

PERCEPTION AF AUDIOVISUELLE HJEMMESIDER



Kandidatspeciale

Udarbejdet af Jonas Lund Krogsøe

Aalborg Universitet, November 2009

Musik og Informationsteknologi, multimedier

Sideantal: 52,2

INDHOLDSFORTEGNELSE

Indledning.....	1
Problemformulering.....	3
Metode.....	3
Internettets udbredelse og udvikling.....	5
Det moderne internet.....	6
Programmeringssprog og webindhold.....	8
Udbredelsen af lyd på internettet.....	9
TEORERISK AFSNIT.....	10
Lydens merværdi.....	10
Organisering af lyd.....	13
Relationen til publikum.....	15
AV-perception.....	17
Lydeffekter i film og på hjemmesider.....	19
Musik på hjemmesider.....	21
Musik og følelser.....	23
Publikums fokus og opmærksomhed.....	25
Lydbrug på hjemmesider.....	27
Interaktivitet og transdiegese.....	28
ANALYTISK AFSNIT.....	30
Indsamling af empirisk data.....	30
Opbygningen af brugerundersøgelsen.....	31
Caseanalyser.....	33
Hjemmeside nr. 1.....	33
Hjemmeside nr. 2.....	35
Hjemmeside nr. 3.....	38
Hjemmeside nr. 4.....	39
Hjemmeside nr. 5.....	41
Analysemetode.....	43
Meningskondensering og analyse.....	43
Evaluering af meningskondensering.....	47
Konklusion.....	48
Litteraturliste.....	51
Abstract.....	53

Bilag A – Brugerundersøgelse

Bilag B – Besvarelser af brugerundersøgelse

Indledning

I de senere år er der sket store fremskridt indenfor den teknologiske udvikling, og it-produkter bliver løbende bedre og hurtigere og falder relativt hurtigt i pris. De er derved blevet endnu mere tilgængelige for et bredt udsnit befolkning. Udviklingen er nået til et punkt, hvor næsten alle danskere har adgang til en computer enten i hjemmet eller på offentlige institutioner som f.eks. biblioteker eller på skoler. Efter samme mønster er hastigheden og udbredelsen af internetforbindelser forøget voldsomt – og prisniveauet er faldende. Internetforbindelser med høj hastighed er som følge heraf tilgængelige over hele landet, og internettet er sågar trådløst tilgængeligt i det offentlige rum. I betragtning af denne voksende skare af mennesker, som dagligt eller jævnligt benytter internettet både erhvervsmæssigt og som privatpersoner og forbrugere, er der ganske givet et stort potentiale for at udbrede kommercielle interesser netop på internettet. Jeg oplever da også, at der findes flere og flere kommercielle hjemmesider, prisdatabaser og andre forbrugerrelaterede hjemmesider. Internettet er derfor i dag formentlig det førende medie, der benyttes som informationskilde, når der søges efter produktrelateret information.

Udviklingen af hjemmesider har da også fulgt med, og i dag ses flere og flere avancerede hjemmesider på nettet. For blot få år siden var flertallet af hjemmesider statiske dvs. uden bevægelig grafik og lyd mv., men i dag benytter mange hjemmesider Flashelementer, dynamisk programmering, og de programmerings-teknologiske fremskridt udnyttes dermed i højere grad. Dette skyldes formentligt også den stigende professionalisering af udviklingsbranchen – med fremkomsten af uddannelsesområder som multimedie-designere, datamatikere, multimedieuddannede osv. Nu hvor ovenfor beskrevne teknologiske forudsætninger er til stede, benyttes da også i højere grad auditivt kommunikerende elementer på hjemmesider. Ganske givet foreløbigt kun på relativt få hjemmesider set i forhold til den enorme mængde af tilgængelige hjemmesider, men dog efterhånden på mange hjemmesider, som henvender sig til et bredt publikum. Hermed forstås, at det er store virksomheder, som udvikler flertallet af disse avancerede hjemmesider – virksomheder som sælger produkter i hele verden og til en bred målgruppe f.eks. bilproducenter og spiludviklere mv. At det trods alt er de færreste virksomheder, der producerer disse såkaldt avancerede hjemmesider, har formentligt også sin begrundelse i de relativt store omkostninger, der er ved udviklingen af professionelle, avancerede hjemmesider.

Baseret på min generelle interesse for emnet og på min specifikke research i forbindelse med denne opgave er jeg kommet frem til, at der i dag findes en mængde hjemmesider, som er relativt statiske, men som dog afspiller baggrundsmusik. Derudover er der i stort omfang hjemmesider, som fungerer som distributionsmedier for musik – såsom youtube.com og myspace.com med flere. Disse er brugerportaler,

der giver registrerede brugere adgang til at uploade egne video- og musikproduktioner – både på professionelt og på amatør niveau. Derudover er der et stort marked for bannerreklamer med lyd, som er integreret på et ret stort antal af hjemmesider. Disse bliver i folkemunde ofte karakteriseret som ”møgirriterende” pga. de relativt højlydte og overraskende lydsekvenser, der som regel afspilles, når musen føres ind over disse reklamebannere. Nærværende opgave behandler en række eksempler på den type af hjemmesider, som jeg anser for at være modeller for fremtidens internet – de avancerede, multimodale hjemmesider, som animerer, integrerer filmsekvenser, benytter lyd osv., og som er gennemarbejdede og professionelt udviklede. De er oplevelsesorienterede hjemmesider, som i samspillet mellem auditiv og visuel kommunikation benytter udtryksformer og virkemidler¹, som også ses i forbindelse med filmmediet (og reklamefilm); herunder diegetisk og ikke-diegetisk lyd. Der ses dog også eksempler, der har nogen lighed med den transdiegetiske lydbrug, som primært kendes fra computerspil.

I denne opgave er det min hensigt at beskrive og analysere lydens rolle på hjemmesider og at se på, hvordan lyd perciperes i audiovisuelle medier. Der beskrives og etableres en teoretisk begrebsverden, som har sit udspring i filmanalyse og analyse af lyd i computerspil, men som via case-beskrivelser af en række avancerede, multimodale hjemmesider forenes med analysen af auditiv kommunikation på hjemmesider. Der indhentes empiriske data via en internetbaseret spørgeskemaundersøgelse, som indhenter både faktuelle informationer og de adspurgtes holdninger til de indtryk, der kan opnås på audiovisuelle hjemmesider, der i dette tilfælde eksemplificeres ved 5 udvalgte hjemmesider, som jeg vurderer, er gennemarbejdede og professionelt udviklede. Gennem min undersøgelse søges det klarlagt, om den adspurgte gruppe af respondenter anser det for at være et plus, at hjemmesider har en lydside overhovedet, og jeg søger en opklaring af, hvorvidt prioriteringen af lyd på hjemmesider forbedrer helhedsindtrykket af en given hjemmeside og dermed også forbedrer den kommercielle værdi af samme.

¹ Ved udtrykket hjemmesiders virkemidler refereres til udtrykssystemer, som f.eks. kan være billeder, animationer, film, musik, lydeffekter mv.

Problemformulering

Opgavens formål er at redegøre for den audiovisuelle kommunikation på udvalgte, kommercielle hjemmesider ud fra henholdsvis et tekstanalytisk og receptionsanalytisk perspektiv: Hvordan foregår samspillet mellem auditiv og visuel kommunikation, og hvordan styrker det audiovisuelle betydningshele brugernes oplevelse af disse hjemmesider?

Metode

For at klarlægge og opnå en forståelsesramme for hvorvidt og hvordan en audiovisuel hjemmeside fungerer som kommunikationsmedie – særligt i kommercielt henseende, beskæftiger denne opgave sig med at beskrive den helhedsoplevelse, der opnås, når der etableres et samspil mellem auditive og visuelle virkemidler. Dette er et emneområde, som jeg ikke finder, er beskrevet i stort omfang. Derimod forefindes en større mængde teoretisk materiale omkring samspillet af samme udtrykssystemer inden for filmens verden – og desuden indenfor computerspillets verden; det vil sige fra andre audiovisuelle medier, som har en stor lighed med webmediet i kraft af de virkemidler, der benyttes. Således er den mere avancerede type af hjemmesider, som beskrevet i indledningen, fyldt med filmklip, animationer, billeder, tekst, lyd og musik. Trods den nedtonede grad af narrative forløb på hjemmesider, er de auditive og visuelle virkemidler i høj grad de samme. Dertil kommer, at de interaktive muligheder, webmediet byder på (i lighed med computerspil, men i mindre grad), tilføjer endnu en mulighed – nemlig muligheden for påvirkning af publikum til at agere og navigere. I forhold til det kommercielle aspekt arbejder jeg ud fra den tese, at hvis brugere af en hjemmeside gennem de forskellige virkemidler, der benyttes, får en positiv oplevelse af virksomheden eller et produkt, så er de velvilligt indstillede og muligvis mere tilbøjelige til f.eks. at købe produktet. For at beskrive virkemidlerne på hjemmesider tager jeg udgangspunkt i teori hentet primært fra lignende audiovisuelle medier. Da mange af de audiovisuelle udtryksmidler er de samme i film som på hjemmesider, og da der i begge tilfælde er et publikum, der forholder sig til medierne, finder jeg det relevant at undersøge audiovisuelle perceptions- og kognitionsteorier inden for filmmusikforskningen med henblik på at identificere analyse- og perceptionsteknikker i filmmediet, som med fordel lader sig overføre på webmediet. Bl.a. hentes begrebet "added value" fra Michel Chions bog *Audio-Vision: Sound on Screen*², som kan bruges til at give en række beskrivelser af, hvordan lydsiden i film eller på et website tillægger betydning til billedmaterialet. Chions pointe er, at lyden udvider publikums registreringer, og derved tillægger lydbrugen merværdi til den samlede oplevelse.

² Chion, Michel, *Audio-Vision: Sound on Screen*

Derudover benytter jeg teoretisk materiale af Birger Langkjær, som redegør for udviklingen i perception af lyd i filmmediet. Herfra henter jeg en række analysekategorier omhandlende musik og reallyd, diegetisk og ikke-diegetisk lyd samt måder at beskrive og forklare perceptionen på; herunder publikums aktive rolle i oplevelsen. Hvor Langkjærs tidligere bøger Filmlyd & filmmusik³ og Den lyttende tilskuer⁴ fokuserede på filmmediet, sker der i hans artikel Mediernes lyd – En multimodal analysemetode⁵ det spændende i forhold til min opgaves emnefelt, at han inddrager andre audiovisuelle medier end film f.eks. tv-programmer, computerspil og reklamer på nettet. På samme måde uddrager jeg nogle analysekategorier fra Iben Haves artikel Musik og følelser i danske tv-dokumentarer⁶. Artiklen handler primært om musikkens evne til at påvirke stemninger og følelser. Der henvises desuden også til begrebet transdiegese, som beskrevet af Kristine Jørgensen⁷, som beskriver en række elementer, som primært forefindes i computerspil.

I forbindelse med denne opgaves emnefelt, finder jeg det relevant at indhente empirisk baggrundsmateriale, som kan dokumentere nogle udsagn omkring en given gruppe testpersoners internetvaner og holdninger til de auditive input, som de får fra hjemmesider. Der er flere tilgængelige metoder, hvormed man kan indhente denne information: de primære metoder er interviews, fokusgruppeinterviews og spørgeskemaundersøgelser – traditionelt opdelt som henholdsvis kvalitative metoder (interviews) og kvantitative metoder (primært spørgeskemaundersøgelser). De respektive metoder har fordele og ulemper, og for eksempel skriver Niels-Henrik Hansen, at *"principielt er der ikke nogen forskel i værdien af den viden, man får fra de forskellige metoder"*.⁸ I denne opgave har jeg valgt at benytte spørgeskemaundersøgelser som metode med henblik på at få et bredere indblik i holdningerne til emnet. Metoden er frugtbar derved, at den selv med ret begrænsede ressourcer kan indhente svar fra et relativt bredt udsnit af den målgruppe, der tages udgangspunkt i. Selv om brugen af spørgeskemaundersøgelser traditionelt betegnes som en kvantitativ metode, mener jeg, at udformningen af spørgsmålene i denne opgave er så søgende efter holdninger, at man ikke udelukkende kan betegne dem som kvantitative. De giver tilpas meget rum til uddybning til, at jeg nærmere vil beskrive metodevalget som værende en gråzone mellem det kvalitative og

³ Langkjær, Birger, Filmlyd & filmmusik. Fra klassisk til moderne film

⁴ Langkjær, Birger, Den lyttende tilskuer

⁵ Langkjær, Birger, Mediernes lyd - En multimodal analysemetode

⁶ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer

⁷ Jørgensen, Kristine, Lyd som grensesnit – når dataspillets lyd bliver funktional

⁸ Hansen, Niels-Henrik, Spørgeskemaer i virkeligheden, s. 11

det kvantitative – jævnfør Ole Riis beskrivelse i bogen *Metoder på tværs*⁹, hvor han redegør for, at man godt kan analysere kvantitative informationer kvalitativt, og omvendt.

Jeg har derfor udarbejdet en internetbaseret brugerundersøgelse til indsamling af empirisk materiale – fakta og holdninger i forbindelse med brugen af audiovisuelt kommunikerende hjemmesider. Undersøgelsen tager udgangspunkt i 5 konkrete hjemmesider, som jeg foretager analytiske case-beskrivelser af – de respektive hjemmesiders brug af lyd beskrives kort i relation til de teoretiske analysekategorier. Der fremgår i disse case-beskrivelser eksempler på, at samspillet mellem de auditive og visuelle virkemidler kan kategoriseres på samme måde som i bl. a. film.

De indkommende svar fra spørgeskemaerne analyseres efterfølgende under indflydelse af de i teori-afsnittet udpegede relevante kategorier med henblik på at kunne konkludere noget om, hvordan interview-personerne opfatter lydbrugen på de udvalgte analysehjemmesider. På baggrund af analysen af de indkomne svar forsøger jeg at konkludere på effekten af audiovisuel kommunikation på hjemmesider i forhold til oplevelsesniveauet – og dermed også i forhold til den kommercielle effekt af audiovisuel kommunikation på hjemmesider.

Internettets udbredelse og udvikling

I dette afsnit præsenteres et rids af internettets historiske udvikling, og jeg fremkommer med nogle refleksioner over det moderne internets karakter og udbredelse. Ligeledes beskriver jeg kort hjemmesiders programmeringssprog og de muligheder og begrænsninger, disse giver. Fremkomsten af de teknologier og afviklingshastigheder, som vi kender i dag, er nemlig de grundlæggende forudsætninger for, at man i det hele taget kan tale om en vis udbredelse af lyd på hjemmesider.

Ønsket om udbredelse af viden, som bl.a. danner grundlag for internettets oprindelse og udbredelse, har rod helt tilbage til oplysningstiden, hvor bl.a. den franske filosof Diderot udarbejdede det første større leksikon. Viden havde indtil bøgernes og leksikas udbredelse været forbeholdt datidens kongelige hof og kirken. Viden var kilden til fastholdelse af magt, og derfor havde disse institutioner interesse i ikke at sprede oplysningstidens tanker, og i ikke at sprede ny viden i det hele taget. Udbredelsen af bøger og leksika mv. bidrog til, at viden spredtes til videre kredse i samfundet, og denne spredning af information og lærdom fik derfor også politisk betydning – og har medvirket til dannelsen af de moderne vestlige

⁹ Riis, Ole, *Metoder på tværs*, s. 98 - 100

samfundsopbygninger, vi lever med i nutiden. En tidlig fortæller for den form for vidensdeling, som internettet bidrager med, var engelske HG Wells, som var af den overbevisning, at en stor videnskabelig akkumulering af viden ville være et vigtigt våben mod tyranniske diktatorer. Nogle af disse tanker luftes bl.a. i et foredrag med titlen "The Brain Organisation of The Modern World"¹⁰ i slutningen af 1930'erne. Omkring dette tidspunkt var mikrofilmen ved at være et udbredt medie for lagring af viden. Gennem en række år efter anden verdenskrig arbejdede mange med ideen om at lave et større netværk af computere, som havde adgang til delt viden. Videnskabsmanden og forskeren Vannevar Bush¹¹ opfandt bl.a. informationsmaskinen "Memex", som gjorde det muligt via kode at hente dokumenter frem. Den tekniske grundsten til det egentlige, nutidige internet så dog først dagens lys med det Pentagon støttede ARPA projekt (Arpanet), som blev koblet op på fire universiteter via nogle af de første minicomputere (IMPer). I løbet af første halvdel af 1970'erne blev andre lande koblet på systemet, og i 1989 var 10.000 computere på netværket. Først i 1991 udviklede Cern¹² det, vi i dag kalder "world wide web" – den protokol, som er grundstenen i det moderne internet. I løbet af 90'erne og helt frem til i dag har der foregået en rivende udvikling både i forhold til hardwareteknologien og i forhold til softwareudviklingen. Tilsyneladende bliver der kortere og kortere mellem hver ny generation af hardwareelementer. Det id, som hver computer og netværksenhed, der logger på internettet identificeres via, er den såkaldte IP-adresse. Den nuværende ip-protokol er baseret på 32-bit teknologi (IPv4) og muliggør godt 4 mia. unikke adresser. For at komme denne begrænsning til livs, er der nu udviklet en ny ip-protokol, som kaldes IPv6, og som i kraft af 128 bits teknologi muliggør et enormt antal unikke adresser (340 sekstillioner)¹³. Problematikken omkring manglen på ip-adresser kan bruges til at illustrere internettets omfang – og hastighed i udbredelse.

Det moderne internet

Internettet bruges i dag som primus motor for deling af viden via hjemmesider. Omfanget af denne vidensdeling spænder meget vidt og omfatter information fra aviser, universitetsforskning, produkt-information og reklame, biblioteksdata, personlige hjemmesider og meget mere. Den store spændvidde af indhold, der præsenteres på nettet, har været udgangspunkt for en til stadighed voksende palette af forskellige systemer, programmeringsværktøjer og programmeringssprog. De første hjemmesider var ganske enkle i deres opbygning, og de indeholdt kun beskedne mængder af grafik i lav opløsning. De præsenterede primært tekst og kunne navigeres rundt på via et simpelt menusystem udgjort af såkaldte

¹⁰ http://www.stedetsomikkeer.dk/debat/hist/060198_soerenv.html

¹¹ http://www.stedetsomikkeer.dk/debat/hist/060198_soerenv.html

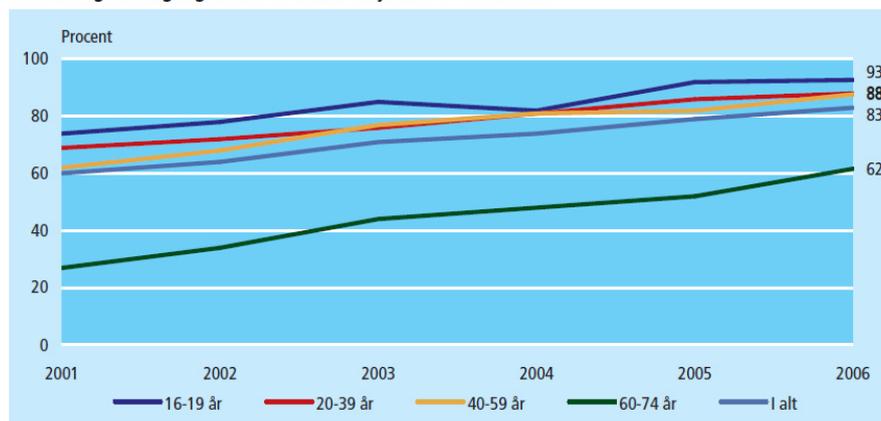
¹² CERN er et europæisk center for forskning i partikelfysik, grundlagt i 1954. Kilde: <http://da.wikipedia.org/wiki/CERN>

¹³ <http://da.wikipedia.org/wiki/IPv6>

hyperlinks (link til web-indhold). Indtil for kun ganske få år siden foregik adgangen til internettet via et modem, som via telefonnettet tillod overførsel af data ved meget langsomme hastigheder. Denne teknologi er i dag udbygget væsentligt, både hvad angår hastigheder og opkoblingstid. Den mest udbredte opkoblingsform i dag er ADSL, som også har forbindelse til internettet via kobberkabler på det eksisterende telenet. Fremtidige opkoblingsteknologier som f.eks. fibernet (lysleder kabler) tillader væsentligt hurtigere forbindelser – der findes desuden også relativt hurtige trådløse opkoblingstyper. Denne udvikling af internettets hastighed er en væsentlig forudsætning også for udviklingen af webmedierne. Eftersom grafik, film og lyd udgør forholdsvis store datamængder er det en forudsætning for en fornuftig brug af mediet, at et bredt udsnit af internettets brugere benytter hurtige opkoblinger, for at deres pc'ere skal kunne vise datatunge hjemmesider. Alternativt vil indlæsningen af en given hjemmeside, som benytter flere og tungere medietyper, gå alt for langsomt til at blive benyttet i praksis. De senere år er højhastigheds – eller relativt hurtigt – internet dog også nærmest blevet allemandseje. Prisen på ADSL forbindelser er hastigt faldende – og landets internetmæssige dækningsgrad er så stor, at kun en relativt lille procentdel af danskere ikke har adgang til disse hurtige forbindelser. Med udbredelsen af fibernet vil hastigheden formentlig tage et væsentligt skridt opad i de kommende år. En beskedne forudsigtelse kunne gå på, at behandling og brug af webmedier formentlig kommer til at foregå med samme hastighed online, som den i dag foregår direkte på brugernes egne computere (offline). Nedenstående graf viser udviklingen i Danmarks befolknings adgang til internettet fra hjemmet i perioden 2001 til 2006. Vi kan se, at Danmark har en stor udbredelse af internetadgang – grafen slutter med 83 % af den samlede befolkning i 2006. Ikke overraskende viser grafen også, at især gruppen af 16 – 19 årige benytter internettet i stor udstrækning; i 2006 er det 93 % af denne aldersgruppe, som har internetadgang fra hjemmet. Vældig interessant er det også, at den ældste gruppe af adspurgte, 60 – 74 år, er kommet med på internet-bølgen i en ret stor stigningstakt – fra omkring knap 30 % i 2001 til 62 % i 2006.

