



På vej mod LYDMUREN

Musik og lyd kæmper hver dag om vores opmærksomhed i butikker, restauranter, på pladser og gader i butikker. På otte år er brugen af musik i butikker og restauranter steget med over 30 procent, og i sommer kom der også lyd i S-togene, da DSB indførte reklame-tv. Efter en storm af klager har DSB nu lovet at skru ned for lyden, men man kan ikke stoppe udviklingen, siger eksperterne. Musikken er kommet for at blive.



AF Lene Dall Foto: Nikolaj Linerose Illustration: Hanneette Vahle

Lyrshøj Søcenter er mandag eftermiddag. Gæstene er fyldt med musik. I indhegningen til venstre, og på Store Torv midt i centret, hvor de spiller Amy Winehouse.

Ikke værre berolgende eller dæmpende. Det er nærmere aktivt musik, spillet, eller lyden der vækker følelsen, og at man kan høre det hele, er nærmest i et center.

Niels Ege har i 12 år arbejdet med hvordan lyd og musik påvirker mennesker, og hvordan man ved at sætte de rigtige lyde sammen kan skabe musik, der får folk til at gå på. En mandag eftermiddag er han taget ned til Berlingske Tidende på tur rundt til tre steder, mange kendte, og hvor lyd og musik har forskellige roller. Lyrshøj Søcenter er et af dem.

Mens det er ikke kun i Lyrshøj Søcenter, at Niels Ege og de andre berømte eksperter bruger forskellige slags lyd og musik. I løbet af en almindelig dag er vi omgivet af det overalt. Vi oplyses af lyd, musik, spillet, eller lyden til musik i vores smartphones eller iPod, når vi skal til og fra arbejde. Men musikken og lyden oplyser os også i butikker og mange andre offentlige rum. I supermarkeder, når vi skal handle ind, i banken, hvor vi træffer vigtige aftaler for fremtiden og på hospitalet, når vi har det værst.

Faktisk er brugen af musik i butikker og restauranter på bare otte år steget med 34 procent. Det viser tall fra organisationen ICMA, der sætter musikens interesser ved at forvalte ophavsretigheder.

Det seneste eksempel på lyden og musikens indtrængning i den offentlige sfære er i S-togene, hvor DSB i juni indførte reklame-tv. Siden da har DSB har oplevet en regulær klagerstorm i form af over 300 henvendelser og klager fra rejsende, der enten er uaflyttede eller har forslag til forbedringer af tv- og lydskærmen. Igenom flere protestgrupper blev datter på Facebook. I sidste uge kapitulerede DSB overfor de mange protester og besluttede at skru ned for lyden.

Men det er meget opmærksomhed på hvordan og hvordan vi bruger lyd. På den ene side får vi at vide, at det er vigtigt at informere mere, fordi vores hjerne er afhængig af at kunne få de nødvendige oplysninger, men på den anden side, og man i det hele taget leder sig godt til, så laver man over tid et associeret lydbillede, som bliver mere og mere lydbillede. Det kan være, når man er i en butik, som sælger sig selv, siger Torben Klumpp, der er professor og ekspert i lydbilleder og lydbilleder for Af-sættelseskommission på Copenhagen Business School (CBS).

«Over tid kommer, at når man har det godt, så synes forbrugeren af tal ikke så voldsomt, som hvis man er stresset.» Det forklarer også hvorfor supermarkeder spiller musik og musik og skruer op og ned for musikens tempo i løbet af dagen, hvor er det som musikgruppen, der spiller ind.

Så højt lyder din hverdag
Vores hverdag er fuld af forskellige lyde. Her er en opgørelse over, hvor højt tingene i vores hverdag lyder. Målt i decibel.



GRUNDLAGT 1799
5. SEKTORER

KR. 25,00
NR. 243 LØG. 35

LØRDAG
04.09.2010

Tidende
Berlingske
WWW.BERLINGSKE.DK

**»HER SPILLER MAN
POPMUSIK ALLE STEDER.
JEG VED EGENTLIG IKKE, HVAD
DET SKAL GØRE GODT FOR.
BUTIKKERNE HAR IKKE
SNAKKET SAMMEN.«** NIELS EJE

der ligger omkring seks kilometer fra Lyngby Storcenter.

Selvom ferie- og forlystelsesæsonen er ved at være forbi, er der mennesker på Bakken. De mange forlystelser har glade gæster. Og lydene er heller ikke gået på ferie. Der er fuld skrue på baggrundsmusikken, der spænder lige fra Johnny Deluxes »Dreng som mig« til Kim Larsens klassiker »Ta mig med til Jøanne«. I skøn sammensætning med forlystelsernes »ding« og »døng« der er umulige at ignorere. Også for Niels Eje.

