik kan grafiska inslag finnas i en övrigt fotorealistic återgivning, eller tvärtom.

3. KOMPOSITION

Observera. Denna del är bara angelägen visualiseringar som skapas i bildformat.

Det kan argumenteras för att retorikens dispositio inte kan appliceras på bilder eftersom bilden är något vi läser av holistiskt, medan ett tal eller en text förstås som ett narrativ, där informationen ges till oss successivt. Men bildkompositionen bekräftar att bilder är något som vi faktiskt läser av, och att vi tar in vissa delar av bilden före andra. Varpå vikten av en genomtänkt bildkomposition stärks.

Komposition som används rätt, hjälper bildskaparen att guida betraktaren mot en önskad tolkning. I västvärlden läser vi av bilder från vänster till höger. Detta betyder att det som syns till vänster om visualiseringens format, blir det första vi ser. Här gäller för bildskaparen att anpassa kompositionen till det kulturella sammanhanget visualiseringen visas. Linjer styr blicken, och mötet mellan linjer skapar intressanta punkter.

En korrekt återgivning av skala i bildperspektiv är viktigt för att vi ska kunna förstå vad bilden visar. Om perspektivet inte är korrekt återgivet finns det en chans att betraktaren inte längre förstår vad som visas, och tenderar att tappa intresset när vi inte längre kan följa

med i tanken. Ett perspektiv i ögonhöjd talar om för betraktaren att landskapsarkitekten utgått från hur platsen kommer att upplevas för den tänka målgruppen. Om målgruppen är ett barn kan perspektivet sänkas till grodperspektiv för att visa hur rumsligheten kan upplevas för en liten person. Fågelperspektiv upplevs inte av människan men visar på en helhet, likt en plan. Detta perspektiv ha de flesta svårt att relatera till. De element som ligger i förgrunden ska kunna urskiljas bättre än de som ligger i bakgrunden, detta skapar ett visuellt djup i bilden (Amoroso, 2012). Genom att sträcka ut eller sudda ut bakgrundstexturer kan man betona perspektivet ytterligare.

Att förkläda fakta utnyttjas inom talkonsten propaganda för att få budskapet att gå hem hos lyssnaren. För visualiseringar kan medvetna val av vinklar och vyer utnyttjas i syfte att förkläda oönskade sanningar kring förslaget. Att ljuga om matematiska förhållanden som avstånd och mått ska vi inte göra. Däremot kan bildskaparen välja en vinkel som står till föremålets fördel. Vinklar kan få rumsligheter att framstå som större eller mindre, vilket påverkar den upplevda stämningen eller känslan platsen avger. Som nämndes i intervjuerna kan vissa detaljer exkluderas, vyer kan väljas ut där obekväma fakta inte syns, eller där bara fragment av oönskade föremål syns vilket gör att de framstår som något abstrakt snarare än föreställande. Val av vinkel kan ses som ett retoriskt grepp eftersom det hjälper till att sälja in förslaget. Vinklar är partiska, det går att välja bort vyer som inte är till förslagets fördel. För att lära sig mer om vinklar och vyer kan arkitekturfotografi studeras.

Inlämningskraven är ofta hårt styrda för att skapa förutsättningar för en rättvis bedömning. Det innebär att ofta är vyer förutbestämda i tävlingsprogrammet. Men trots detta finns det mycket annat inom bildkompositionen att arbeta med, som stärker visualiseringens kommunikativa egenskaper, mot övertygelse.

Bildkompositionen är ett retoriskt verktyg då det inte bara styr hur vi läser av bildens innehåll, men framkallar även vissa känslor. Vi kan uppfatta en bild som rörig eller lugn beroende på föremålens placering i förhållande till varandra och i förhållande till bildens format. Om föremålets placering är i mitten kommer bilden troligen uppfattas som trist, detta är ett nybörjarmisstag hos fotografer. Enligt gyllene snittet ska huvudföremålet placeras aningen till ena sidan om mitten. Genom att jobba med kontraster blir motivet mer intressant för mottagaren. Dessa kontraster berör linjer, färger och annat som vi uppfattar som denotationer. Ett krokigt träd framför en fasad, eller en liten stuga bredvid en skyskrapa är exempel som väcker nyfikenhet hos betraktaren.

4. UTSMYCKNING

Den klassiska retoriken använder utsmyckningar i form av stilfigurer. Några utav dessa kan appliceras på visualiseringar för att förstärka dess retoriska grepp. Semiotikens symbol, ikon och Index är liksom talkonstens stilfigurer retoriska i den mening att de utgör konnotationer. De skapar hos betraktaren associationer till mer än vad som visas i bilden. Kopplat till retorikens propaganda kan utsmyckning i bild fungera likt förtätning. En figur får stå för att bidra med en association eller slutsats som betraktaren kommer att dra själv tack vare figurens association till detta.

LOGISK UTSMYCKNING

Stilfigurer och tecken återfinns i visualiseringar som djur, människor och föremål. De kan användas på olika sätt för olika ändamål. De används för att förklara den kontext som gestaltningen är tänkt att återfinnas. En människa som utför en handling kan tala om funktioner som bilden inte kan återge, och därför kan en sådan utsmyckning förekomma i informativa syften. Den stilfiguren går inom

Exemplum, eftersom det ger exempel på en händelse att förklara samband som annars inte hade varit åskådligt. Exemplum kan också lyfta styrkor i förslaget. Den här sortens återgivning stärker visualiseringens logiska resonemang.

