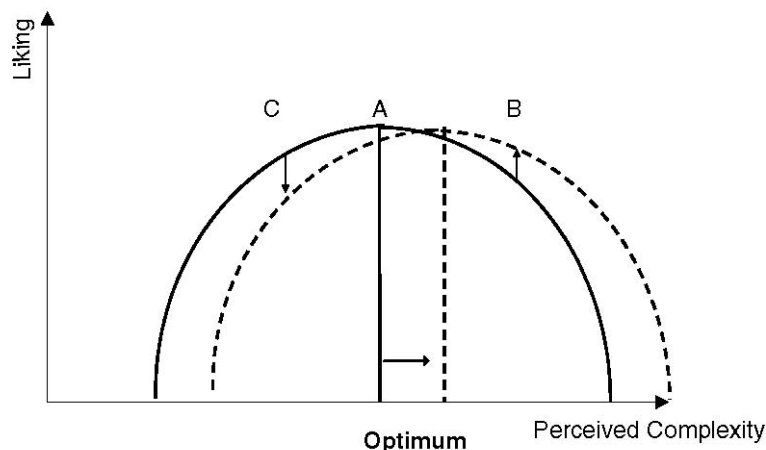


## Restaurantforsøget i Nomas selskabslokaler den 20.-22. januar 2010

Restaurantforsøgets primære og overordnede formål var at undersøge, hvordan retters kompleksitet påvirker gæsternes opfattelse af dem. Kompleksitet er kun en gang tidligere blevet belyst i en restaurantsituation (også af os på molekylær gastronomi). Derimod foreligger der en række studier med simple modelsystemer eller enkle fødevarer (f.eks. appelsindrikke (Lévy, MacRae, & Köster, 2006) og supper (Weijzen, Zandstra, Alfieri, & De Graaf, 2008) under stærkt kontrollerede forhold.

### Kompleksitet og Hedonicitet

Studier af sammenhænge mellem oplevet kompleksitet og andre oplevede egenskaber, har påvist en sammenhæng med hvor godt man kan lide det man oplever (Berlyne 1970). Denne sammenhæng er sådan, at der er en optimal kompleksitet hvor man bedst kan lide det man oplever. Denne sammenhæng er vist skematisk i figur 1. Hvor godt man kan lide eller ikke lide noget kaldes med et højpandet begreb for hedonicitet.



Figur 1: Sammenhæng mellem opfattet kompleksitet og "hedonicitet" (hvor godt man kan lide eller ikke lide noget). Figur fra (Lévy et al. 2006)

Denne teori er dog udviklet på geometriske figurer der vises på et lærred i et klasselokale på et amerikansk universitet. Det er derfor ikke givet at det passer på oplevelse og spisning af retter i en restaurantsammenhæng. Dette er denne primære hypotese vi tester i dette forsøg.

Yderligere er det blevet vist, at ens optimale "kompleksitetspunkt" kan rykkes opad, når man bliver eksponeret for noget der er lidt mere komplekst end ens optimum. Stimuli af denne slags kaldes "pacere". Ifølge teorien skulle man med tiden bedre kunne lide mere kompleksitet jo mere man bliver eksponeret for mere komplekse stimuli, hvilket er skitseret af den stiplede kurve i figur 1.

Hvis dette direkte overføres til restaurantbesøg kunne det betyde, at mennesker som er mere vant til at omgås mad af høj gastronomisk kompleksitet serveret på tallerkner som på en restaurant, og som derfor er mere eksponerede, har en højere optimal

kompleksitetsværdi end mennesker som ikke i lige så høj grad er vant til restaurantmad. Denne hypotese undersøgte vi i 2008. For at undersøge om denne hypotese er korrekt, var alle deltagende forsøgspersoner blevet udvalgt ud fra to grupper opdelt ved hjælp af deres svar i screeningsspørgeskemaet. Én gruppe bestående af forsøgspersoner som beskæftiger sig med eller har beskæftiget sig med restaurantmad i deres professionelle liv eksempelvis som tjener eller kok, og en gruppe som ikke havde beskæftiget sig med restaurant mad i deres professionelle liv. Jeg vil dog ikke afsløre resultaterne her, da de endnu ikke er publiceret.