Figur 1

Befolkningens adgang til internettet fra hjemmet, efter alder



Programmeringssprog og webindhold

Det mest udbredte programmeringssprog indtil i dag (og fortsat) er html-sproget, som tillader opbygning af hjemmesider i tabeller og rammer, hvori der kan integreres billeder, tekst og hyperlinks – med relativt simple indstillingsmuligheder. I forhold til avanceret brug af grafik, animation, lyd og video, er denne teknologi derfor en forholdsvis stor begrænsning. Når en hjemmeside opbygges i html (evt. sammen med et stylesheet) genindlæses hele hjemmesiden, hver gang man bevæger sig til et nyt punkt i navigationsstrukturen¹⁴. Denne programmeringsmodel umuliggør f.eks. det at afspille kontinuerlig baggrundsmusik. Programmet Flash er bl.a. udviklet for at imødekomme behovet for brug af flere typer af mediefiler. Flash tillader, at man animerer grafik, integrerer både video og lyd, og en hjemmeside udviklet i Flash genloader typisk ikke siden. Man har som webudvikler derfor frie hænder i forhold til at benytte både musik og film m.m. i sit design. I programmet Flash arbejder man med grafiske elementer placeret på en tidslinje, hvorved udviklingen kan minde om klipning og udvikling af film. Derudover er det muligt at integrere f. eks. lydclip, som ikke nødvendigvis påvirkes af de handlinger, der udspiller sig på tidslinjen.

Udover Flash benyttes i dag også i AJAX teknologien i stort omfang, som ved en kombination af JavaScript (objektorienteret scripting sprog) og XML kan opdatere hjemmesideelementer uden at påvirke resten af den pågældende hjemmeside. På f.eks. DR's hjemmeside kan man se eksempler på, hvordan AJAX teknologien åbner for mulighed for en større grad af interaktivitet på ellers relativt statiske hjemmesider. F.eks. oplever man på DR's forside¹⁵ en boks, hvor man kan "slide" og navigere mellem en række aktuelle nyhedsindslag, uden at siden skal indlæse en helt ny underside. Mange hjemmesider kombinerer i øvrigt i ret stort omfang de forskellige programmeringssprog; man kan således i dag indsætte et Flashelement i selv en simpel html-side – dette kan også opleves på DRs forside, hvor både et topbanner, og medieafspillere er Flashelementer, som er integreret i en ellers ikke-Flashbaseret hjemmeside.

Det er desuden også værd at nævne, at mens internetforbindelserne bliver hurtigere og hurtigere, bliver f. eks. komprimerings-codecs til musik mere og mere effektive. Den tidlige udbredelse af musik på nettet f.eks. via itunes og andre netbaserede musikforretninger har nødvendiggjort og udbredt en række komprimeringsalgoritmer, som mindsker filstørrelsen af musiknumre. Mp3-formatet er det mest udbredte, og det er ikke kun i forbindelse med musikhandel på internettet, at dette format benyttes. I kraft af at et gennemsnitligt nummer komprimeres fra ca. 50 MB (Wav-format) ned til mellem 3 og 4 MB i Mp3

¹⁴ Medmindre siden er Frame-baseret – dette er dog en relativt gammeldags metode til opbygning af hjemmesider.

¹⁵ www.dr.dk

formatet, er den blotte reducere i datamængde medvirkende til, at man uden væsentlige forsinkelser i indlæsningen af hjemmesider kan afspille f.eks. baggrundsmusik på hjemmesiderne.

Udbredelsen af lyd på internettet

I kraft af det omfang af hjemmesider, som internettet i dag giver adgang til, er det meget svært at sige præcist, hvor udbredt det er at benytte lyd på hjemmesider. I 2007 udgav Klaus Bruhn Jensen og Rasmus Helles¹⁶ en undersøgelse af omfanget, hvor de inddrog 195 hjemmesider. Af disse benyttede kun 29 % lyd. Undersøgelsen redegjorde for, at brugen af lyd er begrænset til relativt få varianter, herunder især ambient baggrundsmusik på personlige hjemmesider og lydeffekter, som efterfølger museklik. Jævnfør ovenstående beskrivelse af den teknologiske udvikling, er det dog min fornemmelse, at der er sket en stor udvikling på området siden 2007, og at brug af auditive elementer dels er blevet mere udbredt¹⁷, og dels at brugen af lyd samtidig er blevet mere kompleks. Der integreres i højere grad videoelementer, som f.eks. kan indeholde soundtracks, og der animeres i højere grad overgange mellem forskellige undersider (Flash-hjemmesider), som også understøttes af auditive elementer. Trods stort potentiale (jævnfør Favourite Website Awards)¹⁸ for at producere hjemmesider med et gennemarbejdet samspil mellem lyd og billede er den gængse udnyttelse af lyd på hjemmesider dog stadig fortrinsvist begrænset til underlægningsmusik og auditive reaktioner på museklik. Mange hjemmesider er relativt statiske i deres visuelle udtryk. Hermed mener jeg, at der på sådanne sider ofte ses stillestående billeder med minimal animation, og hvor grafikken kun forandres, når brugeren aktivt navigerer rundt på det pågældende website – ofte ændres endda kun det tekstlige indhold på hjemmesiden.

Min gennemgang af internettets udvikling og nuværende tekniske muligheder på de foregående sider tjener til at forklare den pointe, at de senere års programmeringstekniske udvikling er en væsentlig forudsætning for, at man kan snakke om udbredt audiovisuel kommunikation på hjemmesider. Uden Flash og brug af andre moderne udviklingsværktøjer, og samtidigt den store udbredelse af internettet blandt befolkningen, ville nettet naturligvis stadig være multimedialt – men ikke i samme omfang indeholde film, animation, musik og interaktive muligheder udover den basale navigation. Den teknologiske udvikling er altså ved at være på et niveau, hvor det rent teknisk er muligt i meget højere grad end tidligere at integrere lyd på hjemmesider. Som jeg senere vil komme ind på, ser man i dag nogle af de mest avancerede

¹⁶ Bruhn og Helles, The silent web, s. 185

¹⁷ Se f.eks. hjemmesiden <http://www.thefwa.com/> som er et website, hvor der dagligt kåres "dagens hjemmeside" – disse hjemmesider er avancerede, og en stor del af dem benytter både lydeffekter og underlægningsmusik.

¹⁸ <http://www.thefwa.com/>

hjemmesider hos kommercielle firmaer, som tilsyneladende bruger mange ressourcer på at udvikle funktionelle, informative og appellerende hjemmesider – og en del af dem har lydeffekter integreret.

TEORERISK AFSNIT

I min research til denne opgave har jeg som tidligere nævnt kunnet konstatere, at der er en ringe udbredelse af teorier og analyser, som behandler lyd på internettet. Derimod findes der en del teori, som tager udgangspunkt i andre audiovisuelle medier, først og fremmest i filmlyd og filmmusik. Jeg finder en del af dette materiale brugbart i forhold til nærværende opgaves emne, da materialet giver grundige beskrivelser af, hvad lyd i forhold til billedet bibringer publikums perception. Som beskrevet i det indledende afsnit benytter jeg således begreber og analysekategorier hentet fra særligt Michael Chion, Birger Langkjær, Iben Have og Kristine Jørgensen.

Lydens merværdi

I første omgang indkredser jeg, hvad det specifikke er, som lyd kan i forhold til billedmediet. Jeg tager her afsæt i Michaels Chions bog *Audio-Vision: Sound on Screen*¹⁹, fordi han i bogen giver nogle brugbare redskaber til at forklare, hvordan den valgte lydlig understøttelse af billedmaterialet farver beskuerens opfattelse af billedet – og omvendt. Walter Murch skriver i sit forord til bogen, at lyden længe har været underlagt synets dominans i perception og analyser af filmmediet. Han skriver *"whatever virtues sound brings to the film are largely perceived and appreciated by the audience in visual terms – the better the sound, the better the image"*²⁰. Murch priser Chions arbejde for netop at udforske lydens betydning grundigt og for at sætte sine iagttagelser i system, så lydbrugen og dennes betydning kan analyseres. Det centrale begreb i Chions arbejde, *Added Value*, definerer han selv således: *"By added value I mean the expressive and informative value with which a sound enriches a given image so as to create the definite impression"*²¹. *Added Value* beskriver altså den merværdi, som tale, musik og andre lyde tilføjer til beskuerens opfattelse. Ifølge Chion er det ofte sådan, at det undgår publikums opmærksomhed, at også lydende farver opfattelsen af billedmaterialet, og at billedet derfor ikke i sig selv ville efterlade beskueren med den opfattelse, som han eller hun sidder med efter at have set en given filmsekvens.

¹⁹ Chion, Michel, *Audio-Vision: Sound on Screen*

²⁰ Chion, Michel, *Audio-Vision: Sound on Screen*, s. viii

²¹ Chion, Michel, *Audio-Vision: Sound on Screen*, s. 5

Chion behandler en række eksempler på, hvordan lyd kan bruges til at påvirke publikum, så vi danner os bestemte opfattelser (f.eks. lyd som tale, som musikbrug og som formende tidsforløb eller tidsmæssighed). Et af de forklarende eksempler, som han bruger til at tydeliggøre sammenhængen mellem lydeffekter og publikums opfattelse, er brugen af kommenterende tale. Han beskriver en filmsekvens²², hvor man på optagelser fra en flyveopvisning ser en blå, skyfri himmel, hvor tre flyvemaskiner flyver henover himlen. En stemme kommenterer samtidigt: "Here are three small airplanes". Kommentatoren kunne lige så vel have sagt: "The weather is magnificent today" eller lignende. Beskueren ville således have fokuseret på den blå himmel i stedet for på de tre små flyvemaskiner (en skelnen mellem de to analysekategorier figur og grund). Chions pointe er hermed, at opfattelsen af billedmaterialet bliver stærkt påvirket af det auditive i filmsekvensen – lydbrugen kommer i eksemplet til at strukturere eller dreje publikums umiddelbare fortolkning af billedmaterialet i en bestemt retning. Jeg er ikke umiddelbart stødt på gode eksempler på kommenterende tale i min research på hjemmesider, men mere på eksempler, hvor lyd på anden måde spiller sammen med billedsiden.

Ligesom det er tilfældet med tale, beskriver Chion også, hvordan musik kan påvirke opfattelsen af en films visuelle forløb. Producenten kan understøtte de handlinger og følelser, som en filmscene formidler, ved eksempelvis at spille storlået og fyldig musik, mens filmscenen viser en panorering henover et område med storlået natur. Eller musikken kan modsat køre i sit eget tempo og forløb uafhængigt af billedsiden formidling. Begge måder at anvende musik på kan forstærke bestemte følelser eller fortolkninger af filmscenens indhold. Chion bruger begreberne "*empathetic effect*"²³ om førstnævnte musikbrug og "*anempathetic effect*" om sidstnævnte. Han omtaler desuden, at der også findes andre musikalske effekter udenfor disse to kategorier²⁴. Dette forhold, at musik og lyd enten understøtter den visuelle formidling eller kører sit eget løb, er et analyseaspekt, som også andre forskere har interesseret sig for. F.eks. har det nogen lighed med de analysebegreber, som Langkjær kalder henholdsvis korresponderende eller kontrapunktisk lydbrug, hvilket der gives en beskrivelse af længere fremme i teksten.

Et tredje væsentligt analysefelt, som Chion interesserer sig for er, hvordan lyd i kombination med det grafiske udtryk har evnen til at påvirke den temporale opfattelse af det samlede audiovisuelle indtryk. Chion argumenterer for, at mennesker opfatter billeder og lyde med forskellig hastighed. Især lyde som er

²² Chion, Michel, Audio-Vision: Sound on Screen, s. 6 - 7

²³ Chion, Michel, Audio-Vision: Sound on Screen, s. 8 - 13

²⁴ Chion, Michel, Audio-Vision: Sound on Screen, s. 8-13

nye for lytteren, opfattes meget hurtigt i hjernen, også meget hurtigere end billedmateriale gør. Han henviser til sammenligningen mellem en person, som læser nogle sætninger, i forhold til at høre dem læst op. Opfattelsen af budskabet sker her noget hurtigere ved den auditive præsentation. Dertil tilføjer han, at det gør en forskel, om det f.eks. er musik, som lytteren er bekendt med, der afspilles – i dette tilfælde flytter opmærksomheden sig nemmere væk²⁵. Denne forskel i opfattelseshastighed udnyttes ofte i film, selvom publikum sjældent vil være opmærksomt herpå. Ser man f.eks. på en kampscene fra en Kungfu-film, sker slag og spark i så højt et tempo, at øjnene rent faktisk næppe kan registrere alle bevægelser. Men her kommer lydeffekterne til hjælp for publikums opfattelse af den skildrede situation. Ved anvendelse af Chions added value-begreb kan det forklares, at alle bevægelser alligevel registreres hos publikum i kraft af de hurtigt forekommende lydeffekter, som markerer alle slag. Således udnyttes den hurtigere auditive opfattelseshastighed, og publikum oplever ved hjælp af lydbrugen netop den omtalte merværdi. Samme lydbrug kan benyttes på hjemmesider; her er der på samme måde mulighed for at præsentere publikum for hurtigt repeterende eller skiftende billeder, som formentlig overstiger øjets opfattelseshastighed, idet både animation og integreret film er anvendte virkemidler på hjemmesider. Også et statisk billede i en film kan tilføres en tidsmæssighed ved hjælp af lyd, sådan at publikum trods en fastfrysning i billedbrugen alligevel har en oplevelse af, at der medgår tid. Chion nævner et eksempel på dette "*atemporal static shots are inscribed into a time continuum via the sounds of dripping water and footsteps*"²⁶. Lydbrugen har også stor betydning for, hvor opmærksomt publikum er, og hvordan omtalte tidsmæssighed bliver skabt og oplevet.

Chion beskriver følgende faktorer²⁷ ved lydbrugen, som alle har indflydelse på publikums temporale perception:

- Hvordan lyden bliver opretholdt; dvs. om lyden er jævn og kontinuerlig, eller om den er ujævn og afbrudt. En ujævn lyd skaber mere opmærksomhed, end en jævn gør.
- Lydens forudsigelighed; her påpeges det, at den mindre forudsigelige musik eller lyd gør publikum mere opmærksomt og giver en større fornemmelse af tidsmæssig progression.
- Tempo; tempoet har betydning, men ikke nødvendigvis i den forstand, at et hurtig/langsomt tempo giver en større tidsmæssig fornemmelse – det er ifølge Chion mere et spørgsmål om, hvorvidt der benyttes et jævnt og regulært tempo, eller om det er et omskifteligt tempo, der forefindes.

²⁵ Chion, Michel, Audio-Vision: Sound on Screen, s. 11

²⁶ Chion, Michel, Audio-Vision: Sound on Screen, s. 13

²⁷ Chion, Michel, Audio-Vision: Sound on Screen, s. 14 - 16

- Lydens definition; musikkens og lydsporets frekvensmæssige placering – høje frekvenser skaber umiddelbart mere opmærksomhed end lave.

Chion behandler således en lang række forhold i sammenhængen mellem forskellige typer af lyd og publikums perception, og han påviser, at publikums opmærksomhed har stor betydning for deres oplevelse af fiktionsuniverset og den merværdi, som lydsiden genererer. Jo mere opmærksomt og interesseret publikum er, jo bedre lykkes det den audiovisuelle fiktion at gøre indtryk på sit publikum – eller at skabe en audiovisuel kontrakt, som Chion kalder det.

På samme måde som Chions begreb "added value" synes relevant for min behandling af emnet, har jeg fundet brugbare begreber og analysekategorier i nogle af Birger Langkjærs publikationer. I sin bog *Filmlyd & filmmusik* fra 1997 er han drevet af en vis indignation over det visuelle dominans i filmanalyse og –historie. På trods af, at vi oplever filmmediet audiovisuelt, bliver lydsporet og det auditives betydning generelt overset. Men denne bog giver han et vægtigt bidrag til en systematisk og historisk beskrivelse af lydens og musikkens betydning for den audiovisuelle filmoplevelse. Denne historisk fokuserede gennemgang tjener som baggrund for hans videre arbejde som beskrives i følgende afsnit.

I sin bog *Den lyttende tilskuer* fra 2000 behandler Langkjær lydæstetikken i nyere filmkunst – en beskrivelse af lydens og musikkens betydning for den audiovisuelle filmoplevelse. Meget på linje med Chion interesserer han sig for at beskrive og undersøge musikkens betydningskabende rolle. Han behandler filmmediets audiovisuelle karakter med en række grundlæggende spørgsmål om, hvad det egentlig er, vi som tilskuere gør med musik og reallyde og om, hvad lydsiden gør ved filmen. Og han er ligesom Chion optaget af, hvordan brugen af forskellige lydæstetiske udtryk kan få publikum til at lytte på forskellige måder. Langkjær er enig med Chion i, at man netop bør inddrage forholdet til publikum og herunder publikums følelsesmæssige reaktioner. I *Den lyttende tilskuer* argumenterer han for, at der bør arbejdes med at forstå lydens og musikkens betydningskabende rolle ved hjælp af en tilskuerorienteret vinkel. I det følgende vil jeg redegøre for nogle af Langkjærs centrale begreber – begreber som tjener til analyse og organisering af lyd i filmmediet, og som han siden overfører til andre audiovisuelle medier. Afslutende kommer jeg ind på den tilskuerorienterede model, som han udvikler.

Organisering af lyd

Langkjær introducerer indledningsvist to begreber – musik og reallyd – som indgang til en undersøgelse af publikums perception af udtryksformerne i audiovisuel fiktion. Han undersøger forholdet mellem film og tilskuer, mellem perception og følelse og samspillet mellem lydteknologi og de sansemæssige udtryk, som

reallydene frembringer. I sit arbejde introducerer han en række definitioner og knytter nogle forklaringer til disse – som f.eks. de basale definitioner reallyd og musik. Reallyden har en årsag, det kan f. eks. være en dør, der smækker uden for billedet eller en person, der affyrer et skud med en revolver – vi ser scenen og hører lyden samtidigt. Lyden peger så at sige på sig selv og sin årsag. Om musik siger Langkjær, at den dels kan bruges direkte som en reallyd, hvor vi f.eks. ser og hører et band spille i en scene, og dels kan den bruges mere metaforisk, hvor f.eks. en naturscene er underlagt strygermusik. I sidstnævnte eksempel bidrager musikken til at skabe stemningen, uden at vi som publikum forventer, at billedsiden skal indeholde et strygerorkester.