EMPATISK UTSMYCKNING

Människor används för att sälja in förslaget mot en bestämd målgrupp genom att befolka visualiseringen med stereotyper som speglar målgruppen. Det är personifikation. Det kan också vara Allusion. Genom allusionen uppstår gemenskap mellan bildskapare och betraktare. Denna upplevda gemenskap spelar på betraktarens empatiska känslor. En kvinna med ett barn kan få betraktaren att känna sig träffad om hon är en mamma.

Med människor kan visualiseringen propagera för en sakfråga. Detta genom att visa på en alternativ verklighet med paralleller till politiska åsikter eller samhällsdebatt. Givetvis vet vi att det inte går att förutse hur betraktaren kommer att tolka visualiseringen, men genom att utnyttja sådant som är allmänt känt och accepterat i den kontext bildens skapas för kan vi förhoppningsvis övertyga majoriteten. Antites är den stilfigur som skapar dramatik mellan två motsatser. Betraktaren kan svara på detta med att tycka att det är lite kul, såvida denne fattar humorn. I en visualisering kan det vara att placera ett exotiskt djur i stadsmiljö. Intervjupersonerna bekräftar att detta ska man vara försiktig med då det inte alltid går hem och snarare kan få förslaget att framstå som oseriöst. Men för ekorren i bildanalysen kan det snarare få betraktaren att mjukna. Och genom att använda figurer som har en vedertaget positiv anknytning, lyckas bilden spela på betraktarens känslor därmed övertyga att förslaget måste vara bra, eftersom känslan är bra.

TROVÄRDIG UTSMYCKNING

Tidigare år har vi sett många exempel på visualiseringar som överdrivit den mänskliga närvaron. Detta är en Hyperbol, och överkligt, inte trovärdigt. Att underdriva befolkning i visualisering är inte heller till bildskaparens fördel. Risken blir att förslaget framställs som om det befann sig i en postapokalyptisk kontext, öde och lite obehagligt. Som svensken hade sagt så är lagom bäst, men det handlar egentligen bara om att utsmycka visualiseringen på ett verklighetstroget vis. Detta gäller både för utsmyckning med befolkning och av föremål. Att eftersträva en perfektionism som inte kommer att upplevas i verkligheten utmanar landskapsarkitektens trovärdighet och förtroende gentemot betraktaren. Bättre är det att medvetet "smutsa ner" förslaget aningen. Det kan vara fallna löv, vattenpölar, patina med mer.

Att tillföra befolkning i form av utsatta människor i ett förslag för ett problemområde är förvisso verklighetstroget men kan väcka starka känslor hos betraktaren. Återigen kan det konstateras att om syftet är att väcka debatt så är detta en effektiv metod. Men i tävlingar ska visualiseringen främst generera en lättäm, behaglig förnimmelse. Av samma anledning ska försiktighet åtas vid utsmyckning med djur. Vi tar för givet att vissa djur återfinns i bebyggd miljö, men de är inte önskvärda överallt. Val av djur och placering av dessa får inte väcka obehag.

För att visa på en trovärdighet kan befolkning användas för att framhäva tidsaspekten. Detta visar betraktaren att vi har tagit hänsyn till att en plats brukas olika över tid, det kan röra sig om platsbrukande kopplat till dygn och säsong. Genom att göra människor något transparenta kan man skapa känslan av tillfällighet på platsen, vilket antyder att brukare ockuperar samma plats fast under olika tillfällen (Amoroso, 2012). Att suddas ut objekt som

människor eller fordon i riktning med den tänkta rörelsen kan skapa en känsla av rörelse i perspektivet. Många gånger ser man att man tillfört människor som utövar aktiviteter som relaterar till platsens funktioner och detta sägs då förstärka uppfattningen av platsens kvaliteter.

När tekniken tillåter kan andra sinnesintryck som ljud bli aktuellt att utsmicka visualiseringen med, då i en liverendering. Den tekniken tillåter för objekt att röra sig, och ändra sig över tid.

SAMMANFATTNING TILLÄMPNING

Bildanalysen ger betraktaren ett verktyg att närma sig visuell retorik och avkoda skaparens avsikter. Den går ut på att observera bildens innehåll först utifrån dess denotation. När vi ser bilder sker det per automatik att skapar associationer till det vi ser, och drar slutsatser kring bildens betydelse. Men i det första steget tränas vi att beskriva bilden objektivt och utan att värdera den. Det kommer i det slutliga steget av analysen då vi även läser in möjliga tolkningsteman, konnotationer. Bildanalysens nästa steg påminner om socio-semiotikens syfte eftersom vi undersöker bildskaparens intentioner, i vilket sammanhang och till vilket syfte bilden kan ha skapats. Analysen bjuder också in till möjligheten att tillämpa den nyfunna kunskapen i visuell retorik på bildexemplet. I nästa del av tillämpningen presenteras idén om ramverket. Ramverket är uppdelat i fyra steg som ska följas i turordning för den som önskar överföra kunskapen om visuell retorik i praktisk mening.

- Temats avsikt är att lyfta förslagets väsentligheter. Temat kan återfinnas i logiska resonemang då som jämförelse, definition, generalisering, eller specificering. Temat kan också komma från en

händelse eller kliché som skapar ett narrativ till visualiseringen. Temat speglar förslagets vision.