For at undersøge kompleksitetens effekt på opfattelse og oplevelse af restaurantmad er det nødvendigt at vide, hvad man mener med kompleksitet. Kompleksitet er et utroligt svært begreb at definere da det spænder vidt, men som de fleste alligevel har en implicit forståelse af. Tidligere studier indenfor kompleksitet har både prøvet at splitte ordet op i forskellige delkomponenter men også prøvet bare at spørge ind til kompleksitet kun ved hjælp af ordet kompleksitet. Sidstnævnte har vist gode resultater hvorfor dette også blev valgt i dette forsøg.

Kompleksiteten i oplevelsen af et restaurantbesøg kan omfatte mange ting, fra indretningen af lokaler, præsentationen af maden, konstruktionen og smagen af retten etc. I dette forsøg blev præsentationen af retterne samt selve retterne (det visuelle, teksten, smagen etc.) undersøgt. Dette blev undersøgt ved at variere den fysiske kompleksitet over de tre aftener. Variationen i den fysiske kompleksitet blev designet før forsøget, så retterne ville blive opfattet anderledes (og forhåbentlig forskelligt i opfattet kompleksitet), men dog kun i en sådan grad at versionerne stadig kunne opfattes som den samme ret. Eftersom kompleksitet ikke er blevet undersøgt mere end en gang tidligere, er der næsten ingen viden om hvordan man kan påvirke niveauet af kompleksitet og dette er derfor blevet bestemt efter bedste evne. Menuen som blev serveret under restaurantforsøget, blev varieret sådan at alle gæster på en aften fik tre retter på hvert niveau (lavest, mellem, højest). Det var balanceret efter alle sensorikkunstens regler.

### **Sammenhænge med andre egenskaber**

Der findes en teori på engelsk benævnt "arousal theory (Berlyne 1967)", som angiver at man som menneske søger at være i en optimal tilstand af aktivering – det kan ses som hjernemæssig aktivering. Ved at søge stimulering, f.eks. gennem den mad vi spiser kan man påvirke sit niveau af aktivering. Det man stimulerer sig med (f.eks. en god middag på en restaurant) har en række egenskaber. Berlyne klassificerer tre typer egenskaber som disse stimuli kan have eller give:

1. Psykofysiske egenskaber – hvor intense de er og hvad det er, f.eks. salt, sprød og andre.
2. Økologiske egenskaber (f.eks. interne ændringer i forbindelse med sult, tørst og mæthed).
3. Overordnede egenskaber, som påvirker vores aktivering gennem vores opmærksomhedsprocesser (f.eks. nyhedsværdi og kompleksitet).

Det er den sidste type af egenskaber vi interesserer os for i dette eksperiment. Vi undersøgte en række andre overordnede oplevelsesegenskaber end kompleksitet og hedonicitet i eksperimentet. Vi ved fra andre undersøgelser og teorier at "nyhedsværdi",

eller nyskabende, som vi formulerede det i denne undersøgelse også kan kædes sammen med oplevet kompleksitet og hedonicitet. Denne sammenhæng er dog ikke ligefrem. Desuden er der i de seneste år fremkommet flere undersøgelser der kæder en lang række forskellige overordnede egenskaber ved produkter til oplevelsen af dem (Desmet 2002). Vi har derfor valgt at udvide antallet af indsamlede egenskaber til også at omfatte: nysgerrighed, overraskelse, velkendthed, interessant og stimulerende. Denne del af undersøgelsen er dog mere udforskende i karakter, og vi tester derfor ikke specifikke videnskabelige hypoteser, men indsamler viden om dem.

## REFERENCES

- Berlyne, D. E. 1967. Arousal and Reinforcement. In D. Levine (Ed.), *Nebraska symposium on motivation*: 1-110. University of Nebraska Press.
- Berlyne, D. E. 1970. Novelty, Complexity, and Hedonic Value. *Perception & Psychophysics*, 8(5A): 279-286.
- Desmet, P. 2002. *Designing emotions*. Delft, Netherlands: Delft University of Technology.
- Lévy, C. M., MacRae, A., & Köster, E. P. 2006. Perceived stimulus complexity and food preference development. *Acta Psychologica*, 123(3): 394-413.
- Weijzen, P. L. G., Zandstra, E. H., Alfieri, C., & De Graaf, C. 2008. Effects of complexity and intensity on sensory specific satiety and food acceptance after repeated consumption. *Food Quality and Preference*, 19(4): 349-359.