Videre arbejder Langkjær med to definitioner, hvormed han foretager en skelnen mellem de forskellige lyde – nemlig kategorierne diegetisk og ikke-diegetisk lyd. Diegetisk lyd er lyd, som afvikles i en films univers. Lyden er en del af filmens handling, og den er til stede for filmens aktører. Hvis der optræder diegetisk musik i en film, kan den både virke årsagsbestemt og metaforisk, f.eks. hvis en barscene ledsages af live musik fra det lokale band – her er musikken både årsagsbestemt og bidrager til skildringen af barens stemning. Musikken er både en del af scenen og bidrager til publikums fortolkning. Ikke-diegetisk lyd er lyd, som kun er til stede for publikum. Lyden ledsager handlingen i filmens billedside, men indgår ikke som hørligt element for filmens aktører; det kan f.eks. være gysergenrens brug af høje stryger-toner i filmiske scener, der er optakt til et mord. Ikke-diegetisk lyd kan være musik, som enten er originalkomponeret filmmusik, eller det kan være en films brug af eksisterende musik f.eks. popmusik. Der er en tendens til, at store episke filmproduktioner, som typisk har et betragteligt produktionsbudget, benytter originalkomponeret musik, f.eks. Titanic, mens genrer som actionfilm og ungdomskomedier i højere grad benytter eksisterende pophits. Brug af eksisterende popmusik i film minder i nogen grad om egentlige musikvideoer. Her er det tilfældet, at musikken er komponeret først, og det visuelle univers skal derefter fortolke musikken for beskueren. Man ser også eksempler på, at bestemte sange både optræder i en film og udgives som musikalbum samtidig. Med valg af underlægningsmusik til en film kan der endvidere skabes referencer til andre lignende film. Forudsat at publikum kender de anvendte konventioner og koder, er det muligt allerede ved mødet med filmens lydside at placere filmen i en given genre. Musikken er således i stand til at skabe intertekstualitet både til lignende film i samme genre og til andre medier. Således kan musikken både anvendes i en film og i andre audiovisuelle medier såsom computerspil og på hjemmesider og som et element i markedsføring og salg af merchandises fra filmens univers (f.eks. Terminator, James Bond, Ringenes Herre, Disney-film og mange flere). Det vil sige, at visuelle mediers musikside benytter sig af kendte koder, vi som publikum uden vanskeligheder forstår og lader os påvirke af. Musikken er på den

måde i stand til at danne bro, og den tager os ubesværet med over i andre medier og perceptioner, hvor den hjælper os med at afkode det nye medie.

Relationen til publikum

Frem for blot at iagttage og beskrive billedsiden og de forskellige lydelementer mener Langkjær, at det er vigtigt at inddrage beskueren. Samtidig med, at man specificerer og undersøger filmens konkrete udtrykselementer, må man indtænke publikum som aktivt seende, lyttende og perciperende. *"Lyd og musik skaber ikke forbindelser af sig selv. De bruges til noget af tilskueren, der aktivt skaber filmen som sammenhængende fiktionsunivers"*²⁸. Alle elementer i det audiovisuelle univers stimulerer publikums oplevelse, men det er det enkelte individ, der opfatter de forskellige visuelle og auditive stimuli, fortolker dem og sætter dem ind i en sammenhæng, der giver mening for ham eller hende. I denne meningsskabelse hos publikum fremfører Langkjær, at rangorden eller rækkefølge af elementerne ikke har betydning for publikums perception: *"Filmens ekspressive elementer hierarkiseres ikke naturgivent således, at dialog altid er vigtigere end musik, der er vigtigere end reallyd. De ekspressive elementer fokuseres i højere grad efter, hvorvidt de kan indgå i og få mening i kraft af skiftende interesser hos tilskueren"*²⁹. Således argumenterer han for, at publikum opfatter billed- og lydsidens enkeltelementer som et samlet hele, og at det er publikums personlige forudsætninger og øjeblikkelige interesser, der styrer perceptionen: *"Filmtilskueren filtrerer og bearbejder på et basalt sanseniveau vedvarende en lang række stimuli, der på en gang kan fremkalde beslægtede oplevelsesformer, der ikke er indeholdt i de konkrete stimuli (det synæstetiske), men som samtidig opsummerer de sansebundne indtryk i perceptuelle helheder (det syntetiserende). Vi husker måske blodet i en sort-hvid film som rødt (det synæstetiske) og husker, vi blev skræmt, men glemmer den konkrete musik, kameravinklen og måden lyset faldt på (det syntetiserende)"*³⁰.

For Langkjær er det altså væsentligt, at man i perception af musik i audiovisuel fiktion inddrager publikums følelser som et afgørende element for skabelsen af betydning. Han påpeger en risiko for kun at benytte forsimplede, skematiserede analysemodeller, som alene diskuterer forholdet mellem lyd og billede. F.eks. mener han, at man skal tage sin analyse videre end blot at behandle analysekategorier som korresponderende / kontrapunktisk lydbrug (dvs. enten korresponderer lyden med billedsiden, eller også fungerer den kontrapunktisk, hvorved lyden tænkes at være modsætningsfuld eller asynkron i forhold til billedsiden

²⁸ Langkjær, Birger, Den lyttende tilskuer, s. 39

²⁹ Langkjær, Birger, Den lyttende tilskuer, s. 37

³⁰ Langkjær, Birger, Den lyttende tilskuer, s. 36

indhold). Ifølge Langkjær giver det ikke mening kun at behandle lyd-billedforholdet isoleret. Relationen til publikum skal inddrages. En bestemt fortolkning hos publikum vil ofte skabes i en øjeblikkelig syntese, netop fordi den bliver understøttet af andre ekspressive udtryk eller ud fra filmens forudgående begivenheder. Han konkluderer at *"Min pointe er, at hvilke fortolkninger vi end foretager, så oplever vi ganske enkelt ikke en modstilling af de to sansekanaler, men syntetiserer dem umiddelbart og uproblematisk i en samlet forståelse af den sceniske situation"*³¹. Langkjær anerkender Chions skelnen mellem empatisk og anempatisk musik som analysekategorier, men understreger samtidig, at der er svagheder og manglende præcision i de analyser og karakteristikker af lydets betydning i audiovisuelle produktioner, som normalt gives. Han fremhæver derfor igen, at det er vigtigt at forstå musikken ind i dens emotive samspil med publikum og fremfører, at *"Musik er ikke bare lystig eller tungsindig, smuk eller gribende; den er det i en given kontekst med en given motiv tilskuereffekt, der på ingen måde kan afledes direkte af musikkens ekspressive karakter. Musik i film er altid kontekstualiseret. Og omvendt er den i samme bevægelse kontekstualiserende."*³² Videre argumenterer han for, at musik i film skaber en både formmæssig og emotionel ramme om den audiovisuelle perception, og at den har betydning for den grad af virkelighedsskildring, som filmens elementer kan opnå, og endelig at musikken indgår i den løbende kontrakt eller forhandling om fiktionens forløb, der hele tiden foregår med publikum. Langkjær argumenterer for, at filmproduktet som sådan i lige så høj grad er en auditiv som en visuel konstruktion – en filmscenes lydbrug opfordrer til en bestemt type lytteaktivitet. *"På samme måde som et visuelt perspektiv kan lede tilskuerens blik mod en genstand eller måske snarere en relation mellem to afbillede personer, kan den selektive lyd tilsvarende fremhæve noget fremfor andet."*³³

For at fastholde et fokus på filmens forhold til publikum og dets følelsesmæssige reaktioner foreslår Langkjær en ny analysemodel, som i forhold til tidligere modeller netop skulle kunne tage dette samspil mellem artefakterne og tilskuernes aktive bearbejdning af oplevelsen med ind i modellen. Han præsenterer, at man kan diskutere audiovisuel betydning på fire niveauer³⁴, der relaterer sig til publikums aktive bearbejdning af oplevelsen.

- A. Sensorisk niveau, hvor filmens udtrykselementer analyseres
- B. Perceptionsniveau, hvor der foretages en syntese af de oplevede elementer

³¹ Langkjær, Birger, Den lyttende tilskuer, s. 47

³² Langkjær, Birger, Den lyttende tilskuer, s. 49

³³ Langkjær, Birger, Den lyttende tilskuer, s. 108

³⁴ Langkjær, Birger, Den lyttende tilskuer, s. 50

- C. Receptionsniveau, hvor tilskuerens reaktioner og evalueringer indgår
- D. Diegetisk og narrativt niveau, hvor det oplevede ses ind i en erfaringsstruktur eller mental ramme

Senere videreudvikler Langkjær denne model, så den sigter bredere, og også rummer overvejelser over andre audiovisuelle udtryksformer. I 2006 udgives Mediekultur nr. 40, i hvilken Langkjær netop bidrager med en videreudvikling af sin model³⁵, så den nu er brugbar til at beskrive, hvordan lyden indgår i andre audiovisuelle medier, og hvordan de lydige elementer kan analyseres i flere medietyper. Det er denne, senere model, som jeg herefter vil knytte nogle kommentarer til.

AV-perception³⁶ i fire niveauer

Som i sine tidligere publikationer tager Langkjær i sin nyeste bearbejdning af modellen udgangspunkt i, at en film eller andre former for audiovisuelle medier skaber en række mentale processer hos publikum, når han eller hun ser og bearbejder audiovisuelle indtryk, som påvirker flere sanser samtidigt. For at kunne iagttage og analysere på processerne, foreslår modellen at gøre arbejdet operationelt ved hjælp af en opdeling, selv om publikums registreringer snarere finder sted samtidigt og i vilkårlig rækkefølge.

Analysemodellen "*beskriver forskellige niveauer, der er aktive i forbindelse med reception af medier. Der er således ikke tale om et flowdiagram, hvor trin 1 følges af trin 2 osv. Niveauerne skal snarere betragtes som processer, der er aktive på samme tid, og som alle indgår i forskellige feedbackmønstre på kryds og tværs.*"³⁷

1. *Et sensorisk specifikt sanseniveau.*

Dette niveau fokuserer på det audiovisuelle medies konkrete form, hvor de enkelte elementer opfattes, f.eks. billedsiden, stemmer, musik, realløyd, musikalske del-elementer, analyse af hele lydspektret og udskillelse af enkeltlyde. Musikkens karakter som eksempelvis ekspressiv eller metaforisk opfattes, der sker en genkendelse af musikstilen eller af det konkrete stykke musik osv.

2. *Et tværmodalt perceptionsniveau.*

Publikum opfatter primært ting, personer, situationer, udtalelser og begivenheder i filmens eller mediets tid og rum, hvad enten dette er fiktivt eller dokumentarisk. Sekundært opfatter publikum

³⁵ Langkjær, Birger, Mediernes lyd

³⁶ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s. 21

³⁷ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s. 20

mediets artefakter såsom teknik, lyd kvalitet eller stil (f.eks. markant kamerabevægelse, voldsom lydeffekt eller musikalsk bemærkelsesværdig markering).

3. *Kognitiv og følelsesmæssig evaluering.*

Publikum opfatter de samme elementer og artefakter, som i niveau 2, men med fokus på hvilken betydning det observerede har for publikum og for det emne eller de personer, som publikum sympatiserer med. Ligeledes evalueres artefakter vedrørende teknik og stil, og publikum opfatter former for afsendermarkering som f.eks. en overraskende narrativ drejning, stilsift, lyd påvirkning eller udfordring af sine mentale forestillinger. Iagttagelserne betinges af publikums kognitive og emotionelle reaktioner.

4. *Mentale rammer.*

På det fjerde niveau sættes publikums generaliserede viden i spil. Vi trækker på såvel almen som specifik viden, følelser og erfaring, for på den måde at danne mening i alle de andre observationer. Vedrørende almen viden opererer Langkjær med det, han kalder almene modeller, hvormed publikum dels iagttager og reflekterer over konkrete psykologiske situationer i en film eller andet medie (f.eks. mobning) og sociale systemer, herunder affektiv valør (f.eks. 'mobning gør mig vred') – og dels opfatter filmens eller mediets skematiske makromodeller, f.eks. for narrativer, genrer, argumentformer og spiltyper samt fakta og fiktion.

Under den anden dimension, anvendelse af specifik viden og erfaring, fremfører Langkjær, at publikum sætter sin specifikke viden i spil, f.eks. om forhold i verden samt andre film, tv-programmer, spil og hjemmesider, herunder også deres affektive valør (f.eks. 'jeg bryder mig ikke om voldelige pc-spil'). Ligeledes anvendes specifik viden om personer og tidligere begivenheder i filmen eller mediet, herunder igen den affektive valør (f.eks. godt/skidt, sympatisk/usympatisk).

Langkjær redegør i sin artikel for, at denne model ud over at være relevant for filmmediet også er velegnet til at beskrive den mentale og sanselige processering, der foregår, når en bruger spiller computerspil eller betragter en hjemmeside med audiovisuelt indhold f.eks. reklamer på nettet.³⁸ Og i den forbindelse har han

³⁸ Langkjær, Birger, *Mediernes lyd*, s. 23

desuden udarbejdet fire praktiske orienterede spørgsmål, man kan stille i forbindelse med analyse af f.eks. audiovisuelle hjemmesider. Spørgsmålene har relation til hvert af de fire niveauer³⁹:

1. Hvad hører vi, og hvad ser vi?
2. Hvad er tilfældet/realiteten i det fremstillede?
3. Hvad betyder det for os? Hvilken effekt har det?
4. Hvilken viden trækker vi på?

Lydeffekter i film og på hjemmesider

På det sansemødiale og kommunikative niveau, som er modellens første analysetrin, er det relevant at skelne mellem forskellige former for anvendelse af musik og lyd. Lyden har en evne til at betone publikums tidsoplevelse. Ligesom Chion beskæftiger sig med lydbrugens betydning for, hvordan publikum opfatter en tidslighed i et audiovisuelt medie, argumenterer også Langkjær for, at lyden er med til at organisere vores audiovisuelle oplevelse. Langkjær skelner overordnet mellem *punktuelle, dynamiske og cykliske lyde*⁴⁰, som hver især har særegne egenskaber i forhold til at fastholde publikums interesse. Cykliske lyde, f.eks. en summen af stemmer i baggrunden, forholder publikum sig ikke aktivt til, og vi vil hurtigt miste interessen, hvorimod dynamiske og punktuelle lyde har den modsatte effekt, fordi de tiltrækker sig vores opmærksomhed. Dynamiske lyde har den rolle og funktion, at de påvirker den tidslige og rumlige fornemmelse hos den, der betragter hjemmesiden eller filmen. For eksempel lyden af en motorcykel, der visuelt kommer nærmere; billedet af motorcyklen bliver større visuelt, samtidig med at motorlydens volumen øges – evt. høres også gearskift undervejs for at understrege, hvad man ikke nødvendigvis kan se ret tydeligt. Den visuelle oplevelse af tidsforløbet bliver herved understøttet af tilstedeværelsen af et tilsvarende auditivt forløb. De punktuelle lyde kan være en pludselig banken på en dør med eller uden relation til, hvad der vises rent visuelt. Et bank kan f.eks. indikere ankomsten af en person, som endnu ikke kan ses på billedet – og derved spiller det auditive en vigtig rolle i forhold til udviklingen af det narrative forløb i filmen, på hjemmesiden osv. Det er her dog nærliggende at nævne, at hjemmesider indtil videre ikke i nær samme omfang som film benytter sig af narrativitet. Der kan dog forekomme filmiske sekvenser herunder f.eks. introsekvenser, hvor førnævnte effekter udnyttes. Lydene der benyttes i audiovisuelle medier, som f.eks. film, tv og på hjemmesider, er således med til at forme publikums opfattelse af, hvilket univers man som tilskuer befinder sig i, og kan derved også rette publikums opmærksom mod bestemte elementer på hjemmesiden og være udgangspunkt for den videre navigation rundt på den aktuelle side.

³⁹ Langkjær, Birger, *Mediernes Lyd*, s. 24 - 25

⁴⁰ Langkjær, Birger, *Mediernes lyd*, s. 14

Det kan variere, om lyde af natur er kommunikative, eller om de er designede lyde, som er fremstillet bevidst med det formål at skabe et bestemt indtryk hos lytteren. Sidstnævnte er særlig relevant for kommercielle hjemmesider. Der ses i dag eksempler på, at producenter benytter audiodesign i forbindelse med produktudvikling – eks. motorlyde i biler, lyden af en knap der kan trykkes på ved en række af produkter og i mange andre sammenhænge; alle fortæller de om produktets kvalitet, holdbarhed osv. Langkjær fremfører, at denne lydbrug har effekt, fordi der i den menneskelige hjerne foregår en omfattende grad af auditiv processering på et ubevidst niveau⁴¹. Denne processering omdanner lydbølger til elektriske impulser i hjernen, hvor hjernens opgave derefter er at skelne disse lyde fra hinanden og sammenholde det registrerede med vores eksisterende interesser, viden og forventninger til eks. førnævnte motorlyd på en bil. Beskueren modtager en lang række indtryk, som kan opdeles i de fire bestemmelses kategorier, som Langkjær arbejder med, men som dog i praksis straks syntetiseres. Beskueren trækker på erfaringer og andre mentale rammer og danner derved ubevidst mening i de modtagne stimuli. En dyb, aggressiv motorlyd – lyden af mange omdrejninger, som umiddelbart kan registreres – indikerer via beskuerens erfaring, at bilen er en hurtig sportsbil, og ræsonnementet er så, at dette forhold eventuelt kan påvirke en forbruger til at købe netop denne bil frem for andre. Denne effekt benyttes i butikker og på reklamehjemmesider til at påvirke forbrugere i bestemte retninger. Hjernen formår også at skelne mellem lyde, som ikke er designet kommunikative – eksempelvis lyde, som fremkommer når mennesker eller dyr er i aktivitet eller sættes i bevægelse. Langkjær beskriver, at selv lyde, der ikke som udgangspunkt er designede til at være kommunikative, kan moduleres, således at de bliver det. Han omtaler et eksempel, hvor et barn med slæbende skridt fortæller til sin forælder, at barnet er træt og vil bæres. Andre lyde er udbredt kommunikative. Stemmen kan eksempelvis benyttes kommunikativt både gennem tale og gennem sang – der kan formidles udtryk afhængigt af stemmeleje, betoning og tempo, som opfattes af andre. Det er ikke altid, hvad der siges eller synges, der er afgørende, men netop parametrene intensitet, tid og form, som fortolkes hos lytteren. For at eksemplificere dette bruger Langkjær udviklingspsykologen Daniel N. Stern, som beskriver et eksempel på affektiv afstemning mellem mor og barn. De kommunikative elementer udfoldes forskelligt alt efter situationens intention. *"Moderen afstemmer sit eget udtryk med barnets gennem variation af intensitet, tid og form"*⁴². Moderen kan enten imødekomme barnets højlydte begejstring med tilsvarende ansigtsudtryk og gestik samt høre lyde (spejling eller afstemning), eller omvendt kan hun undlade en bekræftende respons netop ved bevidst at ændre på de affektive og lydige parametre (misafstemning kalder Stern dette). Et eksempel på

⁴¹ Langkjær, Birger, *Mediernes lyd*, s. 14

⁴² Langkjær, Birger, *Mediernes lyd*, s. 15

sidstnævnte er, hvor en mor taler beroligende til et grædende barn. Her er det den rolige stemme, altså hvordan hun siger det, og ikke hvad der faktisk siges, der har den ønskede beroligende effekt.

Ovenstående afsnit behandler det faktum, at perceptionen ofte baseres mere på, hvordan noget bliver sagt (hørt og opfattet) frem for, hvad der konkret blev sagt. Publikum foretager ubevidst en vis sammenkædning af sine samlede indtryk. Et andet forhold, der har betydning for at vi kan foretage en sådan syntese af flere forskellige indtryk, hænger sammen med det begreb, som Langkjær kalder synkronisitet.

Synkroniseringen af lyd og billede har betydning for publikums bearbejdning af det samlede sanseindtryk. Når man for eksempel som tv-kigger ser en person tale i fjernsynet, er denne oplevelse et resultat af den ret præcise synkronisering af billede og lydspor. Indtrykket er her ikke, at lyden reelt kommer fra fjernsynets højtaler – opfattelsen er nærmere, at personen som visuelt figurerer på skærmen er kilde til lydsporet. Der er en ret høj tolerancetærskel for *”inkonsistente sanseinformationer som indikation af én begivenhed”*⁴³ skriver Langkjær – hermed forstås, at en lettere forskydning af synkroniseringen af billede og lyd ikke nødvendigvis ødelægger førnævnte samstemmende opfattelse. Det forhold, at en tilskuer stadig har en nogenlunde meningsfyldt oplevelse trods denne inkonsistens, påpeger han, bl.a. er illustreret ved et forsøg udarbejdet af forskerne McGurk og MacDonald, hvor en billedoptagelse af en person, der siger ga-ga-ga, akkompagneres af et lydspor med personens stemme, der siger ba-ba-ba. Dette hører forsøgs-personerne som da-da-da. Det, der opfattes af publikum, bliver derfor en form for kompromis mellem det hørte og det set. Ved perception af lyd og billede søger sanserne tilsyneladende efter ligheder, og forsøger helt naturligt at skabe mening og sammenhæng i det opfattede. Det er formentligt samme form for abstraktionsforhold der gør sig gældende på et andet felt, nemlig når publikum betragter en hjemmeside, hvis menupunkter udgøres af f.eks. firkantede, farvede kasser med tekst, og mouse-overeffekten er en bip-lyd (konstrueret reall lyd) – trods det, at en farvet kasse ikke umiddelbart kan frembringe en reall lyd, har publikum ikke noget problem med at forbinde det visuelle med det auditive.