- Tekniken som visualiseringen skapas med är inte retorisk i egen mening men avgör vilka retoriska grepp som kan tillämpas. Att använda sig av den senaste tekniken stärker landskapsarkitektens trovärdighet då denne framstår med kunskap inom det senaste inom yrket. Åskådligheten av ett förslag gör att betraktaren förnimmer det som en verklig upplevelse rent känslomässigt och det kan ha övertygande effekt. Visualiseringar med hög åskådlighet är livrendering, modell och realistisk rendering.
- Komposition är retorisk eftersom den styr hur betraktaren läser av bilden, detta steg går bara att applicera på bildmaterial. Linjer och skärningspunkter mellan dessa styr blicken i önskad riktning. Val av vinkel påverkar hur förslaget upplevs. Ett korrekt perspektiv med skalenliga inslag påverkar betraktarens möjligheter att förstå förslaget. Föremålens placering i bildformatet, samt kontraster i former och färger avgör om visualiseringen fångar betraktarens intresse och nyfikenhet.
- Utsmyckning kan appliceras i syfte att förklara logiska samband, men även påverka betraktarens känslor. Utsmyckningen speglar landskapsarkitektens och förslagets trovärdighet. Det fungerar likt tecken och stilfigurer som laddar bilden med associationer. Betraktaren ska förknippa det som syns i visualiseringen med positiva känslor. Att exponera utsatta människor eller använda skrämseltaktik genererar inte övertygelse för visualiseringar.

AVSLUTNING

Arbetet avrundas i en diskussionsdel, utvärdering och slutligen en sammanfattning av arbetet som helhet. Diskussionsdelen är uppdelad efter två teman. Det första temat diskuterar visualiseringens praktiska definition i förhållande till andra former av visuellt material. Det andra temat diskuterar konsekvenserna av visualiseringens retoriska grepp. Dessa teman anser jag nödvändiga att ta upp för diskussion för framtidens visualiseringar. I utvärderingen är det den egna arbetsprocessen och resultatet som berörs. Arbetets betydelse för fortsatta studier utvärderas.

DISKUSSION

VISUALISERINGENS PLATS I BILDTEORIN

I de bildteorier jag stött på under arbetet har varje teori varit mer eller mindre anpassad till en specifik typ av bild. Bildkompositionen var skriven för fotografi, och en hel del av den visuella retoriken hämtades från litteratur skriven för mediakommunikation och reklam. Äldre bildteorier anpassar sig helt till konsten. Det fick mig att börja fundera på vart visualiseringen kan tänkas höra hemma. Wærn et al. (2004) Delar in bilders praktiska användning i tre kategorier: Bilden kan användas för (1) reklam och propaganda, för (2) information och för (3) lärande. Den sistnämnda är avsedd för lärande i skolmiljö.

För reklam är syftet att påverka betraktarens känslor, ofta en bestämd målgrupp (Wærn et al. (2004). Genom att påverka betraktarens känslor kan reklambilden framkalla beteenden som gynnar produkten som framställs. De känslor som framkallas ska vara positiva. De som skapar reklambilder är ofta insatta i denna målgruppens generella tankar och värderingar, och laddar bilderna med dolda budskap och associationer. Reklam och propaganda är inte sällan presenterade genom bilder eftersom bilder talar till våra känslor.

Gränsen mellan reklam och propaganda är hårfin, då propagandabilder är ett ställningstagande för och emot (Wærn et al. 2004). Syftet med propagandabilder kan vara att sprida en åsikt, eller ideologi som inte sällan är politiskt laddad. Propaganda har i modern tid fått en negativ anstrykning eftersom den ideligen manipulerar med sanningen. Reklam som manipulerar med sanningen är idag klassat som bedrägeri och lagstiftningar har upprättats mot detta. Reklam och propagandabilder utgör goda exempel för hur visuell retorik används rent praktiskt, framförallt användningen av argument som

spelar på känslor, det vill säga Pathos. Vi kan bli övertygade genom dessa likväl kan dess avsikter synas.

Informationsbilder ska ses som ett budskap avsett att upplysa dess mottagare (Wærn et al. (2004). Informationsbildens utformning står i relation till dess syfte. En bra informationsbild ska vara lättläst för den avsedda mottagaren. Utformningen måste således vara utformad efter mottagarens förkunskaper. Den är påtänkt för att skapa nytta och för att göra detta bör den också vara trovärdig. För informationsbild gäller dock att vara medveten om att hur vi läser av bilder är högst personligt, och detta ska beaktas i utformningen, för att undvika tolkningar utöver det avsedda. Även om det är nästintill omöjligt ska informationsbilden sträva efter en entydig tolkning. Men tolkningen av bilden påverkas dessutom av det sammanhang utifrån bildens avläses. Olika kulturer har olika preferenser, att avbilda människor är exempelvis inte passande överallt. För informationsbilder gäller att för bildens innehåll stå i fokus och element som enbart tillför estetik ska undvikas. Några utav de vanligaste syftena för informationsbilder är att; visa, förklara, åskådliggöra, illustrera, förmedla, sammanfatta och presentera.

Nu ställer jag den här informationen i relation till vad som sades under Intervjuerna. Intervjupersonerna beskriver visualiseringens övergripande intentioner som:

- Säljande
- Förförande
- Förklarande
- Förmedlande
- Presenterande
- Sammanfattande
- Beskrivande
- Förtrollande
- Stödjande
- speglande

Några av dessa beskrivningar stämmer in med informationsbildens, andra stämmer bättre in med reklambildens och propagandabildens avsikter. Slutsatsen borde därför bli att visualiseringen kan ses som reklam, propaganda och informativ bild, allt på samma gång.

Anledningen till att jag tar upp det här i diskussion är eftersom jag upptäckt att det är inte fullt så enkelt att placera visualiseringen. Hade jag kunnat placera in visualiseringen som enbart reklam hade jag kunnat avgränsa arbetet till teorier som enbart berör reklam. Det hade gjort saker mycket enklare för mig. Men det finns faktiskt en tredje kandidat för visualiseringen, som Wærn et al. inte nämner.