»Vi får tonsvis af påvirkninger her, men det er mere acceptabelt. Vi forventer lyde af rutsebaner og folk, der skriger. Mange af lydene er her for at påkøbe sig folks opmærksomhed, så de kan bruge nogle penge,« siger Niels Eje. Han forklarer, at selv om vores hjerner er i stand til at sortere i lydene, så kan det være stressende at opholde sig i miljøer, hvor de ikke er kontrollerede.

Steder som Bakken er ikke ene om at bruge lyd og musik på en kreativ måde. I det københavnske byrum har arkitekter tænkt alternativt og ladet lyde og musik spille for forbi-passerende ved Solbjerg Plads på Frederiksberg.

På pladsen er der placeret 33 højtalere under jorden, og en cd er sat til at afspille forskellige lydoptagelser fra naturen, der varer over en 40 minutters periode.

»Ideen har været at give så meget naturoplevelse som muligt midt inde i byens, fortæller landskabsarkitekt og kreativ direktør i arkitektfirmaet SLA, Stig L. Andersson, der står bag indførelsen af lyd i arkitekturen på Solbjerg Plads.

»Det giver en bredde og en rummelighed. Det påvirker ens umiddelbare opfattelse, og inden du begynder at reflektere over det, så reagerer kroppen på miljø-lydene, friser, der kvækker, eller myg der summer rundt.«

Et andet sted i København med musik i gadebilledet er Hovedbanegården. Her har DSB siden 2002 haft positive oplevelser med at skrupe op for den klassiske musik ved den sydvestlige indgang for at forhindre, at området bliver brugt som opholdssted. DSB kalder det »march-musik, der skal skabe en stemning, så folk ikke har lyst til at blive stående, men i stedet spadserer videre.

MEN HVORFOR OPFATTER VI noget lyd som positiv og anden som negativ?

Det handler ganske enkelt om de følelser, musikken skaber hos os, mener Peter Vuust, der er hjerneforsker ved Center for Funktionelt Integrativt Neurovidenskab (CFIN) ved Århus Universitetshospital. Det er hans speciale at forske i musikens indflydelse på vores hjerner.

»Musik er et fremragende følelsesmæssigt virkemiddel, ligesom det visuelle. Musik skaber forventninger og kan tit tilføre noget følelsesmæssigt til den situation, vi er i. Specielt noget følelsesmæssigt, som vi ikke lige opdager. Den har også den evne, at den meget hurtigt kan skabe en stemning,« forklarer Peter Vuust. Han fortæller også, at hvis man hører 200 millisekunder af et stykke musik, så kan man afkode en ret præcis følelse.

»Musik er faktisk et kommunikationsmiddel, selv om mange mennesker ikke tænker over det. Det vil sige, at musik, selv om det ikke er så konkret som sproget, kommunikerer noget til os,« siger Peter Vuust.

»Vores øjne reagerer på de ting vi fokuserer på, og det har jo begrænset synsfelt, hvorimod lyde kan man høre i 360 grader. Man kan høre lyde om hjørner.«

Netop erfaringen med at bruge musik til at kommunikere har Niels Eje også gjort. Det sidste sted på lydruten denne eftermiddag er derfor Intensivafdelingen på Bispebjerg Hospital, hvor han har designet den lyd, som bliver spillet for patienterne.

»Alarmerne på vores udstyr er rimelig høje. De siger ding, ding, ding. Det kan for eksempel være respiratoren som indikerer, at noget er galt, blodtrykket, der falder eller medicinpumperne, som skal skiftes. Det ser

roligt og stille ud nu, men når man ved, hvad der er foregået i løbet af dagen, har det været en hård omgang,« fortæller klinisk oversygeplejerske Carsten M. Pedersen. Sammen med Niels Eje står han stolt og peger på 10 musikafspillere i hver sin afdeling af stuen. Han har været en af initiativtagerne til brugen af musik som »medicin« til patienterne, når de vågner op efter en operation.

Musikken, som bliver spillet, er »MusicCares«, der er komponeret af Niels Eje og bygger på videnskabelige undersøgelser. Den seneste artikel med forskningsresultater er lige blevet trykt i tidskriftet European Journal of Cardiovascular Nursing og viser, at »MusicCares« kan reducere amerikanske hospitalpatienters angst med 50 procent.