Musik på hjemmesider

Foregående afsnit beskæftigede sig med beskrivelse og funktion af lydeffekter, og der blev redegjort for forskellige måder, som disse lyde kommunikerer og bidrager til vores perception. På lignende vis kommunikerer musikken i audiovisuelle medier, idet musikgenre, stemning mv. er afgørende for, hvilken sindsstemning og hvilke associationer lytteren får. Langkjær kalder musikken i audiovisuelle medier en

⁴³ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s. 16

"associationsfremkaldende udtryksform"⁴⁴. Mediets musikbrug og publikums lytning til den bliver afsæt for vore tanker og følelser, som vi på forskellig måde afstemmer med det oplevede. Han betegner fænomenet som en "semantisk associativ afstemning af lytter og musik"⁴⁵ og fortsætter med et udsagn om, at denne afstemning "kan på multimodal vis indgå i andre udtryksformer såsom film, tv og computerspil."⁴⁶ I et senere afsnit skal jeg undersøge, hvad spørgeskemaundersøgelsens respondenter udtrykker om netop dette forhold. I sin artikel sandsynliggør Langkjær, at der ofte vil kunne identificeres en sammenhæng mellem oplevelsen af lyd og musik og publikums efterfølgende handlinger. Langkjær skriver "I en række audiovisuelle medier som film, tv og computermedier vil lydene således være med til at gestalte et særligt univers [...] og vil være medvirkende til at styre vores opmærksomhed, stemme vores attitude og initiere forskellige former for aktivitet i form af indlevelse og/eller interaktiv handlen"⁴⁷. I praksis ses eksempler på dette, når kommercielle hjemmesider ønsker at promovere et produkt og derfor søger at give publikum en sanselig oplevelse, der kan stimulere til at ønske at købe det pågældende produkt i virkeligheden. Altså en transformation eller overgang fra oplevelse og skabelse af et ønske i et kommunikationsmedie til aktuel handling i virkeligheden. Dette er bl.a. hvad reklameverdenens ræsonnementer drejer sig om, når de udvikler både hjemmesider og reklamefilm m.m.

Det er givet, at de forskellige auditive former (tale, almindelige lyde og musik) har en række fælles egenskaber. De deler en række processuelle kvaliteter, såsom at både musik og tale kan være langsom, tøvende, høj osv. - og via disse fælles kvaliteter kan der hos lytteren skabes en forståelse af f.eks. sløvhed, både gennem tale, musik og almindelige lyde. Det vil sige, de tre auditive former er ikke identiske udtryksformer. I Langkjærs artikel⁴⁸ finder vi en beskrivelse af, hvordan lydene trods de fælles kvaliteter har hver sin auditive form og egne unikke kvaliteter. Især musik har udprægede gestiske kvaliteter, og der argumenteres for, at musik gennem lytning kan fungere som struktur for mentale processer. Langkjær er med andre ord enig i, at musik i udpræget grad kan fremkalde følelser hos mennesker. Musikkens gestiske kvaliteter bruges eksempelvis også i musikterapi.

Den affektive afstemning, som jeg via Langkjærs behandling af emnet har beskrevet ovenfor, har en pendant inden for brug af musik. Her vil jeg inddrage Iben Haves artikel Musik og følelser i danske tv-

⁴⁴ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s. 15

⁴⁵ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s. 15

⁴⁶ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s. 15

⁴⁷ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s. 15

⁴⁸ Langkjær, Birger, Mediernes lyd

dokumentarer⁴⁹. Denne artikel udspringer af Haves pd.d.-afhandling fra 2004 med titlen Det musikalske underspil: En undersøgelse af underlægningsmusikkens betydning, belyst gennem den journalistiske tv-dokumentar. Med baggrund i en generel betragtning om, at baggrundsmusikkens funktion er at *"skabe eller understøtte følelser og stemninger i den audiovisuelle kontekst"*⁵⁰ forklarer hun om, hvordan og hvorfor denne affektive påvirkning opnås. Hun definerer underlægningsmusik som *"musik og musiklignende lyde [...] under ét: komponeret non-diegetisk lyd"*⁵¹ og forklarer dette begreb som lyd, der er "lagt på", og som ikke udspringer af eller kobles direkte til mediets fysiske rum. Hun behandler, hvordan musikken både har en evne til at kommunikere følelsesmæssige indtryk og samtidig optræde som en mulig *"katalysator for kritisk refleksion."*⁵²

Musik og følelser

Ud over fyldige beskrivelser af underlægningsmusikkens karakter, beskæftiger Have sig med de nuancerede og dynamiske følelsestilstande, som hele tiden forandrer sig i takt med publikums oplevelse af musikken. Hun redegør⁵³ for de to fremherskende teoribegreber – expression-teorien, som er det kognitive område, og arousal-teorien, som er det emotionelle område.

Have fremfører, at det oftest er filosofen Susan K. Langer, der refereres til i forbindelse med begrebet expression, og dennes tanker om, at musik gennem symboliseringen af følelser kan opnå semantisk betydning. Have citerer Langer: *"Because the forms of human feeling are much more congruent with musical forms than with the forms of language, music can reveal the nature of feelings with a detail and truth that language cannot approach"*⁵⁴. Hermed forstås, at musikkens dynamiske formstruktur har ligheder med følelsernes form, som Have påpeger, er en plausibel fortolkning af expression-teorien. Arousal-teorien tager sit udgangspunkt i, at *"musik ikke blot symboliserer eller repræsenterer, men også direkte fremkalder følelsesmæssige reaktioner i lytteren."*⁵⁵ Når lyd/musik rammer trommehinderne, skabes en tilstand af arousal – eller indskærpet opmærksomhed – som gør, at man som lytter bliver bevidst om, at

⁴⁹ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel)

⁵⁰ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 27

⁵¹ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 27

⁵² Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 27

⁵³ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 31

⁵⁴ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 31

⁵⁵ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 31

der sker noget. Der er udført omfattende undersøgelser⁵⁶ – f.eks. måling af blandt andet nervesystem og vejrtrækning mv. ved musikalsk påvirkning. I disse påvises en sammenhæng mellem musik og følelser, der også svarer til de beskrivelser, som forsøgspersonerne verbalt gav udtryk for i deres opfattelse af den musik, de hørte under forsøget. Musikken viste sig at have et særegent mønster af fysiologisk reaktion – et fysiologisk mønster, som var forskelligt fra det mønster, som fremtrådte ved målinger af følelsesreaktioner fremkaldt af andet end musik. For eksempel viste målingerne andre resultater ved glædesfølelser, forårsaget af musik end ved glædesfølelser forårsaget af ikke-musikalske oplevelser.

Iben Have kobler - i en audiovisuel kontekst - de to teorier sammen via tidligere citerede Daniel N. Sterns begreb *Vitalitetsfølelser*, som hun mener netop indkapsler de tilsyneladende særegne og ikke-kategoriale følelser, som genkendes og fremkaldes f.eks. ved lytning af baggrundsmusik i en dokumentarudsendelse. Begrebet danner ifølge Have også grundlag for bedre mulighed for at få et svar på, hvordan baggrundsmusik kan fortolkes som stemninger og følelser. Stern udviklede begrebet med baggrund i "*de følelses-kvaliteter, som opleves over tid, og som bedst beskrives ved dynamiske eller kinetiske betegnelser, såsom brusende, blegnende, bristende, flydende, eksplosiv, crescendo [...] langtrukne osv.*"⁵⁷ Følelserne er umiddelbart uden objekt og har en dynamisk struktur. Vi betegner ofte musik med tilsvarende beskrivende ord, som tung, spændingsfyldt, let osv. Haves pointe er da også, at "*musikalske strukturer er auditive vitalitetsstrukturer*"⁵⁸, og "*ligesom vitalitetsfølelser opleves musik over tid og ud fra de samme grundlæggende oplevelseskvaliteter af bevægelse, intensitet og form/overflade*"⁵⁹. Der er dermed en strukturel sammenhæng mellem vitalitetsfølelser og oplevelsen af musikalske strukturer, som resulterer i, at vi oplever, at musik genererer stemninger og følelser – både følelser, som er tilstande i os selv, og følelser, som vi blot genkender hos karakterer i en film. I audiovisuel sammenhæng, f.eks. baggrundsmusik i en film eller på en hjemmeside, kan vitalitetsfølelserne endda danne grundlag for endnu mere fokuserede oplevelser, da følelserne ofte kan kobles på et objekt – såsom en af filmens fiktive personer eller en situation i filmens narrative forløb. Musikken kan desuden samtidigt være årsag til, at vi oplever den audiovisuelle helhed som værende tættere på vores almene holdning til verden. "*Underlægningsmusik kan være med til at fremme oplevelsen af noget virkeligt – tilføre en vitalitet til den audiovisuelle helhed, som*

⁵⁶ Have, Iben, Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 32 – undersøgelser udført af psykologen Carol Krumhandl i 1997 og 2002

⁵⁷ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 32

⁵⁸ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 33

⁵⁹ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 32 – 33

ikke kan repræsenteres i billeder og tale alene”⁶⁰ - førnævnte teoretiseringer stemmer også fint overens med en variant af et gammelkendt udtryk: ”musik er følelsernes sprog”.

Publikums fokus og opmærksomhed

Der er endvidere en anden vigtig forskel på lyd og synsindtryk. Vi kan kun se det, der befinder sig i vores synsfelt, hvorimod vi kan høre lyde fra alle retninger. Der er altså forskel på rækkevidden af sanserne; modsat synssansen er høresansen brugbar i 360 grader. Det er et forhold, som f.eks. Ib Poulsen har beskæftiget sig med i en artikel i Mediekultur; herfra citeres: *”På flere punkter er der strukturelle ligheder mellem visuel og auditiv perception: I begge tilfælde er perceptionen retningsbestemt, og begge perceptionsformer har afstand som en central dimension. Men en total parallelisering overser det faktum at synet er bundet til en synsvinkel hvor noget er omfattet og noget er udelukket. Lyd derimod er noget der omgiver en uden skarpe grænser for hvad der er med og ikke er med”*⁶¹. Det forholder sig ifølge Langkjær således, at sanserne har en vis *”arbejdsdeling imellem de forskellige sansemodaliteter, idet der er forskelle på, hvordan de enkelte sanser vurderer verden.”*⁶² Hørelsen er for eksempel aktiv oftere end synssansen. Et eksempel på dette er, at selvom vi sover, aktiveres høresansen, når vækkeuret ringer.

En anden betragtning omkring brug af lyd ses hos Rick Altman, som har skrevet om lyd på tv. Langkjær citerer i sin artikel følgende fra Altman: *”lydens grundlæggende funktion er at henlede opmærksomheden på sin årsag”*⁶³ – og giver det eksempel, at når intromusikken til et tv program starter, signaleres der klart, at det nu er tid for den adspredte tilskuer til at indfinde sig foran skærmen, da et givent program starter. Publikum gøres ved hjælp af musikken opmærksom på forandringer i det omgivende miljø, så man kan handle på det. Og overført til hjemmesider kan man drage den parallel, at man på samme måde fokuserer på en given hjemmeside, når underlægningsmusikken begynder, eller når der afspilles punktuelle lyde og lignende.

Langkjær påpeger også, at lyd/musik i visse sammenhænge har den modsatte effekt – og kan i stedet være årsag til at *”man netop undgår at blive opmærksom på forandringer i omgivende miljø – og i stedet skaber sit eget indre fokuserede oplevelsesforløb i et ellers offentligt og begivenhedsfyldt rum”*⁶⁴. Hermed menes,

⁶⁰ Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer (artikel), s. 33

⁶¹ Poulsen, Ib Det imaginære Rum, s. 38

⁶² Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s. 17

⁶³ Langkjær, Birger, Mediernes Lyd, s. 17

⁶⁴ Langkjær, Birger, Mediernes Lyd, s. 17

at når mennesker benytter f.eks. en ipod eller mp3-afspiller, er det muligt så at sige at isolere sig eller lukke sindet inde med musikken – og baggrundslydene ude, selvom man måske færdes på en trafikeret vej eller sidder i et støjfyldt lokale. På hjemmesider kan musikken have begge former for virkning. Musik og lydeffekter har jævnfør Langkjær også affekt fremkaldende evner (gestisk-ekspressive kvaliteter) og kan derfor være med til netop at holde fokus på sidens indhold – lukke folk ind i et indre oplevelsesunivers, som medvirker til, at brugeren måske bliver på en given hjemmeside i længere tid. Et univers som skabes i samspil mellem en hjemmesides visuelle og auditive kvaliteter.

Et fællestræk ved alle de menneskelige sanser er, at de mærkes umiddelbart, men over tid aftager den rent indledningsvist stærke registrering af forandring. *”Selvom badevand kan være koldt at hoppe i, vil huden i stadigt mindre grad registrere forskellen på krops- og vandtemperatur, hvorfor vi efter et stykke tid ikke længere vil opleve vandet som koldt”*⁶⁵. Eksemplet kan også laves med henblik på smagssansen og i relation til audiovisuelle oplevelser – også for høresansen. Sanserne registrerer fortsat eksempelvis den lave vandtemperatur (jævnfør citatet), men grundlæggende er det forandringen fra koldt til varmt vand, der sanses. Indenfor filmens verden er der en lang tradition for at indlede nye scener med en markant reallyd – jævnfør eksempelvis også introen til et tv program som tv-avisen. Denne basale menneskelige perceptionsdynamik danner også baggrund for, at man i visse typer af computerspil, f.eks. first person shooters som Half life, Wolfenstein og Doom med flere, benytter kontinuerlig og repetativ baggrundsmusik, således at lydene af skud og af modstanderne fremstår som fremtrædende forandringer i spillets lydunivers, og således bidrager til at fokusere gameplayet. Effekten benyttes også på hjemmesider, hvor der ofte benyttes loopet baggrundsmusik, og derudover afspilles der f.eks. roll over-effekter, når musen holdes over et menupunkt eller andre aktive elementer. Ligeledes afspilles på Flash-hjemmesider også overgangsslyde, når der navigeres fra underside til underside. Modsat kan kontinuerlig lyd få f.eks. en fragmenteret klipning af en film eller webanimation til at fremstå som et mere helhedsorienteret og sammenhængende indtryk.

Mennesker er tilsyneladende mere accepterende overfor fragmenterede visuelle oplevelser (hurtige klip) end overfor fragmenteret lyd og musik. *”[...] Audiences are more tolerant of glitches in the picture than on the sound track”*⁶⁶. Hermed registreres forandringer i den auditive kontinuitet væsentligt stærkere og hurtigere end ved forandringer i forhold til synssansen. Langkjær påpeger, at man således kan skabe fokus ved at foretage ”normbrud” – dvs. brud på den auditive kontinuitet. *”En markant form for kontinuitetsbrud*

⁶⁵ Langkjær, Birger, Mediernes Lyd, s. 17

⁶⁶ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s.19 (Langkjær citerer Joseph Anderson, 1998, s. 80)

er et egentligt lydudfald, hvor en lyd, som vi ellers venter, forsvinder. I fiktionsfilmen bliver det ofte brugt som en del af en indre fokalisering, hvorved vi oplever en situation i overensstemmelse med en af filmens personer”⁶⁷. Et eksempel på en effekt af denne variant kan ses på et reklamewebsite for en Disney film, hvor der sker et udfald af baggrundsmusikken, hver gang man skifter til en ny underside.⁶⁸ Bevidstheden hos brugeren er umiddelbart aktiveret, og der er gjort opmærksom på en forandring i den ellers kontinuerlige strøm af baggrundsmusik. Det er desuden også en væsentlig pointe i forhold til brug af musik på hjemmesider, at musik og lyd derved f.eks. kan maskere den forsinkelse, der kan forekomme på hjemmesider, når der skiftes fra et menupunkt til et andet. På traditionelle hjemmesider, som ikke er programmeret i f.eks. Flash, kan indlæsningstiden være relativt lang, hvilket brugeren formentligt opfatter i mindre grad, hvis der afspilles baggrundsmusik henover. Selv på animerede hjemmesider kan der være indlæsningstid; her maskeres denne dog ofte både med musik og visuelle virkemidler.

Lydbrug på hjemmesider

Med baggrund i flere filmteoretiske tilgange til at beskrive samspillet mellem lyd og billede, må visse af begreberne nødvendigvis forsøges overført til at være relevante i forhold til beskrivelse af førnævnte sammenhæng mellem lyd og billede på hjemmesider.

Den væsentligste adskillende faktor mellem hjemmesider og film er webmediets interaktive egenskaber, som består i, at brugeren relativt frit kan navigere rundt i det oplevelsesunivers, som gestaltes i samspillet mellem auditive og visuelle virkemidler. Ofte er der desuden ikke en karakter eller fiktiv person, hvis synsvinkel præsenteres, eller gennem hvilken hjemmesiden opleves, som der typisk er i en film. I stedet bliver brugeren af hjemmesiden gennem sin medvirken til styring af navigationen selv hovedperson i det oplevelsesunivers, som gestaltes. Der etableres således gennem virkelighedstro grafik, animation og lyd en vis lighed med en filmoplevelse for publikum.

Spørgsmålet om, hvilke typer af lyd der benyttes på hjemmesider – f.eks. diegetisk eller non-diegetisk lyd, er derfor lige så aktuelt som i forbindelse med filmanalyse. Diegetisk lyd i forbindelse med hjemmesider er lyd, som har sin årsag i det grafiske univers, som præsenteres på et givent website – modsat f.eks. de eksempler på baggrundsmusik, hvor musikkens årsag og oprindelse ikke kan spores i det grafiske univers – hvilket så er ikke-diegetisk lyd. Hvorvidt lyd er diegetisk afgøres derfor nemmest ved at se på, om publikum,

⁶⁷ Langkjær, Birger, Mediernes lyd, s.19

⁶⁸ <http://www.disney.dk/Film/up/> - se desuden case beskrivelse i forbindelse med brugerundersøgelse.

hvis man forestiller sig, at personen var en karakter i hjemmesidens visuelle univers, ville opleve lyden eller musikken. Jævnfør Langkjærs eksempel på diegetisk lyd, som lyd der f.eks. opleves "live" af en karakter i filmen – f.eks. fra et band som spiller på en scene i en bar, hvor karakteren også er til stede. Diegetisk lyd kan således både være lyd, som stammer fra filmklip præsenteret på hjemmesiden, men også lyd, som blot har sin årsag i hjemmesidens grafiske univers. Man kan forestille sig et website, hvor det visuelle univers er centreret omkring en strand, hvorpå der står en radio, som via en animering af f.eks. noder der flyver op fra radioen, skal forestille at afspille musik. Den baggrundsmusik, som spilles på hjemmesiden fremstår i denne situation som havende sin årsag i diegesen – eller dvs. i hjemmesidens grafiske univers.

På samme måde kan argumenteres for, at f.eks. Chions skelnen mellem begreberne empatisk og anempatisk lyd bevarer sin relevans i forbindelse med hjemmesider. Empatisk lyd er handlings-understøttende lyd i forhold til handlingsforløbet i film, men eftersom hjemmesider ikke i samme omfang som film kan siges at have et lineært handlingsforløb, finder jeg det rimeligt at antage, at empatisk lyd på hjemmesider nærmere er lyd, som blot understøtter det visuelle udtryk eller den visuelle oplevelse, der præsenteres. For eksempel vil musik og effektlyd, som illuderer snestorm være empatisk lyd, hvis hjemmesiden samtidigt grafisk viser en animeret snestorm. Jeg mener, at der i nogle tilfælde således kan argumenteres for et sammenfald i begreberne diegetisk (Langkjær) og empatisk lyd (Chion) i forbindelse med hjemmesider.