Andra källor som använts i arbetet har däremot varit inne på att se på visualiseringen som konst. Där arkitekttävlingen kan ses som en konstnärlig tävling (Tostrup, 1996) Tävlingsförslagen som produceras har statistiskt sett en mycket liten chans till att faktiskt förverkligas. Men däremot får de uppmärksamhet i prestigefyllda sammanhang när de publiceras. En rimlig anledning kan därmed vara att skapa visualiseringar anpassade till den situationen.

Beroende på vad landskapsarkitekten tror sig kunna få ut av deltagandet i en tävling kan visualiseringen skapas för flera ändamål. Om avsikten är att förklara en idé på ett överskådligt sätt kan visualiseringen ses som informationsbild. Men i andra sammanhang, som i öppna tävlingar är det mer gynnsamt, nästintill nödvändigt att skapa en uppseendeväckande visualisering för att ha en chans över huvud taget. Men jag tänker också att i vissa fall är det kanske inte landskapsarkitektens intention att faktiskt vinna.

Tävlingen öppnar upp till samhällsdiskussion och förslagen som publiceras kan lyfta viktiga samtal för landskapsarkitekturen. Som bildskapare kan därmed

visualiseringen användas för att propagera för ett ställningstagande utanför tävlingens kontext. Men om jag ska återgå till den konstnärliga aspekten av visualiseringar så menar jag att landskapsarkitekter också kan utnyttja tävlingen som ett forum att uppvisa ett konstnärligt förhållningssätt till yrket. Kanske vill man som kontor etablera sig på marknaden med en tydlig inriktning där uttryckssättet är i fokus.

Sättet vi visualiserar på berättar också mycket om samtida och kulturella förhållanden till bildskapandet. På ett sätt kan jag hävda att visualiseringen är en rådande konstform. Ur ett historiskt perspektiv kommer vi kanske att blicka tillbaka på 2000-talet som den konsthistoriska era då människan började skapa konst med digitala verktyg, där visualiseringen blir motsvarigheten till den traditionella landskapsmålningen.

Oavsett vilken intention med visualiseringen dess skapare må ha, behövs ändå ett ramverk att utgå från. Det behöver vi för att säkra att bilden uppfattas såsom vi vill. Jag tror att många missförstånd och debatter kring visualiseringar kan undvikas om dem som skapar bilderna har en bredare teoretisk kunskap. Det kan också fungera som en garanti för de som ännu inte hunnit samla på sig egna erfarenheter.

Sättet vi väljer att visualisera våra projekt på utvecklas konstant, vi är tämligen fria i hur vi visualiserar men anpassar oss också efter tekniken och stilen bestäms också i viss mån av rådande trender (Mertens, 2010). Det kreativa tillvägagångssättet måste ses som subjektivt i en viss utsträckning eftersom det uttrycker designerns individuella åsikter kring hur man återger lösningar och kreativa idéer. Därför kan man säga att visualiseringar alltid är ett resultat av ett personligt uttryck från de som varit involverade i designen.

VISUALISERINGENS KRITIK SOM SVAR PÅ EN MISSBRUKAD RETORIK?

I arkitekttävlingens begynnelse hyllades visualiseringen för dess spektakulära hantverk, och spreds landet över som ett konstverk som tjusade byggherren såväl som allmänheten. Tävligen var en strategi som tilltogs för att sprida en bättre arkitektur till folket. Den här uppfattningen lever kvar om vi ser till Sveriges arkitekters förbund. Men modern visualisering har skapat misstro bland allmänheten. Visualiseringarna lovar storslagen perfektion men när de vinnande förslagen uppförs blir folk besvikna, för vad de får är inte lika bra som bilden de fick se. Allmänheten, som saknar insikt i den kreativa processen före och efter vinst, misstar visualiseringen för att vara ett löfte om en framtida sanning. Men för den som deltar i arkitekttävlingen är visualiseringen blott ett verktyg att sälja in en idé. Idén är långt ifrån att vara en sanning och det manipuleras friskt med det sannolika i vinstsyfte.

Situationen landskapsarkitekten ställs inför i deltagandet av arkitekttävlingar är just retorisk i den kontext att presentationsmaterialet med visualiseringen i spetsen ska övertyga juryn om en vinst. Landskapsarkitektens presentationsmaterial är till största del visuellt återgivet, på vilken visualiseringen i perspektiv, fysisk som 3D, är den bild som kan laddas med flest retoriska grepp. Det är den bästa illustrationstekniken att förmedla ett förslag till de som inte har ett tränat öga för tvådimensionell bildframställning som planer och ritningar. Det är ett hjälpande komplement i kommunikationen av ett förslag, men sällan är den av en enbart informerande karaktär. Vi tenderar att ladda visualiseringar med retoriska grepp i hopp och tro om att få betraktaren att tycka om förslaget.

Men ibland blir mottagandet inte till bildskaparens fördel. Intervjupersonerna bekräftar att de senaste åren har vi sett en överrepresentation av visualiseringar som

överdriver det sannolika mot det absurda. Det är glada barn som äter gass och flyger drake samtidigt. Solen skiner och alla är glada. Den här överkligt perfekta skildringen tordes vara säljande i en tävling, men har väckt starka känslor och kritik hos allmänheten.