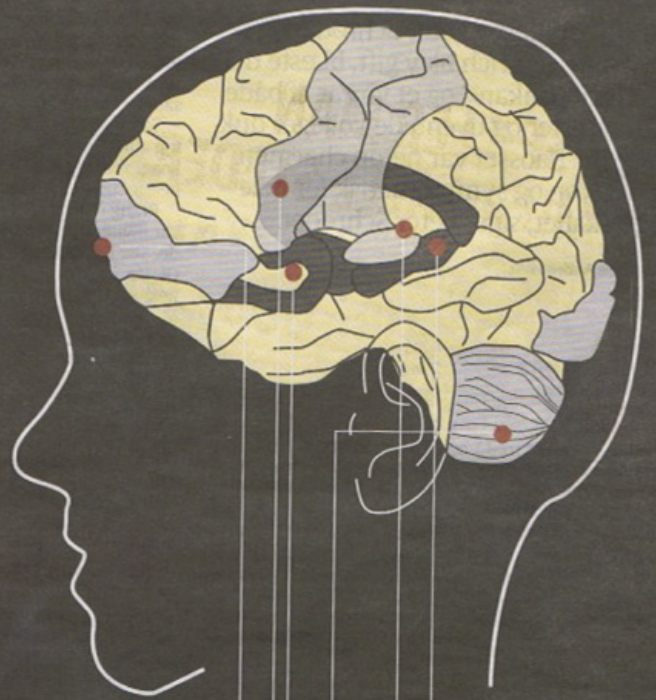
»Gennem alle årene har vi oplevet, at musikken kan gå ind og tage fokus fra de ubehagelige lyde, som sikrer mange patienter,« forklarer Niels Eje.

CARSTEN M. PEDERSEN har også gode erfaringer med at bruge netop musik til at skabe behagelige omgivelser. Derfor har Bispebjerg Hospital nu investeret i otte musikafspillere, der er designet, så lyden er retningsbestemt, og patienten får den bedste lydoplevelse under operationen, i opvågningen og på Intensivafdelingen.



Musik på hjernen

Musik påvirker hjernen på forskellige måder. Derfor er det også på mange niveauer i hjernen, at vi oplever musik. Det er mekanismer i hjernen, der bidrager til, at vi får en bestemt følelse af musik. Kurante lyde gør os opmærksomme på ting, hvorimod vi opfatter runde og harmoniske lyde som mere positive.



Frontallappen

Den forreste del af hjernen, som danner sæde for højere kognitive funktioner og spiller en afgørende rolle i forbindelse med bl.a. beslutningstagning, personlighed og social adfærd.

Hjernebjælken

Forbinder højre- og venstre hjernehalvdel.

Mandelkernen

Er en del af det limbiske system.

Hørebarken

Er involveret i hjernens basale behandling af lyd og lydige mønstre.

Hippocampus

Del af det limbiske system, som er involveret i dannelse af erindringer og rumlig hukommelse.

Lillehjernen

Spiller en rolle i forbindelse med automatisering og

Musiker og komponist Niels Eje i Lyngby Storcenter. For ham er en tur i storcentret et rent »lydkaos«. Foto: Nikolai Linares



Musik og lyden er altså kommet for at blive. Der er mere af den, og den er alle vegne. Den skal skabe følelser, få os til at købe mere eller give os oplevelsen af natur i byrummet. Men for fremtiden vil vi måske lægge mindre mærke til den, end vi gør i dag, for brugen af musik er ved at blive langt mere professionel, siger eksperter i detailhandelen, lyddesignere, hjerneforskere og organisationerne KODA og Gramex.

»De sidste fire-fem år har vi arbejdet meget med musikkens værdi i forhold til markedet og til at vejlede omkring det. Det bliver brugt mere og mere. Vi ved også, at de, som begynder at bruge musikken i deres virksomheder, fortsætter med det,« siger markedschef hos Gramex, Lene Rauch, der har fået et stigende antal henvendelser fra butikker om, hvilken musik, butikkerne skal spille for deres kunder.

Det samme gør to danske lyddesignfirmaer, Mood Media Denmark og Audiowise, der

havde en tredobling i antallet af kunder og omsætning.

Og spørger man arkitekturbranchen, skal vi kigge mod Japan for at få et billede af fremtidens lyd.

»I Japan har jeg oplevet, at der på hoved- og shoppinggaden i en lille landsby stod en højttaler på alle lysmaster, som spillede traditionel japansk harpemusik. Det er en slags muzak, men det er en avanceret form for muzak, der er med til at skabe en harmoni i hele byrummet,« siger landskabsarkitekt Stig L. Andersson.

»Jeg tror, at man vil blive meget mere bevidst om, hvordan vi bruger lyden - ligesom man er i mange andre sammenhænge.«

Det samme mener Johnny Sårde:

»Japanerne er langt fremme og har allerede forskellige lyddesigns implementeret i det offentlige rum. Det er for eksempel fra når du skal hæve penge i en pengeautomat til når du går ind gennem døren i et super-