Interaktivitet og transdiegese

Den remediering af andre/ældre medier, der er foregået de senere år – dvs. integrationen af billede, tekst, fil og lyd mv. på hjemmesider, er sket i et accelererende tempo, og efterhånden er internettet ikke kun grafisk statiske sider, der præsenterer tekst og billeder, men internettet er blevet et medie med et eget udtryk og nye muligheder. Netop hjemmesider har nye muligheder for aktivt at inddrage brugeren ved hjælp af interaktivitet. *"Et mål for mediets potentielle muligheder for at lade brugeren øve indflydelse på den medieformidlede kommunikations indhold og/eller form"*⁶⁹ er Jens F. Jensens bud på en definition af interaktivitet. At internettet er et interaktivt medie betyder, at det giver brugeren mulighed for at kommunikere eller øve indflydelse på en given hjemmeside i form af muligheden for at navigere rundt på siden og selv vælge, hvilke delelementer af den tilgængelige information, der stilles til rådighed, som brugeren ønsker at se og aktivere. Navigationen foregår ved hjælp af mus og tastatur og foranlediges i dag primært af visuelle ikoner – links – som kan klikkes på, og som derefter leder til ny information.

⁶⁹ Jensen, Jens F., Fisk 3, s.232

Sammenlignet med f.eks. computerspil er de interaktive navigationsmuligheder på de fleste hjemmesider begrænsede, men dog til stede. Lyd på hjemmesider med udgangspunkt i de interaktive muligheder er derfor ikke længere begrænset til f.eks. baggrundsmusik, som afspilles uafhængigt af brugerens navigation på hjemmesiden. Der er rige tekniske muligheder for f.eks. at lade brugerens interaktion med hjemmesiden påvirke hjemmesidens auditive udvikling. Vælges for eksempel et bestemt menupunkt, ændres musikken - stiger i intensitet eller lignende. Den audiovisuelle kommunikation kan dog også foregå modsatrettet – en hjemmesides auditive elementer kan påvirke brugeren til at foretage bestemte valg i forhold til f.eks. navigationen på hjemmesiden. Dette forhold er især til stede i computerspil, hvor lydeffekter ofte påvirker computerspillerens valg af taktisk fremgangsmåde i spillet, men kan også integreres på hjemmesider – dette forhold mellem lyd og interaktion beskrives via begrebet transdiegese. Kristine Jørgensen definerer begrebet således: "Lyder som på en eller annen måde taler fra diegesens utside og inn i denne, eller omvendt fra diegesens innside og ut vil jeg definere som *transdiegetiske lyder*"⁷⁰. Et eksempel fra computerspillenes verden på transdiegese er fra Kristine Jørgensens artikel om emnet, hvor hun analyserer computerspillet World of Warcraft – "*WoW is verbal responses like "It's not ready yet", produced by the voice actor representing avatars of a certain race and gender. These responses provide the impression of being produced by the avatar as communication to the player operating the computer, thereby suggesting that the avatar as a fictional person in the gameworld is aware of the existence of the player in the real world. Although this does not make any sense when interpreting the gameworld as a continuous reality, it makes perfect sense when we see the verbal message as a response to a player action from a usability perspective*"⁷¹

Begrebet transdiegese er dermed ukendt inden for filmmusikanalysen, men det er i stigende grad aktuelt, når man skal beskrive lyd i computerspil og på hjemmesider. Når jeg omtaler fænomenet som voksende, hænger det sammen med, at kun et ganske lille udpluk af de hjemmesider, som i dag er tilgængelige på internettet, udnytter denne mulighed for transdiegetisk lydbrug – men potentialet er teknisk set til stede. Jeg oplever da også flere og flere såkaldt avancerede hjemmesider for hver dag, jeg "surfer" på internettet.

De relativt avancerede hjemmesider, som denne opgave behandler i forbindelse med brugerundersøgelsen, er derfor også et udtryk for emergens⁷². Ordet emergens er sammenstillet af det latinske ex (ud af, fra) og

⁷⁰ Jørgensen, Kristine, Lyd som grensesnit, s. 45

⁷¹ Jørgensen, Kristine, Audio and Gameplay - i afsnittet "Integration of Game System and Virtual World"

⁷² Breinbjerg, Morten, Emergens, s. 7

mergere (sænke ned, opdukke) og betyder i normal sprogbrug at "dukke op". Da begrebet bliver anvendt i mange forskellige videnskabelige sammenhænge, er det vanskeligt at give en entydig og altomfattende definition af begrebet. Som et generelt udsagn kan vi dog sige, at emergens ud over at betyde at dukke op også indikerer, at der skabes "noget mere", end der var før – at der ved "*en helhed fremkommer egenskaber, der ikke kan forklares ud fra de enkelte deles egenskaber*"⁷³ og, at der ved emergens er tale om en "*opståen af fænomener, der udgør et højere niveau, og som ikke kan forklares ud fra det lavere niveau, hvori de har deres oprindelse*"⁷⁴.

Samspillet mellem auditiv og visuel kommunikation, danner en helhed, i form af hjemmesider, hvor helhedsindtrykket så at sige er større, end de enkelte elementer. Det er nemlig præcist samspillet mellem lyd og billede og interaktionen, der skaber det oplevelsesunivers, som brugeren af en hjemmeside får – og oplevelsen var ikke udgjort alene af f.eks. billedsiden eller musikken. Spørgeskemaundersøgelsen forsøger bl.a. at indsamle reaktioner fra respondenterne, som sigter mod at beskrive dette samspil.

ANALYTISK AFSNIT

Indsamling af empirisk data

Jævnfør opgavens emne er målgruppen, der anvendes, defineret som et bredt udsnit af mennesker, som på dagligt plan gør brug af internettet, og derfor er ganske godt bekendt med navigation på internettet, og har et bredt forhåndskendskab til internettets kommunikationsformer – grafik, form, anvendelse af lyd mv. Dette er det grundlæggende udgangspunkt for udvælgelsen. Den aldersmæssige spredning går fra 20 år – til 60 år. Denne aldersgruppe kan, jævnfør den anvendte statistik fra 2008 om aldersfordeling af ejere af internetopkoblinger⁷⁵, forventes at have førnævnte erfaring med internetbrug. Målgruppen har dermed også den bedst mulige baggrund for at have en nuanceret holdning til emnefeltet – og de bedste muligheder for hurtigt at lave en vurdering af de hjemmesider, som spørgeskemaundersøgelser tager udgangspunkt i som eksempler på hjemmesider, der anvender audiovisuel kommunikation.

Udgangspunktet for udvælgelsen af målgruppen, er desuden også primært at benytte personer, som har et

⁷³ Breinbjerg, Morten, Emergens, s. 7

⁷⁴ Breinbjerg, Morten, Emergens, s. 7

⁷⁵ Statistik fra 2008 (kilde: Spørgeskemaer i virkeligheden, Hansen, Niels-Henrik, s. 33): 75% af alle danskere og 95% af de 20 – 29-årige har netopkobling i hjemmet, det samme gælder kun 60% af de 60 – 69 årige og 27% af personer over 70 år

relativt højt uddannelsesniveau – eller er studerende på en videregående uddannelse. Denne udvælgelse sker på den baggrund, at der så teoretisk er bedre mulighed for at stille flere og især mere komplicerede internetrelaterede spørgsmål til personerne. Jævnfør Niels-Henrik Hansen eksisterer der netop den sammenhæng, at *”jo højere uddannelse, des mere er man tilbøjelig til at bruge internettet”*⁷⁶. I sin bog *”Spørgeskemaer i virkeligheden”*⁷⁷ gør han endvidere opmærksom på de såkaldt svære målgrupper, som afhængigt af sammenhængen kan være børn, fattige, lavt uddannede, indvandrere, de ældre osv. – alle de omtalte grupper kan i forskellige sammenhænge være vanskelige at erhverve gode og brugbare besvarelser fra. Respondenterne i min brugerundersøgelse er primært fundet via et netværk af medstuderende og en forgrening af dette netværk til deres bekendte, som falder indenfor den definerede målgruppe. Respondenterne får mulighed for at være relativt anonyme, da jeg vurderer, at flere så vil være tilbøjelige til at besvare undersøgelsen.

Opbygningen af brugerundersøgelsen

Den udvalgte målgruppe er bekendt med internettet, og jeg har derfor valgt at udnytte de ressourcer, som er tilgængelige online i forbindelse med gennemførelsen af en brugerundersøgelse. Virksomheden Google tilbyder blandt en lang række af online og gratis software produkter, en online variation af den almindeligt kendte og meget udbredte Microsoft Office programpakke. Herunder en variation af det gængse tekstbehandlingsprogram Microsoft Word og af regneprogrammet Excel. Programmerne går under fællesbetegnelsen Google Docs, og kan knyttes til en profil/mail adresse (Gmail), som kan erhverves uden beregning. En smart tillægsfunktion af regneprogrammet hedder *”Form”* – og er basalt set et program til udarbejdelse af spørgeskemaer, som kan tilgås via et link, som kan sendes ud via mail til respondenterne. Besvarelserne opsamles digitalt, og de overføres automatisk til et regneark, som kan eksporteres til udvalgte filformater – herunder almindeligt pdf-format⁷⁸. Jeg har således valgt at benytte denne mulighed – og laver en ren internetundersøgelse. Spørgeskemaudsendelse via mail giver en række praktiske fordele, såsom at gøre det mere overskueligt for respondenterne at besvare og afsende besvarelserne, man sparer porto og en masse administrative opgaver, det er evt. nemmere at rykke respondenterne for svar osv. Efter eksport af besvarelserne lukkede jeg undersøgelsen, således at der ikke kunne responderes yderligere. I forbindelse med denne opgave, er det desuden en fordel, at man nemt kan indsætte links til de eksempel-hjemmesider, som en række af spørgsmålene tager udgangspunkt i. En internetbaseret spørgeskema-

⁷⁶ Spørgeskemaer i virkeligheden, Hansen, Niels-Henrik, s. 156

⁷⁷ Spørgeskemaer i virkeligheden, Hansen, Niels-Henrik, kapitel 2

⁷⁸ Se PDF udskrift af spørgeskema i Bilag A

undersøgelse har i øvrigt den kvalitet, at respondenterne kan sidde i ro og mag og udfylde den. De har derved bedre tid til at formulere gennemtænkte svar – modsat eksempelvis en telefonbaseret undersøgelse, hvor der nødvendig må svares, mens respondenterne har interviewerens i røret – med de eventuelle irritationsmomenter, som dette måtte afstedkomme. I forhold til datakvalitet, giver netbaserede undersøgelser endvidere en vis sikkerhed for, at alle besvarelser foregår og returneres i det ønskede format. Det er blandt andet en fordel, at man i spørgeskemaet kan definere visse spørgsmål som tvungne, samt sikre at *”der kun kan sættes et kryds, når der kun ønskes et kryds”*⁷⁹.

Det konkrete layout af spørgeskemaet kan ved benyttelse af Google Form vælges ud fra et udvalg af tilgængelige grafiske temaer. Flere af de mulige temaer udstråler professionalisme - i kraft af den, vurderer jeg, kompetente grafiske bearbejdning - hvilket også er en vigtig faktor i forhold til at opnå seriøse besvarelser. Spørgsmålene i den aktuelle undersøgelse er bygget op omkring nærværende opgaves emne, og jeg søger i første omgang svar på en række faktuelle emner, såsom spørgsmålet om hvorvidt respondenterne typisk har lyd på sin computer, når han/hun surfer på nettet, alder, køn, adgang til internettet mv. Disse indledende spørgsmål kategoriseres som baggrundsspørgsmål og generelle adfærdsspørgsmål. Dernæst stilles en række spørgsmål til, hvilken holdning respondenterne har til brugen af lyd på hjemmesider – både generelt set og i forhold til de specifikke eksempelhjemmesider. Der spørges desuden om en uddybelse af, hvilke af de forskellige typer af lydbrug, som hjemmesider benytter, der bedst falder i respondentens smag. Formålet er her blandt andet at opnå indblik i, hvordan man (producenterne) fremadrettet med fornuft bør investere ressourcer i at udvikle og benytte lyd på hjemmesider. Jævnfør opgavens teoretiske afsnit i øvrigt, spørges der til, hvorvidt betydningen af samspelet mellem lyd og billede på film er sammenlignelig med samspelet mellem lyd og billede på audiovisuelle hjemmesider – også taget i betragtning, at filmklip og dermed filmlyd indgår som et væsentligt element på mange hjemmesider. Spørgsmålene er forsøgt holdt i et letforståeligt sprog, og jeg undgår i videst muligt omfang at stille dobbeltspørgsmål, således at spørgerammen fremstår klar og pålidelig. Endvidere sigter jeg mod at formulere spørgsmål, som ikke er farvede – dvs. fordrer et bestemt svar på grund af spørgsmålets formulering. Forud for den brede udsendelse af spørgeskemaet er det testet på 3 brugere for at få en indikation af, hvorvidt spørgsmålene er forståelige, og om spørgeskemaet dermed ser ud til at kunne generere brugbare besvarelser.

⁷⁹ Hansen, Niels-Henrik, Spørgeskemaer i virkeligheden, s. 153

Undersøgelsen indledte jeg med en mail, som forklarede temaet for undersøgelsen, og hvor det ligeledes fortælles, at besvarelsene behandles delvist anonymt. Respondenternes kontaktoplysninger indgår derfor ikke i resultatvisningen – kun de egentlige besvarelses.

Caseanalyser

Følgende er caseanalyser af de hjemmesider, jeg har valgt som analyseobjekter i den brugerundersøgelse, som er foretaget i forbindelse med denne opgave. Analyserne udgør ikke komplette fortegnelser over disse hjemmesider opbygning, men er snarere kortfattede beskrivelser af den væsentlige del af navigationsstrukturen i relation til de audiovisuelle elementer. Derudover fremhæves de elementer, som er væsentlige eksempler på den henholdsvis visuelle og auditive stil på de respektive hjemmesider, og dernæst analyseres hvordan samspillet er mellem disse eksemplificerede elementer. Grundlæggende er de omtalte hjemmesider relativt gennemarbejdede eksempler på audiovisuelle hjemmesider - og er i øvrigt efter min mening både smagfulde og kompetente i deres udførelse. Der vises desuden screenshots af de forskellige hjemmesider nedenfor i de enkelte caseanalyser.

Hjemmeside nr. 1

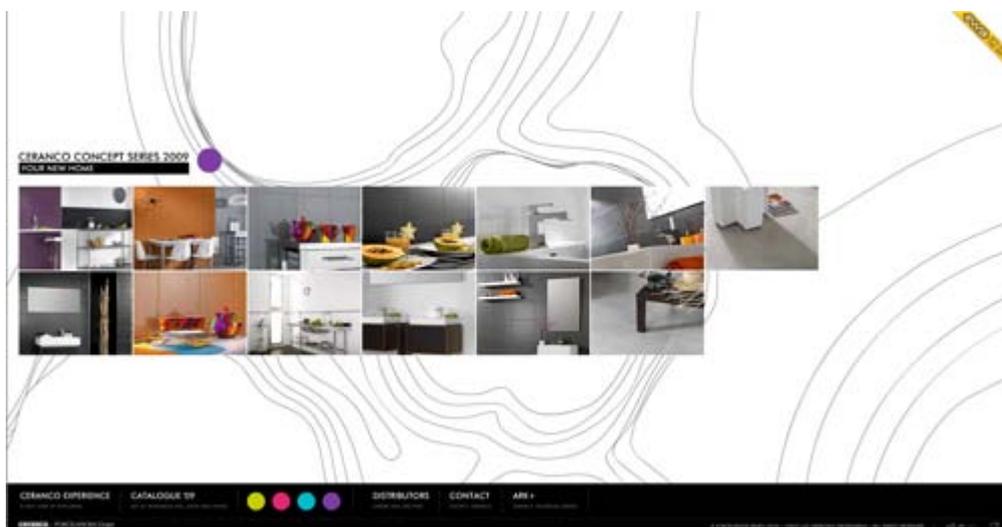
Url: <http://www.ceranco.com/#/1/1/>



Hjemmesiden tilhører spanske Ceranco (Porcelanosa Group), der er producent af keramiske fliser, som sælges på det internationale marked. Siden er programmeret i Flash og er et såkaldt "full-browser Flash website" – hvilket betyder, at Flashelementet udfylder hele browseren. Således er der mulighed for at se hjemmesiden i fuld skærm, hvilket forbedrer brugeroplevelsen, idet fuldskræmsvisningen for det første

forstørrer tingene på hjemmesiden og for det andet fjerner browserens menulinier mv., der i nogle tilfælde kan opfattes som forstyrrende af brugeren.

Den primære navigationsmenu indeholder kun fem menupunkter, hvoraf ét menupunkt (Catalogue '09 menupunktet) udfoldes ved animering til fire underpunkter ved den såkaldte mouse-over-effekt, der fremkommer, når man kører musen hen over den menupunktet. Undermenupunkterne er illustreret ved fire farvede cirkler (ikoner). Forsiden indeholder også disse undermenupunkter, som hver repræsenterer en af virksomhedens produktserier, og som her præsenteres i et grafisk og animeret univers. Dette univers fremstår som et outlinet, 3d animeret topografisk landkort. Et landkort, der viser et område med fladtoppede bjerge og dale derimellem. Animeringen består i en langsom kamerapanorering over området – og desuden klip mellem forskellige kameravinkler. På enkelte af disse bjergtoppe vises førnævnte ikoner (cirkler) for produktserierne. Ved klik på en af de cirkulære ikoner på forsiden, panoreres kortet i høj hastighed, således at det respektive ikon er i centrum. Der tilføjes herefter et tekstlink, som beskriver hvilken produktserie linket henviser til. Bevægelsesmønsteret i animeringen er langsom og organisk – kun ved interaktion stiger hastigheden (ved klik på links). Vælges en produktserie, vises en række eksempler, som man kan zoome ind på.

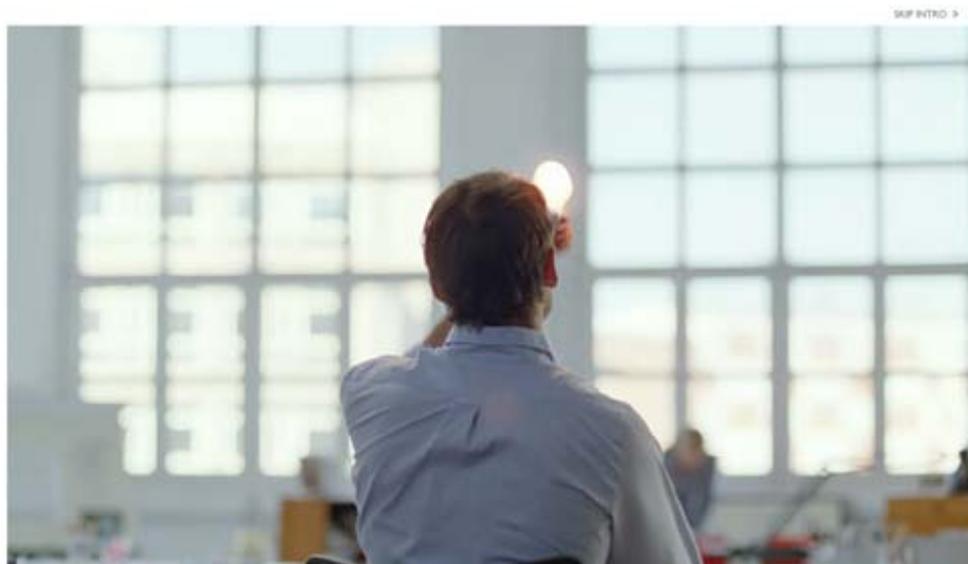


Websitet benytter et relativt langt loop af elektronisk/ambient baggrundsmusik, som tempomæssigt og stemningsmæssigt bidrager til websitets rolige og nærmest melankolsk dragende stemning. Musikken kan man således argumentere for er empatisk, idet den er handlingsunderstøttende – forstået således, at den matcher de rolige og organiske panoreringer i animeringen, og der er derfor også tale om at musikken tilføjer added value. Temaet og for så vidt også musikkens puls dikteres af klaverakkorder, som spilles på en baggrund af et relativt aktivt, men dæmpet beat, og synth/pad lyde. Pulsfølelsen forsvinder ind

imellem sammen med temaet. Musikken er ikke-diegetisk, bortset fra synth-lydene som jeg opfatter som lyde, der skal forestille vindens susen – som vind der blæser gennem de visuelle dale. Sidstnævnte kan derfor opfattes som havende sin årsag i det visuelle univers, og kunne derfor muligvis bestemmes som diegetiske lyd. Samlet set er musikens formål, at være stemningskabende, og den er ikke hverken uforudsigelig eller højlydt – og dermed ikke særligt opmærksomhedsskabende. Der benyttes desuden punktuelle effektlyde ved mouse-over på menupunkterne i navigationsmenuen. Disse lyde minder om lyden af et slag på en triangel, højfrekvent, men klar og spinkel – dog er undermenupunkterne tilsat en mere afdæmpet mouse-over-lyd. Det forhold, at der benyttes to forskellige lyde, hjælper brugeren til lettere at forstå navigationsmenuens niveauinddeling. Der benyttes også diskrete mouse-over-lydeffekter ved billedlinks, som henviser til de enkelte produktvisninger.