Sedan dess etablissemang har arkitekttävlingen varit ett forum där allmänheten fått delta i samtalet kring stadsplanering och arkitektur. Även idag ser vi hur arkitekttävlingar presenteras i olika medier och folket bjuds in till att tycka till om det som presenteras. Detta innebär att det visuella material som vi producerar i syfte att sälja in en idé också blir det som allmänheten bygger sin uppfattning kring. Många av oss känner till arkitektupproret och den diskussion som senaste åren berört visualiseringen som direkt missvisande. Vart ligger arkitektens ansvar i att visualisera det säljande mot det sanningsenliga?

Jag frågade intervjupersonerna kring deras åsikt angående den moraliska aspekten av visualiseringar av denna anledningen. Vi kom fram till att vi lever i ett samhälle där det finns en kunskap kring den digitala bildens manipulativa förmåga och att det som reaktion på detta idag förekommer en skepsis gentemot främst renderingar. Intervjupersonerna är i överlag instämnda med att ansvaret ligger på juryn och beställaren att kunna se igenom visualiseringen för förslagets faktiska genomförbarhet. Eftersom man inte alltid vinner en tävling agerar dessa visualiseringar reklam och representerar företaget. Så beaktansvärt inför en tävling är av den aspekten att tänka igenom hur man inte bara vill framställa ett tävlingsförslag men också kontorets värderingar med visualiseringen. Och detta måste juryn givetvis ha overseende med i bedömningen.

Vi kan konstatera att visualiseringar används i samma syfte som reklam, man vill sälja in en idé och bilden är det främsta verktyget för att övertyga juryn och beställaren. Men det som visas i bilden kommer också att nå ut till

allmänheten så det ligger ett ansvar i att förmedla en sanning. Kanske är allmänhetens förtrytelse en reaktion på ett oaktsamt brukande av retoriska grepp i visualiseringar?

Idag har länder runtom börjat uppmärksamma konsekvenserna av missvisande visualiseringar och det kan vara så att vi börjar landa i en ny estetik vars fokus ligger i att spegla en uppriktighet gentemot betraktaren. Detta är i min spekulering resultatet av de praktiska erfarenheter som yrkesverksamma innehar. Jag fick framförallt den uppfattningen då jag utförde intervjuer. Problemet, som även uttrycktes av Wærn et al. (2004) är att den här kunskapen som yrkeserfarna sitter på, inte kan konkretiseras såvida vi inte först har en teoretisk grund, ett ramverk för tillämpning att utgå från.

UTVÄRDERING

ARBETSPROCESS

Arbetets inriktning mot den visuella retoriken var från början inte påtänkt. Det resulterade från behovet av en ytterligare avgränsning. Den nya inriktningen smalnade av arbetet och gjorde det förvisso möjligt att hitta en problemformulering för ett mastersarbete. Men den inriktningen har också tagit mig till något som stundvis kunnat liknas vid utforskad mark. Under denna arbetsprocess har jag letat men inte funnit en beprövad teori som mer än snuddar vid arbetets område. Det har varit svårt att hitta litteratur som behandlar ämnet eftersom det är ett svårdefinierat fält, och det jag funnit har varit förhållandevis motsägelsefullt. Det har också gjort att arbetet begränsats till de få källor jag haft att utgå från. Hade jag haft andra språkliga förutsättningar eller mer tid för översättning hade Avhandlingen i visuell retorik av Jens E Kjeldsen kunnat ge ytterligare kött på benen.

Trots att litteraturstudien har kommit med sina brister upplever jag att intervjudelen kunde väga upp för det till viss del. Jag är av den anledningen nöjd med mitt val av metod. Intervjuerna var den delen av arbetet som gav mest kunskap och gjorde att jag kunde se på arbetsprocessen som ett experiment där jag förde samman teori med empiri.

Till den som önskar fortsätta studera visualiseringar i förhållande till bildkommunikation och visuell retorik påstår jag att det bästa är att utgå från den kunskap som finns att hämta från yrkesverksamma. De gör redan väldigt mycket utav de jag kom fram till i tillämpningen. Deras kunskap baseras på praktisk erfarenhet och relaterar till yrkesområdet mer än vad bildteorin gör. Det kan ses som en brist i mitt arbete att intervjupersonerna alla arbetar på samma kontor. Visualiseringar tenderar att representera kontoret i sin estetik. Genom att intervjua personer från olika kontor hade resultatet kunnat representera ett mer rättvis helhetsgrepp av samtida visualisering.

BEHOVET AV TEORIUTVECKLING

Sedan Sverige införde skolplikt har det skrivna ordet i undervisning bearbetats mer än den kommunikation som sker via bild (Wærn et al. 2004). Idag råder det fortfarande en bristande diskussion kring bildens kommunikativa betydelse. Samtidigt används idag visuellt material mer än någonsin innan. Under de senaste 20 åren har vi sett uppkomsten av digitala tekniker som det dominerande verktyget att skapa visualiseringar med (Weller, 2012). Det har inneburit en snabb omställningsfas för utbildningar där studenterna själva ibland har varit före sin utbildning med att lära sig bemästra dessa nya tekniker.

Intervjumaterialet bekräftar misstanken om att det finns en kunskap därute hos dem som skapar visualiseringar.

Kunskapen kan härledas från många år av erfarenhet, men den finns inte dokumenterad. De betyder att den här kunskapen aldrig kommer att nå ut till de som kommer efter. Konsekvensen blir att hjulet måste uppfinnas gång efter gång. Vi behöver se att denna kunskapen dokumenteras så att den kan föras vidare och bli en grund för blivande och samtida visualiserare.

