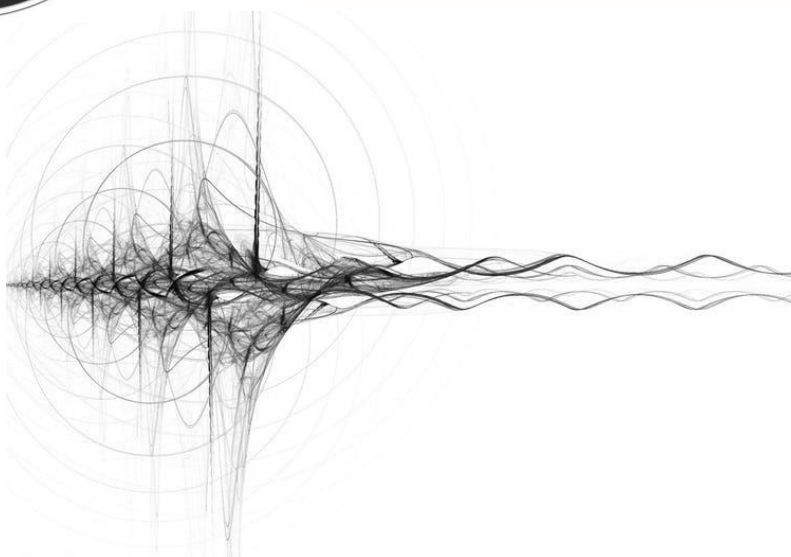


# LYD

i

## det offentlige rum

Teknologiprojekt oplæg



STRUER STATSGYMNASIUM  
STX - HHX - HTX - HF - EUD/EUX - IB - 10. KLASSE  
KOSTSKOLE

## Lyd i det offentlige rum

Alle kan relatere til lyd. Alle frembringer lyd og de fleste kan høre lyd. Vi bruger lyd til at kommunikere, signalere og navigere. Lyd kan behage os og stresse os. Den påvirker os overalt og hele tiden - også når vi sover. Påvirkningen er bevist eller ubevist, kontrollerbar eller ukontrolleret, behagelig eller ubehagelig. Lyd kan være musik, tale, støj eller stilhed, hørbar eller ikke hørbar, naturlig eller unaturlig.

Der anvendes ofte visuelle tegn til at guide os rundt. Vi er omgivet af informationsskærme, skilte, tekster, farvede reklamer og et væld af andre visuelle påvirkninger. Der er også eksempler på at lyd bruges til at styre vores adfærd, for eksempel i fodgængerovergange hvor et lydsignal ofte supplerer lyssignalet og hjælper svagtseende sikkert gennem trafikken. Der er findes dog en lang række situationer, hvor svagtseende ikke har samme mulighed for at få informationer som normalt seende.



Lyd kan også bruges i forbindelse med markedsføring og adfærdskontrol – på nogle skoler spilles der stille musik om morgenen, mens eleverne ankommer og mere livlig musik i pauser, hvor der er ønske om at eleverne har fysisk aktivitet. I mange butikker spilles baggrundsmusik, der har til formål at få kunderne til at slappe af og tilbringe længere tid i butikken – med mere indkøb til følge. Lyd er meget anvendelig til denne form for påvirkning – nudging – da indflydelsen foregår ubevidst, men alligevel er kraftfuld.

Se nedenstående videoer til inspiration omkring hvordan lyd påvirker os og bør tænkes med ind i arkitektur og byplanlægning:

[Julian Treasure: The 4 ways sound affects us](#)

[julian treasure why architects need to use their ears](#)



## Projektoplæg 1: Lyd og liv i byrummet

Byens puls – et begreb som hænger sammen med den atmosfære man oplever på et givent sted i en by. Atmosfæren hænger sammen med den funktion der på stedet. Et torv med cafeer. Et trafikeret kryds. En gågade med butikker. En legeplads. En parkeringsplads. Atmosfæren skabes af flere elementer, men den lyd som er der, er med til at understøtte oplevelsen, og er med til at skabe atmosfæren. Og dermed med til at gøre det til et sted vi ønsker at være og opholde os.

Man kan arbejde med lyd, som en del af designet i forbindelse med byplanlægning, og man kan arbejde med installationer og kunst for at gøre stederne mere interessante. Se nedenstående som inspiration:

[Sound Art, Sound Installations, Sonic Inspiration](#)

[Lyd i arkitektur](#)

I Struer arbejdes med at få lyden ind i planlægning eller tænkning på mange områder, gennem at 'brande' byen og kommunen som "Lydens by". Det ses i festivalen "Struer Tracks", og det ses i blivende installationer på forskellige pladser.