Hjemmeside nr. 2

Url: <http://changeerspective.saab.com/global/en/>

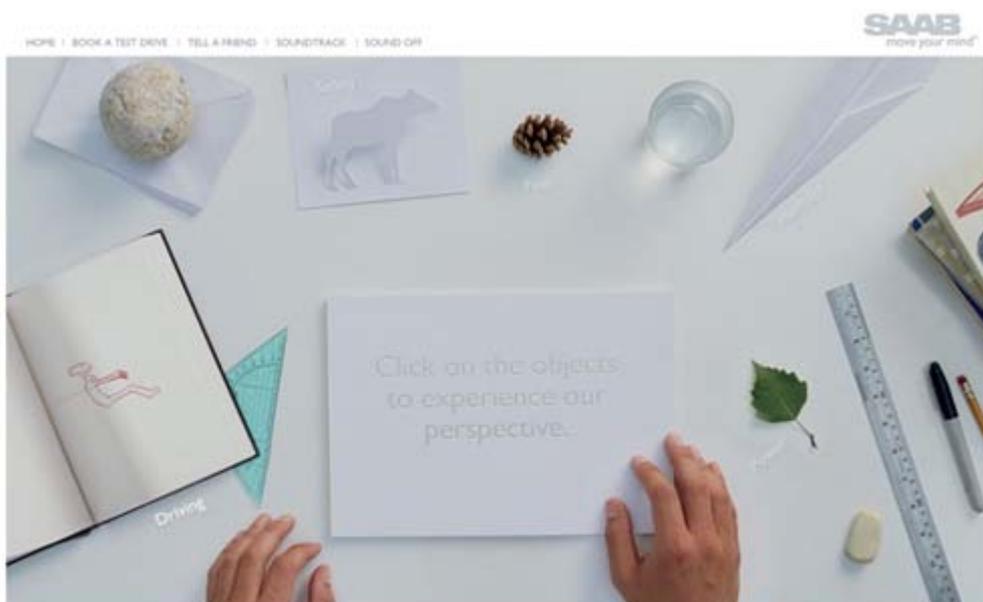


Hjemmesiden tilhører den svenske bilfabrikant Saab, og præsenterer den udvikling, bilfabrikken har gjort på den teknologiske front. Der fokuseres på Saabs mål og udvikling indenfor sikkerhed, brændstoføkonomi, motorkraft mv.

Hjemmesiden er udviklet i Flash, og menustrukturen er baseret på et billede af en bordplade set ovenfra, hvorpå der er placeret en række ikoner. Ikonerne animeres ved mouse-over, og der afspilles reallydseffekter – eks. hører man lyden af en grankogle der triller, når grankogle ikonet animeres –

diegetisk lyd. Desuden afspilles løbende en videooptagelse af et par hænder⁸⁰, som opfordrer til at man trykker på menuikonerne. Hænderne er ledsagede af realllyde – lyden af hænder der glider over en bordoverflade.

Der afspilles desuden underlægningsmusik, som på forsiden (forsiden omtales som ”desk”) består i et 4-takters-loop, hvor der spilles et klavertema (akkorder + melodi) – tilsat en klap-lyd på 4-slaget af hver takt. Musikkens genre er pop, og spilles i et relativt friskt tempo. Baggrundsmusikken er ikke-diegetisk lyd, da dens oprindelse ikke er at finde visuelt afbilledet på siden.

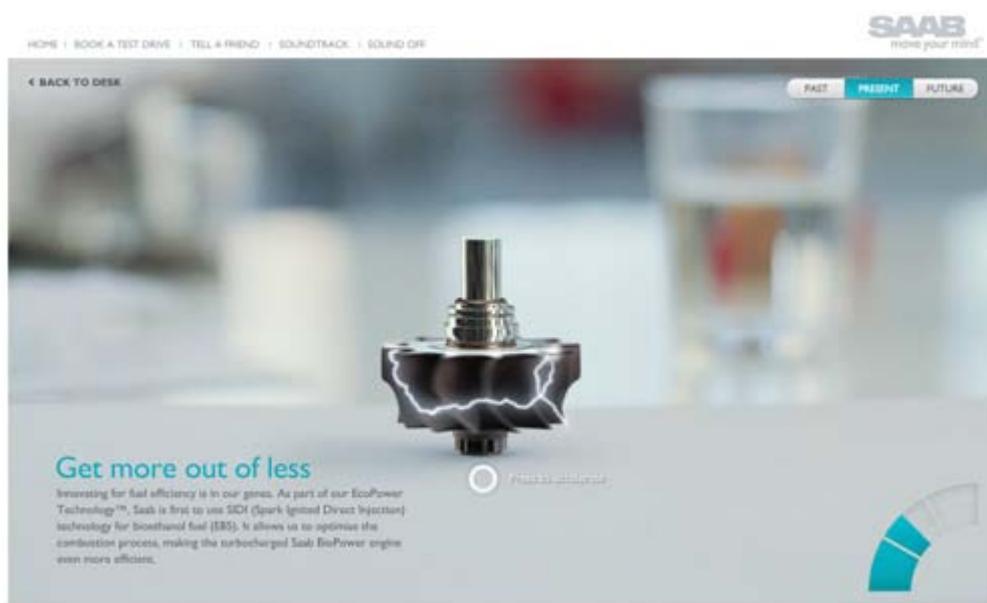


Menustrukturen er ikke linjær; den er i stedet sådan skruet sammen, at for at bevæge sig fra én underside til en anden, skal man altid omkring forsiden, før man kan skifte til en anden underside.

Hver underside byder på en præsentation af tre forskellige af Saabs udviklingsniveauer: Past, Present og Future, som henholdsvis repræsenterer fortid, nutid og fremtidsudsigter for Saabs udvikling. Undersiderne indledes af en filmsekvens, og der er en fin rød tråd mellem menuikonet på skrivebordet, filmsekvensen og den animation, som ses indledningsvist på Past-niveauet på undersiden. På undersiden Fuel (brændstof) forklares først ved hjælp af en animeret grankogle (grankoglen roterer om sin egen akse) og tekst, om de første tiltag indenfor biobrændstofudviklingen i Saab. Trykkes på henholdsvis Present og Future, overgår animationen til at rotere nogle maskindele med endnu højere rotationshastighed – for at illustrere forskellen i brændstoffektiviseringen. Udover at animationerne er ledsagede af diegetisk realllyd oplever

⁸⁰ Dette er en ny teknik, hvor bluescreen videooptagelser kan integreres i Flashhjemmesider – og bluescreen baggrunden er her erstattet af den omtalte bordplade.

man, at jo større udvikling, der portrætteres, des mere energi og tempo kan der spores i den dynamiske baggrundsmusik – den dynamiske effekt er dog her forårsaget af brugerinteraktion. Musikken på Fuel-undersiden er baseret på et tungere beat, end hvad der afspilles, når man befinder sig på forsiden – og temaet i musikken er flyttet fra klaver til bas. Musikken understøtter dermed den udvikling, der sker i animationen – og baggrundsmusikken er således også pumpe-bas, og ”skramlende” trommesæt, når der trykkes på Future. Der er generelt set en høj grad af gennemarbejdning i forholdet mellem visuelle effekter og auditive effekter. Skifter man fra Future til Past, hører man således også lyden af en roterende maskindel, der aftager i kraft. På hjemmesidens andre undersider er der også en høj grad af reallids-understøttelse af de animationer, der eksisterer – såsom lyden af regnvand, når der animeres et regnvejr på Safety-undersiden (Present).



Der benyttes i stort omfang filmiske og animerede sekvenser på websitet – både i introklippet og ved overgangene mellem menupunkterne. Hjemmesiden indeholder desuden en række interaktive funktionaliteter – den mest omfattende er ved tryk på menupunktet Driving, hvor man får lov at styre en tuschpen henover et stykke papir – og des hurtigere man bevæger sig, des mere energisk udvikler musikken sig. Musikken skaber derved en arousal-effekt, som gør at opmærksomheden skærpes omkring websitets budskaber. Websitet er meget gennemarbejdet, og kombinationen af lyd, animation og tekst fungerer efter min mening rigtig godt.

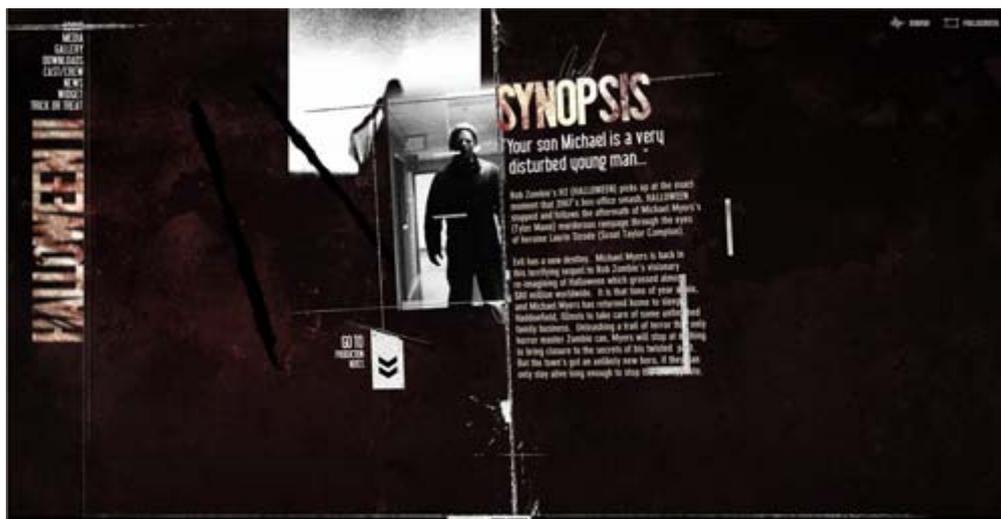
Hjemmeside nr. 3

Url: <http://www.halloween2-movie.com/>



Hjemmesiden er en reklame for gyserfilmen Halloween II og fungerer primært som en platform for præsentationen af en trailer for filmen. Denne er også det første der vises, når man starter websitet. Hjemmesiden er udviklet som et full-screen Flash-website.

Den grafiske stil er, ligesom filmens, mørk og rustik og er præget af uhyggelige masker og flimrende tekst mv. Der er således stor sammenhæng mellem filmens visuelle udtryk og hjemmesidens visuelle udtryk. Menustrukturen er præsenteret statisk i venstre side af skærbilledet. Ved klik på menupunkterne aktiveres en preloader, som hver gang indledes af en visualisering af en kniv, der "flænses skærmen", og som effektlyd er der tilknyttet en høj lyd, som skal illudere lyden af en kniv, der skærer gennem materiale (diegetisk). På sidens billedgalleri er det lyden af pistolskud (punktuel lyd), der benyttes ved skift mellem billederne. Sidens design og effektbrug lægger hermed vægt på chokerende lydeffekter og uhygge – en reference til uhygge, som publikum oplever baseret på erfaring fra den filmhistoriske tradition (trækker på erfaringer, almene mentale rammer). Lydtemaet på webistet er generelt præget af et dystert tapet af baggrundslyde (ikke-diegetiske) nærmere end baggrundsmusik. Dette præges af spænding, som fremkaldes af lavfrekvente dronetoner mv. (cyklisk lyd). Derudover benyttes industrielle effektlyde – metalliske og pludselige høje lydeffekter – f.eks. lyden af metaldøre der smækkes i (dynamiske lyde). Der benyttes også skingre toner, som afspilles i længere tid. Det auditive univers har, baseret på filmtrailerens, derfor også stor lighed med det fra filmen. Der er på websitet lagt stor vægt på at skabe uhyggelig stemning via det samlede audiovisuelle udtryk – og samtidig formoder jeg, taler dette website til hjertet af gyserfilmfans.



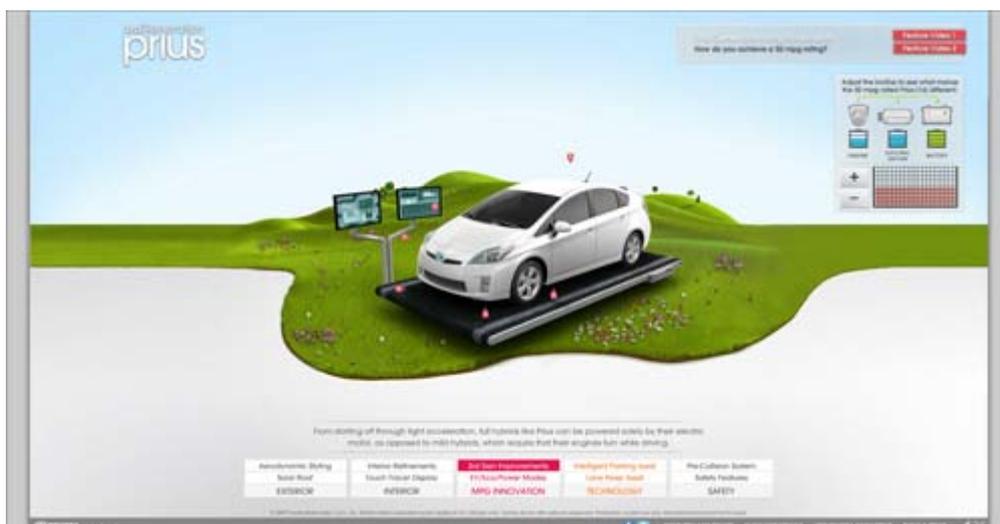
Hjemmeside nr. 4

Url: <http://www.toyota.com/vehicles/minisite/newprius/>



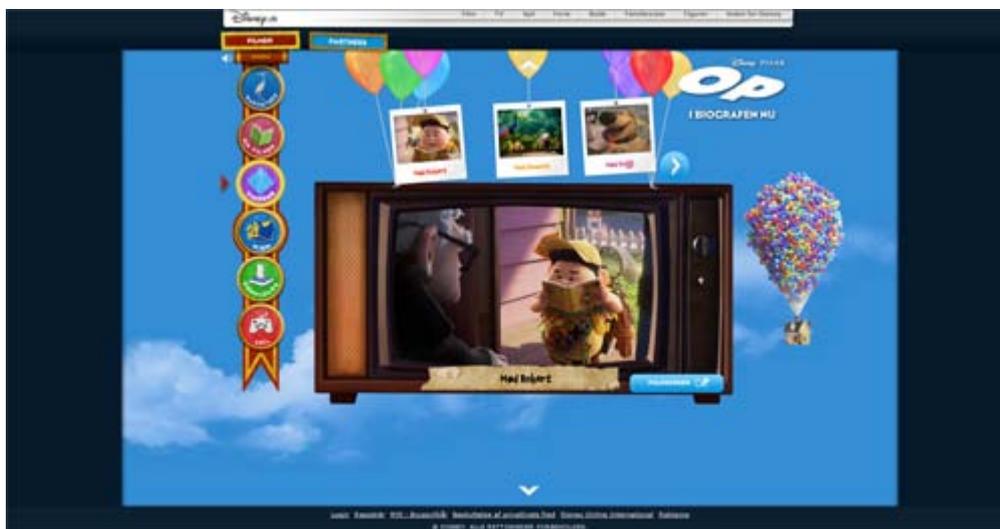
Hjemmesiden tilhører bilproducenten Toyota, og sidens formål er at gøre reklame for 3. generation af bilmodellen Toyota Prius og samtidigt præsentere de tekniske features, bilen har at byde på. Hjemmesiden er udviklet i Flash (full-browser) og består grafisk af en række landskabelige scener af forskellige karakter; græsarealer, strandarealer og bjergarealer, hvor der for hver scene udrulles (animeres) et stykke asfaltvej, hvor der desuden køres et modelleret eksemplar af Toyota Prius ind på scenen, og herefter præsenteres de forskellige features bl.a. ved hjælp af mindre animationer og interaktionsmuligheder for brugeren. F.eks.

kan man ved præsentationen af soltaget variere lufttemperaturen og derved påvirke scenens visuelle fremtoning – der opstår visuelle tegn på f.eks. varmebølger mv. Der kan desuden aktiveres små guides eller præsentationer af flere features (f.eks. soltagets anvendelse). Ved skift mellem menupunkter aktiveres en animeret overgangssekvens, hvor en Prius-modellering eksploderer, hvilket ledsages af diegetiske (og empatiske) lydeffekter – f.eks. lyden af vindsus, mens de små bildele suser op i luften. Hver featurepræsentation (scene) ledsages af ikke-diegetisk baggrundsmusik, som består af et kort loop af musik, som fortsætter uendeligt på hver respektive scene, uden variation (cyklisk). Indledningen af hver scene, hvor vejen rulles ud, ledsages af diegetiske, dynamiske lydeffekter. Hermed forstås, at f.eks. bilens motorlydsvolumen varieres i forhold til bilens placering på skærmen. Den primære menu samt andre menupunkter har tilknyttet mouse-over lydeffekter i form af en ”dump” bip-markering, og der afspilles desuden en ”swuusch” lyd, når menuens underpunkter animeres frem og tilbage. I de tilfælde, hvor undermenuernes ”forsvindingslyd” afspilles, gøres brugeren opmærksom på igen at fokusere på at vælge et menupunkt. Der kan derfor argumenteres for en transdiegetisk virkning af lyden. Musikken er ikke udpræget handlingsunderstøttende, hvilket lydeffekterne til gengæld er.



Hjemmeside nr. 5

Url: <http://www.disney.dk/Film/up/>



Hjemmesiden er lavet for Disney, som en præsentation af en ny animationsfilm ved navn "Up", som handler om en ældre mand, der hægter en masse balloner på sit hjem og derved tager på eventyr i "luftballon". Hjemmesiden er udarbejdet i Flash, og den visuelle stil er naturligt hentet fra filmens tema og foregår derfor på en baggrund af himmel og skyer. Navigationen på siden er vertikal i den forstand, at de respektive undersiders elementer er ophængt i balloner, som forestiller at de svæver i luften, og publikum på siden svæver således med fra underside til underside – enten ved brug af pile ovenover og nedenunder hver underside eller ved brug af en navigationsmenu i venstre side af browseren. Det primære formål med hjemmesiden er at præsentere traileren for filmen, som også vises allerede før, man ledes ind til selve hjemmesiden og navigationsmenuen. Derudover kan publikum også læse om filmen og se screenshots af karaktererne og andet.

Hjemmesiden indeholder både filmklip, animation, baggrundsmusik, effektlyde og sågar spil, som dog åbnes i en ekstern side, men stadig med brug af samme audiovisuelle oplevelsesunivers.

Baggrundsmusikken er ikke-diegetisk og udgøres af orkestermusik, som er relativt dramatisk i sin karakter og spilles i højt tempo – som man kender det fra eventyrfilm (f.eks. filmene om Indiana Jones mfl.). Musikken refererer til filmen og de stemninger og det spændingsniveau, som den indeholder. Via musikvalget overføres denne stemning til hjemmesiden. Ved skift mellem undersider dæmpes musikken, og der skabes derved opmærksomhed omkring den forandring, der sker af hjemmesidens indhold –

musikken startes igen, når den valgte underside dukker frem. Mouse-over effektlyde mv. er desuden også hentet fra filmens og hjemmesidens tema, og består således primært af "vindsus"



Befinder man sig på jorden – på hjemmesidens nederste niveau – og foretager man sig ikke noget i lidt tid, indtræder andre af filmens karakterer på hjemmesiden, understøttede af diegetisk lyd – f.eks. talereplikker som "Hey" og "Oh boy", og lyden af hundepoter på jorden, når en hund træder ind på scenen.



Analysemetode

De empiriske data, i form af besvarelser på brugerundersøgelsen, behandles i følgende afsnit med henblik på at udlede en generel holdningstendens i forbindelse med brug af lyd på eksempelhjemmesiderne. Besvarelserne bearbejdes med en hermaneutisk fortolkende tilgang, og jeg forsøger derved at tegne et billede af, hvordan respondenternes berøringsflade er med internettet og med den type af hjemmesider, som der tages udgangspunkt i - desuden tegner jeg et billede af, hvordan samspillet mellem visuel og auditivt kommunikerende elementer på disse hjemmesider har indflydelse på publikums perception af både hjemmesider og af de virksomheder og produkter, som der reklameres for. Besvarelserne identificeres ved nummerering af henholdsvis respondenter og af de stillede spørgsmål – f.eks. (b2,s9), som identificerer respondent nummer 2's besvarelse af spørgsmål nummer 9.