Under mitt arbete hade jag svårt att hitta dokumenterad teori för visuell retorik. Det har gjort mig övertygad att mitt arbetes existens behövs för att uppmärksamma behovet av en teoriutveckling. Ramverket är ett första försök att formulera den teoretiska grund som jag, liksom mina referenser önskade fanns, och som jag tror att många bildskapare hade velat ta del av. Mer specifikt hoppas jag att det här arbetet kan uppmärksamma behovet av en teoretisk grund för praktisk tillämpning utifrån ett skaparperspektiv.

I boken *Defining visual rhetorics* ger sig författarna på ett gemensamt försök definiera visuell retorik och skapa primära riktlinjer för ett ramverk. Det blir tydligt när en läser boken att författarna är överens om att det saknas en entydig definition för visuell retorik och har uppmärksammat behovet utav detta. Det skulle i deras mening kunna skapa en helhetssyn på hur vi arbetar med samtida visuell representation (Foss. 2004). Visuellt material har i större utsträckning börjat värderas utifrån dess retoriska grepp. En anledning till detta är att den visuella symbolens övertygande förmågor har stort inflytande på oss i vardagen. I boken framgår det att intresset för symbolen som retorik har vuxit. Den möjliggör ett utbyte av erfarenheter mellan människor som inte alltid kan fås genom att enbart föra en dialog. Den visuella retoriken har historiskt sett blivit ignorerad hävdar Sonja K. Foss som hoppas att retoriken som teori nu kan ta ett steg mot att bli mer inkluderande mot visuellt material. Genom att studera visuell retorik kan teorin bakom den utvecklas. Det finns ett behov av att

utmana den traditionella retoriken och förstå vilken mån den kan förstås som visuell kommunikation.

En teoriutveckling skulle för landskapsarkitekten kunna innebära:

- Att vi kan arbeta medvetet med hur vi kommunicerar i retoriskt syfte genom visualiseringar.
- Att vi kan stödja vårt arbete med visualiseringen mot en teoretisk grund.
- Att utbildningen ges material som kan användas till att lära ut visuell retorik.
- Att vi förstärker övertygelsen i våra tävlingsförslag.
- Att vi vinner fler tävlingsförslag
- Att visualiseringarna tas emot bättre av allmänheten.
- Att de som bedömer arkitekttävlingar har en teori att utgå från som hjälper dem att avkoda retorik i visualiseringar.

SLUTLIG SAMMANFATTNING

Visuell retorik är visuella egenskaper som styr hur betraktaren tolkar bilden. Dessa återfinns vi i visualiseringens utformning, tecken och gestalter som genererar konnotationer. De här egenskaperna kan utnyttjas till att styra betraktaren mot en önskad tolkning av visualiseringen. Visualiseringen skapas med flera avsikter. Det är landskapsarkitektens kraftigaste verktyg att förmedla en idé på ett övertygande vis. Den förklarar en idé med logiska resonemang, men söker också förföra betraktaren med empatiska medel och styrka landskapsarkitektens trovärdighet.

Tävlingsvisualiseringen är resultatet av en retorisk situation i den mening att bildskaparen gör medvetna urval i framställningen för att sälja in förslaget mot betraktaren. Idag är renderingen den vanligaste visualiseringen för sin realism. Men oavsett teknik är det innehållet i en visualisering som räknas. Det spelar ingen roll hur tekniskt skicklig man är om man inte också känner till hur bilder övertygar; bildens natur och hur den påverkar oss.

För landskapsarkitekten ligger arbetet med visualiseringen i att arbeta medvetet med en visuell retorik för att förstärka betraktarens övertygelser. Min idé för tillämpning baseras på ett ramverk i fyra steg; hitta ett tema som åskådliggör visionen; välj teknik baserat på vad som ska åskådliggöras; för bilder, arbeta med linjer och vinklar som styr betraktarens blick; utsmycka på ett trovärdigt sätt som förklarar och laddar bilden med positiva associationer.

Intervjuerna bekräftar att tävlingsvisualiseringen i högsta grad används för att övertyga betraktaren. Den fungerar likt reklam säljer in en produkt, fast vi säljer en idé. Sättet vi kommunicerar på är därmed inte opartiskt. Förslaget vinklas för att framföras i bästa tänkbara ljus. Vi väljer noga vinklar, ljussättningar och associationer som vi

hoppas tilltalar betraktaren. Mycket av det som mitt ramverk bygger på gör redan yrkeserfarna. Det finns en medvetenhet kring vikten av att noga välja ut fördelaktiga associationer, teknik och jobba med bildkomposition. Befolkning av visualiseringar verkar dock vara ett ämne som visualiserare kan utvecklas i, speciellt i användningen av stilfigurer.

Idag saknas det en teoretisk grund som kan tillämpas i praktiken. Litteraturen består till största del av fria tolkningar, ofta riktade mot antingen konsten eller media och reklam. Visualiseringen är en egen kategori och måste behandlas därefter.

Detta är ett teoretiskt fält med stor utvecklingspotential. Förekomsten av visuell retorik i visualiseringar behöver utvärderas. Det gör sig extra tydligt i modern tid där visualiseringen gått från att vara hyllad bland offentligheten till att anklagas för att vara en fake view. Visualiseringens kritik kan i bästa fall leda till att skapa diskussion kring och uppmärksamma behovet att formulera en teoretisk grund för visuell retorik. Teoriutvecklingen motiveras genom att vi behöver skapa ett ramverk för de som utför visualiseringar. Landskapsarkitekten behöver kunna luta sig mot en beprövad metod som hjälper oss att kommunicera tävlingsförslagen på ett sätt som är bra för alla inblandade parter.

