



Interessen for at måle og træne menneskets mentale helbred er stigende, siger Thomas Bjørnsten, der forsker i emnet. Arkivfoto: Nanna Navntoft

EMOTIONEL DATA

Med nye AI-baserede teknikker kan man i dag måle og analysere menneskelige følelser mere præcist og omfattende end nogensinde før.

En nylig analyse vurderer, at såkaldt "emotion driven tech" vil opnå en markedsværdi på ca. 150 mia. kr. i år 2021.

Emotionel data handler om at måle brugerens engagement og at kunne skelne mellem positive og negative reaktioner. Det betyder, at man på den enkelte bruger eller på gruppeniveau kan lave profilering af, hvad der skaber positivt engagement og motiverer.

Med denne type data opstår nye muligheder for målrettet markedsføring og ad-linking.

Kilde: Emotional Data Lab

It-forsker:

Vores følelser er blevet en eftertragtet handelsvare

Viden om dig og dine følelser er guld værd for virksomheder, når de skal markedsføre sig selv.

LASSE SKYTT

Det seneste årtis fremvækst af smartphones, sociale medier og onlineplatforme som eksempelvis Amazon har ført til, at vi nu lever i en virkelighed, hvor vores (digitale) adfærd konstant registreres og analyseres.

Og mens mange er skeptiske over for persondatapolitikken hos store tech-virksomheder som Facebook eller Google, har der i lang tid været en bevægelse over imod, at flere og flere frivilligt lader næsten alt, hvad de foretager sig, registrere. Indtil videre har det primært handlet om fitness- og aktivitetstrackere, men ifølge adjunkt og forsker Thomas Bjørnsten, der leder Emotional Data Lab ved Aarhus Universitet, vil vi fremover også se en markant interesse for at måle og træne menneskets mentale helbred.

»Vi ser lige nu flere og flere produkter og apps, som har direkte fokus på det, man med et bredt udtryk kalder "emotionel data". Disse nye wearables overvåger vores mentale velbefindende, så vi selv aktivt kan reagere på signaler, som eksempelvis en ring eller et armbånd sender tilbage til os,« forklarer Thomas Bjørnsten.

Måler modstand i huden

Et eksempel er armbåndet FEEL, som ved hjælp af sensorteknologi registrerer og analyserer brugerens emotionelle tilstand døgnet rundt. Armbåndet gør brug af en kombination af kompakte kredsløb og hurtige algoritmer til at omsætte biosignaler – for eksempel puls, hjertefrekvens og modstand i huden – til vibrationer, som kommunikerer til brugeren, når der er tegn på, at denne er ved at blive vred og stresset.

»Med en smartphone-app får man så forslag til, hvordan man optimalt kan slappe af eller blive mere positiv. Herhjemme har vi et godt eksempel i platformen Resilio, hvor man også bruger biosensor-data og aktuel forskning til at designe stress-håndteringsværktøjer,« skitserer Thomas Bjørnsten.

Kan tegne præcise brugerprofiler

En anden udvikling, der har fart på i disse år, er de stemmestyrede assistenter – Siri, Assistant og Alexa m.fl. – der har fået et tryk på speederen, i takt med at nye teknologier som machine learning og kunstig intelligens så småt har fået fodfæste, og computerprogrammerne er begyndt at lære af sig selv løbende.

»Der er lige nu et massivt kapløb i gang mellem de centrale aktører i tech-branchen om at vinde "tale/stemme-krigen". En af de allervigtigste koder, der skal knækkes for at skabe den intelligente super-assistent, er evnen til hurtigt og præcist at afkode brugerens emotionelle tilstand,« lyder det fra Thomas Bjørnsten.

Officielt kan hverken Google, Amazon, Apple, IBM eller Microsofts digitale assistenter endnu vurdere tilstrækkeligt, om et menneske er i godt eller dårligt købehumør baseret på ren stemmeanalyse. Men bag scenetæppet er der ingen tvivl om, at det mål er øverst på dagsordenen, mener forskeren.

»Når inputtet til de digitale assistenter kobles med fuldautomatisk ansigtsanalyse, som kan aflæse både humør, køn og alder, så kan man pludselig tegne meget præcise brugerprofiler,« siger Thomas Bjørnsten og nævner, at teknolo-

gien i høj grad kan anvendes i branding- og markedsføringsøjemed.

Følelser som handelsvare

Han uddyber, at interessen for AI i øjeblikket er så stor, fordi teknologien grundlæggende vil ændre vores oplevelse af digitale services fra at være "dumme" redskaber til at være noget, vi interagerer med, som var det mennesker.

»Flere forskere peger også på, at man netop kan tale om "rigtig" AI, når man ser en gensidig emotionel balance mellem det maskinelle og det menneskelige. De algoritmer, der styrer vores smartphones, mail-klienter og onlineindkøb, bliver ganske enkelt bedre og bedre til at efterligne vores måde at tale, skrive og tænke på. Og her er evnen til at simulere følelser helt afgørende. I dag taler man simpelthen om "emotion-AI",« lyder det fra Thomas Bjørnsten.

Ifølge forskeren findes der adskillige apps og produkter baseret på emotionel data.

»Fælles for dem er, at de understreger en overordnet tendens. Nemlig at vores følelsesliv er blevet en efterspurgt vare,« siger han.

I sin forskning beskæftiger Thomas Bjørnsten sig både med de konkrete produkter, men også med de større spørgsmål, som teknologien stiller.

»Jeg tror, at udviklingen med emotionel data kan få os til at tænke over en række spørgsmål. Vil emotionel data "bare" skabe bedre og mere funktionelle apps og services, eller bliver det i stedet en regulær erstatning for vores menneskelige, emotionelle arbejde, så vi selv er fri for det? Det er den slags spørgsmål, der gør det spændende at følge udviklingen de kommende år.«



Vi ser lige nu flere og flere produkter og apps, som har direkte fokus på det, man med et bredt udtryk kalder "emotionel data".

Thomas Bjørnsten, leder af Emotional Data Lab ved Aarhus Universitet