Meningskondensering og analyse

Brugerundersøgelsen er udsendt, jævnfør afsnittet om udarbejdelsen af brugerundersøgelsen til en række personer indenfor den definerede, men relativt brede målgruppe. Der er indsendt 18 fuldendte besvarelser fra målgruppen, hvor der dog forekommer en overrepræsentation af besvarelser udarbejdet af mænd. Aldersmæssigt er der en spredning blandt respondenterne fra 21 år til 57 år, med en gennemsnitsalder på omkring 33 år. Beskæftigelsesmæssigt var respondenterne primært studerende eller erhvervsaktive med akademiske baggrunde. Det overvejende flertal har adgang til en internetforbindelse på over 2 Mbit (formentligt væsentligt hurtigere), som er nødvendig for at kunne navigere gnidningsløst på de 5 hjemmesideeksempler. De resterende havde dog adgang til en brugbar internetforbindelse. Respondenterne beskriver i øvrigt et internetmæssigt brugsmønster, som tyder på, at de har en stor rutine i at benytte internettet og er fortrolige med mange af internettets brugsaspekter. Respondent nr. 8 informerer f.eks. om, at han bruger internettet *"mange gange dagligt, til facebook, mail, nyheder og diverse. Desuden benyttes nettet i arbejdsøjemed"* (b8,s6) og respondent nr. 2 svarer kortfattet *"dagligt"* (b2,s6) på spørgsmålet om brugsvaner på internettet. Fortroligheden med computere understreges også af, at 13 ud af de 18 respondenter svarer, at de spiller computerspil – eller tidligere har gjort det. På trods af at respondenterne i stort omfang benytter internettet både privat og i arbejdssammenhænge, er der ikke mange, der jævnligt støder på hjemmesider af den type, som de 5 eksempler udgør. Hermed understreges, at forekomsten af audiovisuelle hjemmesider fortsat er relativt sjældne at finde – idet de almindelige brugere, eksemplificeret ved respondenterne, sjældent støder på dem.

Med henblik på at skabe et overblik over respondenternes erfaring med audiovisuelle medier generelt, stillede jeg også et spørgsmål, der gik på, hvorvidt soundtracks i film ofte er vigtige for forståelsen af

stemninger og følelser – dertil valgte et overvejende flertal af respondenterne af svare bekræftende *”soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film”* (s9) – kun en enkelt tillagde ikke lyd stor betydning. Respondenterne uddyber desuden betydningen af lyd på film: *”musikken kan på forskellig vis påvirke hvad vi føler i forbindelse med filmens hændelser”* (b8,s10) og en anden skriver, at *”Musik og ambiente lyde er fantastiske midler til at skabe stemninger og følelser på film, en biljagt med en god lydside virker meget hurtigere og mere intens end den samme biljagt med autentiske lyde.”* (b4,s10). Der er hermed stor konsensus om, at ved perception af film udvirkes de stemninger og følelser, der opstår, i stort omfang fra soundtracket. Lyd har dermed en betydning for perceptionen og af helhedsforståelsen. Desuden udtaler respondent nr. 1 at *”Soundtracket er enormt vigtigt for den stemning man har når man ser film. Syntes også ofte at lyden binder filmen bedre sammen handlingsmæssigt.”* (b1,s10). I forbindelse med denne brugerundersøgelse blev respondenterne opfordret til at tænde lyden på deres computer, hvilket er en naturlig forudsætning for at opleve en audiovisuelt kommunikerende hjemmeside. Det viser sig dog også, at denne forudsætning også normalt er opfyldt, når flertallet af respondenterne bruger internettet i det daglige - enten altid eller ofte er lyden tændt – kun få har normalt aldrig lyd på (s7). Selvom brugerne af internettet derfor godt ville kunne nås med audiovisuelle virkemidler på hjemmesider, udtaler flertallet af respondenterne sig dog således om, med hvilken hyppighed de støder på denne type hjemmesider: *”en gang imellem, men de fleste har ikke musik på”*. Der eksisterer hermed et uudnyttet potentiale i forhold til at integrere lyd på hjemmesider. Det er dog tilsyneladende vigtigt at påpege, at respondenterne generelt set har et ønske om at kunne slukke for lyden på hjemmesider (s12) – de vil tilsyneladende selv bestemme, hvornår der er lyd på, og hvornår der ikke er. Det samme ville paradoksalt nok næppe være tilfældet i forbindelse med filmlyd. Respondenterne (det store flertal) tilskriver nemlig lyden på hjemmesider en stor betydning for helhedsindtrykket *”lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav – og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske”* (s11) – men vurderer samtidigt, at lyden i visse situationer godt kan undværes trods den merværdi, der tilføres til det visuelle.

Knap halvdelen af respondenterne vurderer, at baggrundsmusikken på hjemmesiderne påvirker opfattelsen af indlæsningstid og transitioner – dvs. tidsopfattelsen i retning af en mere sammenhængende oplevelse. Transitionerne opfattes således som mindre markante, når der afspilles baggrundsmusik. Da flere af de betragtede hjemmesider indeholder nogle ret visuelt aktive transitionseffekter (animering, hurtige klip mv.), binder de auditive virkemidler dermed de visuelle indtryk bedre sammen.

Ved spørgsmålet om hvorvidt lyden relaterer sig til specifikke informationer eller gør opmærksom på visuelle forhold gennem pludselige lydeffekter eller musik, oplever flere af respondenterne i forhold til at

gøre opmærksom på enten information eller på visuelle virkemidler, at *"Man fik da lige et chok hist og her på Halloween siden. Desuden syntes jeg også at musikens intensivering var en god indikator for udviklingsgraden på Saabs hjemmeside"* (b1,s17) og ligeledes udtales følgende *"Inde på Halloweens II hjemmesiden, blev jeg pludselig klar over en effekt v.h.j.a. lyd. Når man går ind på de forskellige emner i menuen så kommer der en meget skinger lyd og med den følger en kniv/blad gennem baggrunden og giver i [red.: et]rids, uhyggeligt, men sejt"* (b9,s17) – disse lydeffekter er udtryk for dynamiske lydeffekter (og musik), og jævnfør Chions kategorisering er høje, pludselige lyde de mest effektive til at skabe opmærksomhed. Især den udvikling af musikken, som også beskrives i caseanalysen af Saab hjemmesiden, lader til at tiltale respondenterne, og opfattes som effektiv kommunikation. Lyden tilføjer dermed en merværdi til det visuelle – og retter publikums opmærksomhed hen mod vurderingen af bilteknologiens udviklingsgrad, som også illustreres visuelt. En respondent udtaler *"musikken forstærker i dette tilfælde helt klart pointen og det fungerer supergodt."*(b5,s20) – en anden udtaler *"meget overbevisende :) Ja, altså det giver et lille udviklingsforløb, og forstærker nok pointen i den sidste tekst"* (b8,s20). Nogle af respondenterne var dog ikke umiddelbart bevidste om disse effekter *"det er ikke noget man ligger mærke til i første omgang, men fungerer rigtig godt med temposkift og den generelle udvikling i musikken"* (b7,s20) – det tyder derfor på, at samspelet mellem de auditive og de visuelle virkemidler styrker helhedsoplevelsen – og perceptionen foregår samlet ved publikum. Auditive virkemidler kan ifølge respondenternes besvarelser også bruges til at skabe en sammenhængskraft med det produkt, der formidles information om på de respektive hjemmesider – især når det er filmtrailere, der præsenteres. Der henvises bl.a. Til Halloween II hjemmesiden hvorom der udtales at *"denne hjemmeside er gennemført med billede, lyd og tema, det hele hænger sammen, og man er hele tiden klar over, at der er noget uhyggeligt både ved hjemmesiden og ved traileren."*(b9,s21) – virkemidlerne der hentydes til er den stemningsskabende baggrundsmusik (eller lyd) og så de dynamiske lydeffekter, som tidligere er beskrevet. På Disneys hjemmeside skaber dæmpningen af underlægningsmusikken derimod mere uenighed blandt besvarelserne – udeladelse af lyd er tilsyneladende en effekt, man skal benytte mere varsomt ved udviklingen af kommercielle websites.

Der er bred enighed om, at lyd på hjemmesider kan have samme effekt som på film, og dermed i samme grad være stemningsskabende *"Ja bestemt. Der sker den samme stemningspåvirkning som på film. Og desuden er det fedt med en bekræftelse fra muselydeffekter, når man trykker på knapperne."* (b12,s24) – nogle af respondenterne påpeger dog i tillæg til denne holdning, at de, når de besøger hjemmesider, ofte leder efter faktuelle informationer, og når man i stedet tvinges til at opleve, kan dette til tider være irriterende *"de spillede mere på mine sanser og ville give mig en oplevelse, frem for simpel information. Og derfor krævede de også mere af mig og af min opmærksomhed og af min tid [...] det forvirrede og irriterede"*

mig nogle gange.” (b11,s24) – der hentydes dog her både til den avancerede og filmiske grafik og til lyd. Det er nok også i en udtalelse som denne, at årsagen til ønsket om at kunne slukke for lyden på hjemmesider skal findes. Målsætningen og forventningen til hjemmesider er – fordi det er normalen - primært at hente information – hurtigt og nemt, modsat film, hvor det er oplevelsen, der er målsætningen. Der skal derfor tilsyneladende være en balance mellem oplevelsesorienterede virkemidler på hjemmesider og muligheden for, at publikum kan få kortfattet information. Overordnet var vurderingen, at de audiovisuelle virkemidler (musik, lydeffekter, animation mv.) har samme påvirkning af den samlede perception, som i forbindelse med film.

Udover den emotionelle og stemningsmæssige påvirkning musik og lydeffekter har, mener flere af respondenterne, at *”lydene er en god hjælp – om end man også visuelt kan navigere. Det giver et beder og mere varieret helhedsudtryk”* (b12,s25), og ligeledes udtales, at *”Ideen med lyde, der viser når man hover over et menupunkt er gode til at understrege, at her kan man vælge noget”* (b13,s25). Nogle anser dog disse bekræftende lydeffekter for overflødige - men dog alligevel som *”ekstra guf”* (b6,s25).

Respondenterne bliver i løbet af brugerundersøgelsen bedt om at forholde sig til en eksempelhjemmeside først uden lyd, og derefter med lyd (s26) – her er svaret mere entydigt, at *”lyden tilfører større oplevelse”* (b17, s26) og *”jeg syntes lyden giver et stærkere udtryk. Og som om at lyden retfærdiggør, at det visuelle tager så lang tid, idet landskabet bevæger sig ligeså stille passende til musikkens tempo”* (b11,s26) og desuden den mere markante holdning, at *”der er alt til forskel”* (b14,s26). Både den stemningsskabende musik og markeringerne af mouse-over er dermed relativt væsentlige for at skabe en bedre helhedsoplevelse. Dette understreges af bemærkningen *”Helt klar, man svæver næsten med når man surfer rundt på den hjemmeside”* (b1,s27), et svar om forholder sig til den stemningsskabende virkning af baggrundsmusikken på hjemmeside nr. 1. Dog har en respondent fortsat en holdning, der påpeger at *”derfor får jeg ikke nogen nævneværdig fordel ved at tænde for lyden. Jeg har ganske enkelt ikke behov for den for at få opfyldt det formål, jeg har med at besøge hjemmesiden”* (b13,s26) – denne sidste udtalelse er dog udtryk for et mindretals forhold til lyd på hjemmesider ud af respondenterne.

Overordnet mener respondenterne også, at de fem hjemmesider sætter de producerende virksomheder og deres produkter i et bedre lys. Nogle påvirkes blot i en positiv retning: *”Det professionelle udtryk og de flotte præsentationer gør produkterne nemmere at huske. Meget mere appellerende og skaber måske en smule merværdi”* (b7, s28), mens nogle nærmest giver udtryk for, at de er på vej ud og købe produktet *”Saab hjemmesiden er helt formidabel – jeg må have en Saab”* (b17,s28) – en af respondenterne beskriver

mere analyserende, at hjemmesiderne *"i høj grad taler til min "oplevelse" og indlevelsessevne – udover de konkrete informationer og fakta om produkterne, der primært taler til min fornuft"* (b11,s28). Der fremgår hermed en erkendelse af, at dette samspil mellem auditive og visuelle udtryksformer er en faktor i forhold til helhedsoplevelsen af hjemmesiden – enkelte respondenter vurderer dog, som beskrevet tidligere, bare at de hellere vil have ren information fra hjemmesider.

Lyden på eksempelhjemmesiderne virker ikke i stort omfang transdiegetisk, men en enkelt respondent har bemærket (jævnfør casebeskrivelsen), at denne på Toyotas hjemmeside har oplevet, at den mouse-out effekt, som fremkommer når musen fjernes fra menuen, påvirkede dem til igen at aktivere navigationsmenuen (b2,s29). Der er dermed en påvirkning – dog er der i højere grad basis for at argumentere for et udvidet transdiegetisk begreb – forstået således, at respondenterne giver udtryk for, at lyden og det at hjemmesiderne i højere grad er spændende (bl.a. pga. lydbrugen), medvirker på et mere overordnet niveau til, at respondenterne navigerer rundt på hjemmesiderne i længere tid. Men altså kun enkelte steder virker lyden direkte motiverende for en konkret handling navigeringsmæssigt – modsat hvad man typisk oplever i f.eks. strategiske computerspil.

Evaluering af meningskondensering

Jeg er bevidst om, at man som spørgsmålsformulerende forfatter og tolker af svarene aldrig kan opnå en fuldstændig neutral position. Jeg har forsøgt at gå til opgaven uden bevidst hensigt om, at få respondenterne til at svare bestemte ting. Spørgsmålene er intenderet neutrale, men af og til har jeg dog fundet, at det var nødvendigt med hjælpetekster, som skal spore respondenterne lidt mere ind på, hvilket område det er, jeg ønsker, de skal fremkomme med nogle refleksioner over. De empiriske data er i min undersøgelse fortolket kvalitativt, og de er forsøgt behandlet ud fra en neutral indstilling til den positive effekt af de audiovisuelle virkemidler, som benyttes på hjemmesiderne. Dog må jeg erkende min egen forforståelse – at jeg selv er meget positiv overfor de fem hjemmesider – og det kan have den effekt, at jeg nødvendigvis må tage forbehold for en måske vel positiv vurdering af udsagnene.

Med hensyn til den indsamlede mængde data vil jeg fremføre, at min intention ikke har været at foretage en kvantitativ analyse – dertil skulle jeg have brugt meget større mængder af svar – men en mindre undersøgelse, som til gengæld gav mulighed for at respondenterne kunne give uddybende og dermed mere kvalitative svar. Der forekom en relativt lav besvarelsesrate i forhold til hvor mange spørgeskema-links, der blev udsendt. Det er ikke muligt at vide, hvorfor nogle modtagere af spørgeskemaet har valgt ikke at svare. Der er ikke kommet respons, som kunne antyde noget om dette, men det har formentlig haft en betydning,

at besvarelsen er indsamlet med relativ kort varsel og i forbindelse med en tidsbegrænset opgave, og at undersøgelsen i øvrigt er relativt tidskrævende at besvare. Man kan ligeledes gøre sig nogle overvejelser over, hvorvidt gruppen af respondenter kan siges at være repræsentativ. På samme måde som nævnt ovenfor synes jeg, at mit fokus på en mere kvalitativ analyse frem for en kvantitativ gør, at jeg kan være tilfreds med gruppens sammensætning og repræsentativitet. Lidt flere besvarelser kunne dog nok have været ønskelige.

Konklusion

Dette speciale har beskæftiget sig med audiovisuel kommunikation på flere leder og kanter. Jeg valgte tidligt at fokusere på kommercielle hjemmesiders anvendelse af lyd, og det rejste behovet for dels at redegøre for internettets historie og udvikling samt dets nuværende teknologiske stade og udbredelse, og dels at researche i relevant teori om lydens betydning i audiovisuel perception. I forlængelse af dette indledende arbejde var det min hensigt at udarbejde en brugerundersøgelse, som skulle give nogle svar på, hvordan en given gruppe af internetbrugere vurderede de udvalgte eksempelhjemmesiders funktion og brug af lyd. Undersøgelsen er blevet gennemført som planlagt, og mit arbejde med specialeskrivningen har ledt frem til følgende afsluttende overvejelser og konklusioner.

I specialets indledende afsnit har jeg givet en historisk og teknisk redegørelse for, hvordan den teknologiske udvikling har skabt en platform for internettet, så det i dag overhovedet er muligt at arbejde med komplekse audiovisuelle hjemmesider. Det er f.eks. ved brug af statistikker påvist, at internettet har opnået en meget stor udbredelse i Danmark, og spørgeskemaundersøgelsen dokumenterer, at respondenterne har rimeligt hurtige internetforbindelser, og at de også er fortrolige med mediet. Jeg vil derfor konkludere, at den teknologiske udvikling er ved at være moden til, at der kunne publiceres mange flere hjemmesider af den mere avancerede slags, som i høj grad benytter sig af animationer og komplekse lydeffekter. Fundamentet er så at sige i orden, og vi begynder da også at se eksempler på sådanne sider. De 5 udvalgte hjemmesider, som indgår i spørgeskemaundersøgelsen, synes jeg er gode eksempler på den nyere og mere avancerede brug af Flashprogrammering, animationer, lydeffekter osv.

Under min første research kunne jeg konstatere, at der ikke findes mange publikationer om det valgte emne, hvor fokus var det samme som mit. Det er dog mit indtryk, at audiovisuel perception i multimedier er et emne, som har en vis interesse i studie- og forskningsmiljøer, og at der derfor hele tiden fremkommer artikler og opgaveskrivning om det, men det er meget vanskeligt at få overblik over, hvad der eksisterer. Jeg valgte at fokusere på udvalgt filmmusikteori, fordi der hos de benyttede forskere findes meget brugbare

teorier og analysebegreber, som netop har stor forklaringskraft omkring det specifikke, som lyden bidrager med. F.eks. Chions arbejde og Langkjærs bøger beskæftiger sig udelukkende med filmuniverset, men deres fokuspunkter har jeg fundet meget relevante. Således finder jeg, at Chions begreb *added value* giver god mening, også når man undersøger hjemmesider, og på samme måde giver Langkjær gode bud på, hvordan man vha. de foreslåede analysekategorier kan organisere sine iagttagelser af lydbrug. I sine tidlige publikationer arbejder han med film som sit objekt, men i den senere artikel bevæger han sig fra filmen og over på andre audiovisuelle medier og viser ved hjælp af en videreudvikling af sin analysemodel, hvordan teorien netop kan overføres til disse nyere medier.

Det specielle ved hjemmesider, ligesom ved pc-spil, er de interaktive muligheder, som brugeren har for at påvirke et forløb eller en handling. Det er en mulighed, som man ikke har, når man er tilskuer til en film. Denne påvirkning kan, som ofte ses i computerspil, også foregå på foranledning af auditive input. Denne såkaldt transdiegetiske kommunikation forefindes dog ikke udpræget på de 5 hjemmesider, men min vurdering er, at man i fremtiden vil se denne form udnyttet i højere grad. I mine caseanalyser af de 5 udvalgte eksempelhjemmesider viser jeg, at det langt hen er de samme lydige virkemidler, hjemmesider benytter, som der benyttes i film, og at det giver mening at benytte de samme analysekategorier og organisering af sine iagttagelser, som filmmusikteoretikerne benytter, f.eks. skelnen mellem diegetisk og ikke-diegetisk lyd og Chions opstilling af, hvilke typer af lyd, der er mest opmærksomhedsskabende, forskellige lydes påvirkning af publikums perception af tid m.fl. Billede og lyd forholder sig til hinanden og giver samme effekter, som det ses i film. Især Langkjærs model i fire trin bidrager med gode analyse spørgsmål og sætter det i system, at man kan undersøge hjemmesiderne for de konkrete lydeffekter, brugerens opfattelse af dem, de følelser dette skaber hos brugeren og endelig hvilke mentale rammer eller erfaringer, brugeren trækker på i sin fortolkning af det oplevede. Det vil sige den syntetisering af mentale processer der udgør publikums perception.

Jeg ønskede med brugerundersøgelsen at undersøge, dels hvordan brugerne er stemt over for hjemmesiders brug af lyd og musik, og dels om de oplever, at lydsiden bidrager med en ønsket merværdi til oplevelsen. Ud fra min behandling af deres svar mener jeg, der kan konkluderes, at respondenterne overvejende finder, at lyden understøtter et godt helhedsindtryk mellem lyd og billede – og at det således lykkes de pågældende eksempelhjemmesider at skabe en audiovisuel kontrakt med sit publikum.