REFERENSLISTA

- Amoroso, N. (2012). The visual message: Final thoughts.
Amoroso, N. & Hood, W. (Red.), *Representing landscapes : a visual collection of landscape architectural drawings*. (s. 249-256) New York: Routledge:
- Andersson, T. (2008) From paper to park. Treib, M. (Red.), *Representing landscape architecture*. (74-95) London ;: Taylor & Francis
- Bergström, B. (2011). *Bild & budskap: ett triangeldrama om bildkommunikation*. 3., rev. uppl. Stockholm: Carlsson
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber
- Carlsson, A. & Koppfeldt, T. (2003). *Medieboken Bild och retorik i media*. 2. uppl. Malmö: Liber ekonomi
- Cerenius, A. (2017). *Muntliga presentationer i arbetslivet: En empirisk studie av talares och åhörarens attityder till muntliga presentationer på sin arbetsplats*. Uppsala universitet, Litteraturvetenskapliga institutionen.
- Freeman, B. (2013). *Digital deception Welcome to the world of architectural photography without architecture*. <https://placesjournal.org/article/digital-deception/?cn-reloaded=1> [2021-04-25]
- Foss, S.K. (2004). Framing the study of visual rhetoric: Toward a transformation of rhetorical theory. Hill, C.A. & Helters, M.H. (Red.), *Defining visual rhetorics*. (ss. 303-314). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- Harris, D; Hays, D. (2008) On the use and misuse of historical landscape views. Treib, M. (Red.), *Representing landscape architecture*. (22-41) London ;: Taylor & Francis

Hellspong, L. (2011). *Konsten att tala: handbok i praktisk retorik*. 3., [uppdaterade] uppl., tr. 3:10, 2017 Lund: Studentlitteratur

Hill, C.A. (2004). The psychology of rhetorical images. Hill, C.A. & Helmers, M.H. (Red.), *Defining visual rhetorics*. (ss. 25-40). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum

Irminger Sonne, K (2020). *Det er et grelt og virkelig tåkrukkende eksempel på, hvordan et byggeri er stukket helt af*. <https://www.berlingske.dk/design-mode-og-arkitektur/det-er-et-grejt-og-virkelig-taakrukkende-eksempel-paa> [2021-04-25]

M'Closkey, K. (2012). Visual representation in landscape architecture. Amoroso, N. & Hood, W. (Red.), *Representing landscapes: a visual collection of landscape architectural drawings*. (s. 213-221) New York: Routledge:

Mertens, E. (2010). *Visualizing landscape architecture: functions, concepts, strategies*. Basel ;: Birkhäuser.:

Nasar, Jack L. (1999). *Design by competition: making design competition work*. Cambridge: Cambridge University Press

Nordström, G,Z. (red.) (1996). *Rum, relation, retorik: ett projekt om bildteori och bildanalys i det postmoderna samhället*. Stockholm: Carlsson

Olsson, P. (2018). *Fake views – Kontrasten mellan visionsbilder och verklighet*. <https://www.arkitekturupproret.se/2018/06/06/fake-views-visionsbilder-vs-verklighet/> [2021-04-25]

Olson, P. (2020). *Rösta fram årets fake view – d.v.s. vilken arkitekt ljög mest i sin visionsbild?* <https://www.arkitekturupproret.se/2020/03/04/rosta-fram-arets-fake-view-dvs-vilken-arkitekt-ljog-mest-i-sin-visionsbild/> [2021-04-25]

Oxford Learner's Dictionaries (u.å) Vividness.
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/vividness> [2021-04-25]

Quirk, V. (2012). *Rendering/Clog*.
<https://www.archdaily.com/310498/rendering-clog> [2021-04-25]

Rekittke, J; Paar, P. (2010). *Dirty imagery - the challenge of inconvenient reality in 3d Landscape representations*.
Tillgänglig:
https://www.researchgate.net/publication/252386273_Dirty_Imagery_-_The_Challenge_of_Inconvenient_Reality_in_3D_Landscape_Representations [2021-05-03]

Rovira, R. (2012). Exactness and abstraction in landscape architectural reproduction. Amoroso, N. & Hood, W. (Red.), *Representing landscapes : a visual collection of landscape architectural drawings*. (s. 81-91) New York: Routledge:

Sjöstedt, U. (2002). *Fotoskolan : komposition* . Stockholm: Natur och kultur/LT

Sowell, J. (2012). Systems | site | program | place. Amoroso, N. & Hood, W. (Red.), *Representing landscapes : a visual collection of landscape architectural drawings*. (s. 229-234) New York: Routledge:

Speed, C; Makenzie, L. (2012) *Representations of space*. Amoroso, N. & Hood, W. (Red.), *Representing landscapes : a visual collection of landscape architectural drawings*. (s. 9-15) New York: Routledge:

Sveriges arkitekter (u.å a). *Tävlingar*.
<https://www.arkitekt.se/tavlingar/> [2021-04-25]

Sveriges arkitekter (u.åb). *Så går en tävling till*.
<https://www.arkitekt.se/tavlingar/om-tavlingar/sa-gar-en-tavling-till/> [2021-04-25]

Tostrup, E. (1996). *Architecture and rhetoric: text and design in architectural competitions, Oslo 1939-90*. Oslo: School of Architecture

Treib, M. (2008). *Photographic landscapes, Time stilled, Place transposed*. Treib, M. (Red.), *Representing landscape architecture*. (188-203) London ;: Taylor & Francis

Walker, P. (2008). *Modeling the landscape*. Treib, M. (Red.), *Representing landscape architecture*. (160-167) London ;: Taylor & Francis

Wærn, R. (1996). *Tävlingarnas tid: arkitekttävlingarnas betydelse i borgerlighetens Sverige*. Diss. Göteborg : Univ

Wærn, Y., Pettersson, R. & Svensson, G. (2004). *Bild och föreställning: om visuell retorik*. Lund: Studentlitteratur

Weller, R. (2012). *Drawing the landscape*. Amoroso, N. & Hood, W. (Red.), *Representing landscapes : a visual collection of landscape architectural drawings*. (s. 63-71) New York: Routledge:

BILDREFERENSER:

Figur 1: Malin Jansson (2021).