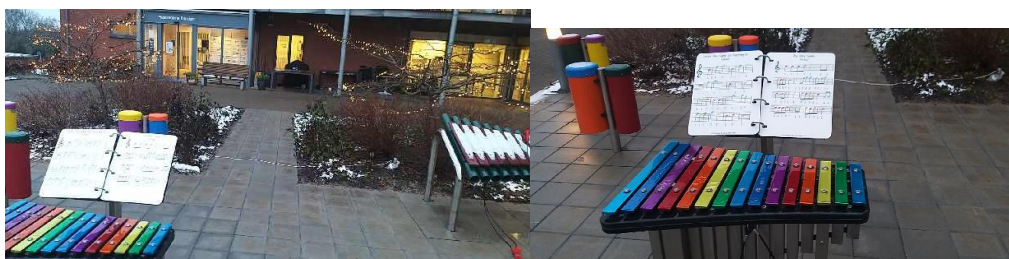
I skal tænke en konkret plads og lave forslag til, hvordan oplevelsen af pladsen kan forbedres eller underbygges med lyd. Kunden er kommunen. Brugere er dem, der kommer på pladsen. Målet er at der kommer flere på pladsen, og at de opholder sig længere på pladsen.

### Case 1: Legepladsen



Her er målet at oplevelsen af de enkelte legeredskaber bliver forøget ved at de kan mere end det de umiddelbart signalerer. (At de også kan noget med lyd når de bruges). I skal bygge en fungerende prototype med sensorer og lyd, der udvider oplevelsen på mindst et konkret legeredskab, og teste det af som minimum i en model.

### Case 2: Orkesterpladsen foran plejehjemmet



Her er målet at de instrumenter der allerede står på pladsen, bliver brugt mere. Kunne kunden være interesseret i, at instrumenterne kunne spille 'af sig selv'? Og hvis ja til dette, skal det så kun være på bestemte tidspunkter af dagen?

### Case 3: En valgfri plads i Struer eller opland

## Projektoplæg 2: Lyd som element til at påvirke adfærd.

Nudging betyder at man gennem forskellige virkemidler påvirker adfærd. Reklamer er en slags, lyssignaler i en fodgængerovergang en anden. Nudging er typisk mere subtil eller underspillet så det virker underbevidst. Det bruges både udenfor og indenfor. Det bruges i butikker til at få os til at købe mere.

For inspiration se:

[Harnessing the Power of Sound](#)

[Nudge: 6 simple strategies to influence behaviour](#)

[Adfærdsøkonom nudger fulde folk på Distortion](#)

### Case 1: Øget salg af en bestemt vare i en dagligvarebutik

I skal udvikle et produkt, der ved hjælp af nudging, forsøger at få kunden til at købe mere af en bestemt fødevarer – eller mindre af en anden fødevarer. I bør gøre jer overvejelser om, hvordan man indsamler viden om kunders nuværende handlemønstre, og om hvordan man specifikt kan måle, om jeres produkt så har den ønskede virkning.

I skal lave en prototype og teste den af med brugere for at overbevise kunden (butiksbestyreren) om at det har en effekt.



### Case 2: Nudge besøgende i parken til at bruge motionsudstyr

I parken i Struer findes der et udendørs fitnesscenter, hvor brugerne gratis kan træne i det fri. Intet dyrt kontingent. Alligevel står maskinerne ofte ubrugte hen. Hvordan skaber man mere liv og en højere grad af anvendelse af maskinerne i parken ved hjælp af nudging? I skal fremstille en prototype, der øger brugen af motionsudstyret i parken, samt kunne måle, om jeres produkt har nogen effekt.

### Case 3: En situation, med et delmål, kunde og brugere i selv vælger og kan argumentere igennem.

Kender I til andre situationer, hvor nudging kunne finde en anvendelse? Hvem er kunden, og hvem er brugerne?



## Projektoplæg 3: Lyd og læring

Ud over at skabe stemning eller atmosfære, at skabe øget oplevelse eller at lave adfærdsregulering kan man også tænke, at man kan bruge lyd som element i forbindelse med oplysning og læring. I får her et programskellet til at lave en quiz med lyd og tilhørende billeder. (fugle og fuglesang).

Vi kobler hurtigt lyd til forskellige ting, som vi har lært eller oplevet. Og et enkelt lydclip kan hurtigt skabe en kobling til en bestemt situation. Se fx:

[Movie QUIZ \(movie sound clips\)](#)

[Sounds of the World - An Audio Quiz | True Travel](#)

### Case 1: Den faglige quiz

Find et tema til en quiz ud fra det udleverede eksempel. Find lyde og billeder, der passer til temaet. Test det af og forhold jer til, om I har fundet de rigtige eksempler i.f.t. at give quiz en sværhedsgrad, der matcher brugerne. Kunden kunne være en gymnasieærer, eller måske en museumsansat, der har en ide til et bestemt tema. Elever i den klasse, som læreren ønsker at lave quiz'en til kunne være brugerne. (Kan være elever fra jeres egen klasse, men ikke jer selv).



[The Super Mario Effect - Tricking Your Brain into Learning More | Mark Rober](#)

### Case 2: At bekæmpe demens med lyd og billeder

Man kunne måske forestille sig en anvendelse, hvor quizen koblede billeder af familiemedlemmer sammen med skilte med deres navne på. Eller lydbidder med deres stemmer, deres latter, eller at de sang en melodi.

### Case 3: Find selv på et eksempel, hvor quizen kunne finde anvendelse

Tænk over hvem kunden og brugerne er.