Figur 2–7 och 11-14: Malin Jansson (2021) med inspiration från fotografier i: Sjöstedt, U. (2002). *Fotoskolan : komposition* . Stockholm: Natur och kultur/LT

Figur 8–9: Malin Jansson (2021) tolkning av text i: Carlsson, Anders & Koppfeldt, Thomas (2003).

Medieboken Bild och retorik i media. 2. uppl. Malmö:
Liber ekonomi

Figur 10: Malin Jansson (2021) tolkning av text i: Wærn,
Yvonne, Pettersson, Rune & Svensson, Gary (2004). Bild
och föreställning: om visuell retorik. Lund:
Studentlitteratur

Figur 15-18: Malin Jansson (2021) tolkning av text i:
Wærn, Yvonne, Pettersson, Rune & Svensson, Gary (2004).
Bild och föreställning: om visuell retorik. Lund:
Studentlitteratur. Samt :Carlsson, Anders & Koppfeldt,
Thomas (2003). Medieboken Bild och retorik i media. 2.
uppl. Malmö: Liber ekonomi

Figur 19, 24 och 30: CF Møller (2016) Sølund urban
nursing home [Visualisering].
<https://www.cfmoller.com/p/Soelund-urban-nursing-home-i3312.html> [2021-04-25]

Figur 20 och 26: CF Møller (2019) Re-imagining the
garden city [Visualisering].
<https://www.cfmoller.com/p/Re-imagining-the-Garden-City-i3551.html> [2021-04-25]

Figur 21-22: CF Møller (2013) Musholm Bay Holiday
center [Visualisering].
<https://www.cfmoller.com/p/Musholm-Bay-Holiday-Center-expansion-i3025.html> [2021-04-25]

Figur 23: Figur: CF Møller (2017) Raiway Quarter
[Visualisering]. <https://www.cfmoller.com/p/Railway-Quarter-i3548.html> [2021-04-25]

Figur 25: CF Møller (2019) Aviapolis Core [Visualisering].
<https://www.cfmoller.com/p/Aviapolis-Core-i3540.html>
[2021-04-25]

Figur 27: CF Møller (2015) The Nordhavn islands [Visualisering]. <https://www.cfmoller.com/p/The-Nordhavn-Islands-i3307.html> [2021-04-25]

Figur 28: CF Møller (2017) Globen gardens [Visualisering]. <https://www.cfmoller.com/p/Globen-Gardens-i3642.html> [2021-04-25]

Figur 29 och 31: CF Møller (2020) Kulhuset, car park [Visualisering]. <https://www.cfmoller.com/p/Kulhuset-car-park-i3667.html> [2021-04-25]

Figur 32-35: CF Møller (2021). Hälsovägen [Visualisering].

Figur 36: Malin Jansson (2021).

BILAGA

Underlag semi-strukturell intervju

Semi-strukturell intervju innebär att förbereda ca 5 övergripande rubriker till diskussion, underlag med ungefärliga frågor att utgå från men intervjun måste inte följa dessa utan får inrymma oväntade vägar.

Jag vill utgå från mina 5 kategorier av visualiseringar med avgränsning på perspektivet, alltså inte prata om diagrammatiska representationer som plan och sektion. Fokus ska ligga på att undersöka hur yrkesverksamma landskapsarkitekter visualiserar tävlingsförslag. Vill också nyansera samtalet mot skapare- kontra betraktarperspektiv, samt den moraliska aspekten.

Mitt arbete syftar till att undersöka hur visuell retorik kan tillämpas på visualiseringar för att förstärka ett tävlingsförslag.

Frågor med följdfrågor:

Vilken är visualiseringens roll i tävlingsförslaget?

Hur och när används olika visualiseringar; handritat, blandteknik/collage, rendering, fysiska och 3D modeller?
Fyller de olika syften?

Vilka är deras respektive styrkor och svagheter (tid, pengar, tillgänglighet etc)?

I slutpresentationen, vilken betydelse har visualiseringen i förhållande till andra komponenter i sammanhanget, såsom text och tal?

Kan en visuellt tilltalande/påkostad visualisering kompensera för eller sälja in ett undermåligt förslag?

Vad är mest väsentligt i framställningen av visualiseringar?

Hur mottas olika visualiseringar av beställare och av allmänhet?

Händer det att visualiseringar missuppfattas eller feltolkas av beställare/juryn? Hur undviker man det?

Hur upplever du att visualiseringar utvecklats sen ni började jobba med det? Lärdomar och inställningar till visualiseringar, har det förändrats?

Framställning i relation till ny teknik?

I skapandet av visualiseringar med hjälp av utomstående konsult, hur ser den processen ut?

Hur förhåller man sig bäst till den moraliska aspekten av visualiseringar?

Är visualisering i tävlingsssammanhang ett verktyg för att övertyga?

Kan man medvetet frånga en realistisk skildring för att stärka förslaget?

Konsekvenser av att återge något som inte representerar ett verkligt resultat?

Hur används symbolism i visualiseringar?