Undersøgelsen viser dog også, at det er relevant at foretage en indledende forventningsafstemning – for ikke alle ønsker at blive mødt med en lydside, når de går ind på hjemmesider. Nogle ønsker hurtig og

effektiv informationssøgning, og her opfattes lyd ofte som et forstyrrende element. Andre derimod finder det interessant, at hjemmesiden også vil underholde eller vil udvide brugerens oplevelse ved at tilføje lyd, og de udtaler, at sidernes samlede kommunikation ved brug af lyd er mere succesfuld. Brugere blev måske på siderne længere tid, end de eller ville have gjort, eller de blev mere positivt stemte over for det kommunikerede produkt.

Besvarelserne underbygger således, at der er en positiv effekt – og at audiovisuelle hjemmesider kan være oplevelsesskabende. Man skal dog som udvikler erkende sit formål med hjemmesiden (information vs. oplevelse) – kommercielt er der overvejende positive effekter, vurderer respondenterne.

Det har således været en spændende tur rundt i det audiovisuelle univers set ud fra en både teoretisk og en mere praktisk vinkel, og jeg mener, at jeg gennem processen har fået besvaret min indledende problemformulering om, hvordan samspillet mellem auditiv og visuel kommunikation foregår på kommercielle hjemmesider, og hvordan dette samspil påvirker det audiovisuelle betydningshele for brugerne af sådanne hjemmesider.

Litteraturliste

- Breinbjerg, Morten, *Emergens – om tilsynekomstens æstetik*, Center for Digital Æstetik-forskning, nr. 5, 2005
- Bruhn Jensen, Klaus; Helles, Rasmus, The silent web – A qualitative study of sound as information and communication in websites, 2007. (Artikel i Internet Research Annual Volumen 4. S.183-195. © Peter Land Publishing.)
- Chion, Michel, *Audio-Vision: Sound on Screen*, Columbia University Press, 1990
- Dalhoff, Jesper, *Auditiv Kommunikation på websites (speciale)*, 2007, Aalborg Universitet
- Drotner, Kirsten m.f., *Medier og kultur*, Borgens forlag, 1996
- Hansen, Niels-Henrik, *Spørgeskemaer I virkeligheden*, Forlaget Samfundslitteratur, 2008
- Have, Iben, Musik og følelser i danske tv-dokumentarer, artikel i *Mediekultur* nr. 40, 2006
- Jensen, Jens F., *Multimedier, hypermedier, interaktive medier*, Fisk 3, Aalborg Universitets Forlag, 1998,
- Jensen, Klaus Bruhn, Lyd som tværfaglig kommunikation – en tværfaglig forskningsoversigt og en dagsorden for medieforskningen, artikel i *Mediekultur* nr. 40, 2006
- Jørgensen, Kristine, *Audio and Gameplay: An Analysis of PvP Battlegrounds in World of Warcraft*, *Game Studies* (website: <http://gamestudies.org/0802/articles/jorgensen>), december 2008, issue 2, ISSN:1604-7982
- Jørgensen, Kristine, Lyd som grensesnit – når dataspillets lyd bliver funksjonel, artikel i *Mediekultur* nr. 40, 2006
- Langkjær, Birger, *Den lyttende tilskuer*, Museum Tusulanusm Forlag, 2000
- Langkjær, Birger, *Filmlyd & filmmusik. Fra klassisk til moderne film*, Museum Tusculanums Forlag, 1997
- Langkjær, Birger, *Mediernes lyd - En multimodal analysemetode*, artikel i *Mediekultur* nr. 40, 2006
- Langkjær, Birger, *Perception af lyd og musik i film*, Museum Tusculanums forlag, 2000
- Leeuwen, Theo Van, *Speech Sound Music*, Machmillan Press Ltd, 1999
- Maasø, Arnt, *Lydkonvensjoner i lydfilmen*, Norsk medietidsskrift nr. 2 (1995)
- Maasø, Arnt, *Sonification in web design: auditive possibilities for navigation*, University of Oslo, Nov. 2001
- Negrino, Tom og Smith, dori, *JavaScript and Ajax for the web*, 7. edition. Peachpit, 2009.
- Neumann, Linda, *Multimediemusik, Speciale*, AAU, 2005
- Pedersen, Dennis Aagaard, *Hjælp til selvhjælp i musikkulturen*, AAU, 2005

Poulsen, Ib, Det imaginære rum, artikel i Mediekultur nr. 40, 2006

Riis, Ole, Metoder på tværs, Jurist og økonomiforbundets forlag, 2001

Steiner, Kvale, Interview, 2. Udgave, Hans Reitzels Forlag, 2009

Stowasser, Rune og Riishede, Anders, Musikken spiller, speciale, Aalborg Universitet, 2006

Ted Padova, Kelly L. Murdoch, Adobe Creative Suite 4 Bible, Wiley, 2009

Internetkilder:

<http://www.dst.dk/Statistik/ags/IT/Noegletal/NinfoDK2007.aspx>

http://www.stedetsomikkeer.dk/debat/hist/060198_soerenv.html

[http://en.wikipedia.org/wiki/Ajax_\(programming\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Ajax_(programming))

<http://www.ceranco.com/#/1/1/>

<http://changeerspective.saab.com/global/en/>

<http://www.halloween2-movie.com/>

<http://www.toyota.com/vehicles/minisite/newprius/>

<http://www.disney.dk/Film/up/>

<http://www.thefwa.com/>

<http://da.wikipedia.org/wiki/CERN>

<http://da.wikipedia.org/wiki/IPv4>

Abstract

The English title of this thesis is “Perception of audiovisual communication on websites”

The thesis concerns itself with the subject of audiovisual communication on websites on the basis of theories about the perception of audiovisual media, and how audio creates added value in relation to visual media types.

The thesis starts out by giving an overview of the technological development the previous years, and determines that the development of multimedia websites, using film, animation, sound and so on is closely related to the fact that everybody now has access to the internet and fast internet connections. A series of commercial websites are now developed professionally and makes a very coherent use of audiovisual communicative elements. The thesis is partly investigating if the use of sound on websites gives extra bonus in regards to using the internet as a commercial media platform.

The theoretical chapters has, as mentioned before, to do with both added value and the perception of sound in the manner of Birger Langkjær's books and article about sound in film and other audiovisual media types. Langkjær is providing argumentation for bringing in focus the relationship between audiovisual elements and the viewer, which means that the viewer is just as much a listener. Langkjær's model for exploration of this relation between audiovisual media and viewer is described.

In this chapter I also mention sound theory as described by Michel Chion, and the concept of sound adding value to the perception of images. In addition there is a mention of how music can provoke feelings and moods according to Iben Have and how sound and music can be supportive of the narrative of a film – or in this case supportive of the limited narratives of websites.

The empirical data used in the analysis is gathered through an internet based questionnaire that retrieves information about the use of the internet and in particular the attitude towards sound on websites as regards five examples on audiovisual websites.

The thesis concludes that the usage of sound on websites gives a fuller user experience as opposed to websites that are more focused on merely providing textual information – and perhaps as a result gives a better experience browsing the website. Audiovisual websites is as consequence probably also a better tool for the promotion of commercial brands and products.

BILAG



Audiovisuelle hjemmesider

Denne brugerundersøgelse relaterer sig til et speciale, som beskæftiger sig med samspillet mellem visuel og auditiv kommunikation på hjemmesider. Den skal indsamle informationer omkring brug af internettet og omkring holdninger til lyd på hjemmesider. Vær gerne uddybende i dine svar - og giv eksempler.

Der tages udgangspunkt i 5 specifikke hjemmesider - gør dig først bekendt med hjemmesiderne ved at surfe rundt på dem i nogle minutter (husk at tænde for lyden på din computer). Det er under besvarelsen i øvrigt nødvendigt at åbne hjemmesiderne flere gange, for at svare på spørgsmål, som er direkte relaterede til hændelser på en specifik hjemmeside. Alternativt kan alle 5 hjemmesider åbnes i hver sin browser/fane, hvorefter lyden mutes, og kun aktiveres på den side der kigges på. Når du har besvaret spørgsmålene, bedes du trykke på knappen submit/send i bunden af siden.

Kan du ikke afsende din besvarelse, er det med stor sandsynlighed fordi du har glemt at besvare enkelte spørgsmål. Udfyld de manglende felter og tryk igen på submit/send knappen (Udfyld evt. med teksten "ingen kommentar", hvis du ikke kan besvare spørgsmålet).

Besvarelsen tager omkring 30 minutter (+/-)

- (1) <http://www.ceranco.com/#/1/1/>
- (2) <http://changeerspective.saab.com/global/en/>
- (3) <http://www.halloween2-movie.com/>
- (4) <http://www.toyota.com/vehicles/minisite/newprius/>
- (5) <http://www.disney.dk/Film/up/>

På forhånd tak for din besvarelse!

* Required

Basis spørgsmål

(1) Navn *

(2) Alder *

(3) Køn? *

- Mand
- Kvinde

(4) Beskæftigelse og evt. uddannelse? *

(5) Har du internetforbindelse i hjemmet? *

- internethastighed over 2 Mbit
- internethastighed under 2 Mbit
- Har ikke internet hjemme - men har adgang til at gå online andre steder
- Kender ikke min internet hastighed

(6) Hvor ofte bruger du internettet? *

Forklar gerne hvor ofte, men også hvad du bruger det til i det daglige. Skriv også gerne hvis/hvordan du benytter internettet i forbindelse med arbejde/hobbyarbejde?

(7) Har du lyd på din computer? *

Tag gerne udgangspunkt i den computer du oftest surfer på nettet fra hjemmecomputer/arbejdscomputer

- Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet
- Jeg har ofte, men ikke altid lyd på computeren, når jeg surfer på internettet
- Jeg har slet ikke lyd på min computer
- Jeg har sjældent tændt for højttalerne, når jeg surfer på nettet

(8) Spiller du computerspil?

- Ja, i perioder gør jeg lidt
- Ja, hver dag

- Nej, men har tidligere spillet computerspil
- Nej, aldrig

(9) Oplever du ofte soundtracket i en film som vigtigt for din forståelse af filmens handling? *

- soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
- soundtracket betyder ikke det store, når jeg ser film

(10) Uddyb gerne din mening om betydningen af lyd på film? *

Er musik bare ligegyldigt baggrundstapet, er musikken vigtig for filmens stemning, påvirker lyd din bevidsthed om filmens handling osv. Tag udgangspunkt i filmmediet generelt - og ikke nødvendigvis kun i en konkret films soundtrack.

Lyd på hjemmesider

(11) Hvordan mener du lyd/musik bidrog til dit indtryk af hjemmesiderne? *

- Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske
- Lydsiden var fin, men tror ikke jeg udforskede hjemmesiderne i længere tid af den grund
- Lyd og musik på hjemmesiderne irriterede mig
- ved ikke

(12) Mener du det er vigtigt, at der er mulighed for, at man kan mute lyden på hjemmesider? *

- ja
- nej
- ved ikke

(13) Mener du, at hjemmesidernes lydbrug påvirkede helhedsindtrykket af hjemmesiderne? *

Uddyb hvordan du blev påvirket. Stemninger? Følelser? Lyst til at se mere af

Uddyb hvordan du blev påvirket. Bemærkninger: Følteser: Lyst til at se mere af hjemmesiden osv.

(14) Mener du, at effektlyde og musik understøttede det visuelle indtryk hjemmesiderne gav? *

Uddyb gerne hvordan du mener sammenhængen var mellem billede/video/animation og lyd

(15) Giv konkrete eksempler på, hvor lydeffekter/musik understregede hjemmesidernes visuelle udtryk *

Skriv f.eks.: ved tryk på "about" på hjemmeside 1, afspillede en motorlyd, der understregede, at en bil animeredes henover skærmen - fortæl også din mening om de forskellige lydeffekter (og musik)

(16) Hvordan påvirkede kombinationen af lyd og billede/animering din oplevelse af hjemmesiden? *

Lad dine egne eksempler fra foregående spørgsmål indgå i dine overvejelser (flere svar er muligt)

- hjemmesiderne blev mere virkelighedstro
- hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer
- hjemmesiderne var spændende
- hjemmesiderne var kedelige
- hjemmesiderne var flotte og veludførte
- ved ikke

(17) Oplevede du på en eller flere af hjemmesiderne, at du blev særligt opmærksom på noget information/noget visuelt, ved hjælp af en pludselig lydeffekt/musik? *

Nævn gerne et eksempel

(18) Vurderer du, at baggrundsmusik medvirker til, at ventetiden/overgangen mellem forskellige undersider/menupunkter opfattes mindre markant? *

- ja
- nej
- ved ikke

(19) Hvor ofte oplever du, når du surfer på internettet, at de hjemmesider du støder på, er af den type som eksempel hjemmesiderne, der henvises til i dette spørgeskema? *

Her tænkes på hvor ofte, der forefindes musik, animering, professionelt udarbejdet grafik mv. i det omfang, som det ses på disse fem hjemmesider..

- jeg støder ofte på den type multimediehjemmesider
- jeg har aldrig set en hjemmeside af den type før
- en gang imellem, men de fleste har ikke musik på

(20) Bemærk musikkens udvikling på hjemmeside 2, når du f.eks. vælger menupunktet "Power" - illustreret ved et blad-ikon. Bemærk udviklingen i musikken når du vælger henholdsvis past, present og future underpunkterne. *

Hvordan opfatter du dette samspil mellem hjemmesiden tekst/indhold og musikken? Forstærker musikken den tekstlige pointe? Andre kommentarer?

(21) Se filmtrailereren på hjemmeside nr. 3, og forklar derefter, hvordan du mener at henholdsvis hjemmesidens og filmens grafiske og auditive temaer

Giver hjemmesiden ved hjælp af lyd og grafisk stil en god fornemmelse af filmens genre? Hvordan opfatter du de lyd- og visuelle effekter, som fremkommer, når der skiftes mellem hjemmesidens menupunkter? Andre kommentarer?

(22) På hjemmeside nr. 5 henholdsvis startes/stoppes baggrundsmusikken når man skifter menupunkt. Mener du, at denne brug af baggrundsmusikken skærper din opmærksomhed omkring hvornår hver nye underside er fremkommet/loadet? *

Hjælper musikken således navigationen på hjemmesiden?

(23) Kan du give eksempler fra hjemmesiderne, hvor musik og lyde ikke understøttede grafikken (det visuelle handlingsforløb)? *

F.eks. lyden af uhygge og stormrvejr, mens der visuelt ses solskin og strand..o.l.

(24) Mener du, at lyd på hjemmesider, jævnfør eksemplerne, kan have samme virkning på oplevelsen af en bestemt stemning, som den f.eks. kan have i en film? *

Husk at skelne her mellem eksemplerne og f.eks. lyd på bannerreklamer mv.

(25) På hjemmeside nr. 4 afspilles kortvarige "bip" lyde, når man holder

musen over et menupunkt. Gør denne lydeffekt det efter din mening mere tydeligt, hvor der er knapper/links der kan trykkes på? *

Samme fremgangsmåde opleves på hjemmeside nr. 2 - dog med lydclip, der i højere grad har karakter af at være reallyde. Hvilken af de to forskellige typer lyde fungerer mest virkningsfuldt?

(26) Prøv at navigere rundt på hjemmeside nr. 1 (og evt. også nr. 2) uden lyd – og bagefter med lyd. Hvordan synes du lyden tilføjer noget til oplevelsen af hjemmesiden. Og hvad? *

Andre kommentarer?

(27) Syntes du, underlægningsmusikken på hjemmeside nr. 1 var stemningsskabende? *

Hvordan? Og var der sammenhæng mellem musik og grafik? Kommenter også gerne musikken på de øvrige hjemmesider.

(28) Mener du, at hjemmesider, som de fem eksempler, i højere grad stiller dig positiv overfor det produkt der promoveres - og evt. mere villig til at købe produktet, i forhold til hvordan en mere traditionel hjemmeside ville gøre det. *

Mere prof. indtryk? Præsenterer produktet flottere? Positive/negative sider ved denne type af hjemmeside?

(29) Oplever du på nogle af hjemmesiderne at lyden påvirker dig til at navigere et bestemt sted hen? *

Submit

Powered by [Google Docs](#)

[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

Bilag B

Besvarelse	(1) Navn	(2) Alder	(3) Køn?	(4) Beskæftigelse og evt. uddannelse?	(5) Har du internetforbindelse i hjemmet?	(6) Hvor ofte bruger du internettet?
1	Peter	26	Mand	Studerende	internethastighed over 2 Mbit	Dagligt, og til alt muligt. Både surf og seriøst
2	Kristoffer	28	Mand	Musikker, konservatorie uddannet.	internethastighed over 2 Mbit	Dagligt
3	Martin	32	Mand	Musiklærer	internethastighed over 2 Mbit	hver dag: hente undervisningsmateriale og indkøb af grej til modelfly
4	Rune	29	Mand	Kandidat, hum.inf. multimedier, ikke i job	internethastighed over 2 Mbit	Flere timer om dagen. Jeg bruger internettet til arbejde, studier og nyheder/underholdning i form af både websites og spil.
5	Søren	30	Mand	Web developer, Web designer, Kand Mag i Multimedier	internethastighed over 2 Mbit	Jeg bruger det hele tiden til nærmest alt. Er på nettet altid, da jeg også arbejder med det. Bruger som oftest Google til at navigerer rundt, samt sider jeg ved der har relevant information i forhold til mine interesser. F.eks. popurls.com, mashable.com, smashingmagazine.com
6	Dennis	29	Mand	Procucent indenfor e-læring Cand.it, multimedier	internethastighed over 2 Mbit	hele tiden. nyheder, tv, last.fm, myspace i mit arbejde producerer jeg undervisningsmateriale, der afvikles på internettet.
7	Johannes	25	Mand	Studerende - interaktive digitale medier	internethastighed over 2 Mbit	Jeg bruger internettet 1-2 timer dagligt. Mest privat hvor jeg bruger det til generel nyhedsopdatering samt sociale netværk.
8	Simon	28	Mand	Guitarlærer, biludejer og studerende.	internethastighed over 2 Mbit	Mange gange dagligt, til facebook, mail, nyheder og diverse. Desuden benyttes nettet i arbejdsøjemed.
9	Trine	21	Kvinde	5. semester kommunikation AAU.	internethastighed over 2 Mbit	Jeg bruger internettet hver dag, både til at se mit skema, e-mails osv. jeg bruger MSN hver dag. Der ud over uploader og downloader jeg filer på nettet.
10	Lasse	33	Mand	IT-konsulent	internethastighed over 2 Mbit	Hverdag på arbejde og fritid.

Besvarelse	(1) Navn	(2) Alder	(3) Køn?	(4) Beskæftigelse og evt. uddannelse?	(5) Har du internetforbindelse i hjemmet?	(6) Hvor ofte bruger du internettet?
11	Sigrid	23	Kvinde	Studerende, bachelor i déhistorie og medievidenskab	Kender ikke min internet hastighed	Jeg bruger som oftest Internettet flere gange dagligt. Oftest til at kommunikere med venner og bekendte via e-mail og facebook - disse bruger jeg mest, og checker dem mimimum én gang dagligt. Derudover bruger jeg det til at søge oplysninger, ofte. i forbindelse med studiet (f.eks. til at finde bøger, artikler og lign. eller på universitetets fællesnet AULA), men også i forbindelse med almindelige dagligdags praktiske gøremål, såsom at checke bankkontoen, avis-abonnementet etc. Derudover bruger jeg det også tit til at opdatere mig om de seneste nyheder - enten ved at bladere igennem udvalgte nyheds-sider eller ved at se (gårdsdagens) nyhedsudsendelser fra TV.
12	Stig	27	Mand	Musiker og musikstuderende	Har ikke internet hjemme - men har adgang til at gå online andre steder	2 gange om dagen. Jeg tjekker og sender mails, nogle gange med lydfiler til mine elever og kollegaer.
13	Steen	57	Mand	IT-systemudvikler	internethastighed under 2 Mbit	Privat: mail (dagligt), homebanking (2 * månedligt), nethandel (1 * månedligt), spil (ad hoc), diverse informationssøgning (5 * ugentligt). Arbejde: mail (dagligt), informationssøgning (20 * ugentligt). Ovenstående frekvenser er "gennemsnitsfrekvenser".
14	Ole	36	Mand	Servicetekniker	internethastighed over 2 Mbit	dagligt både hjemme og på arbejde
15	René	29	Mand	Elektroniktekniker	internethastighed over 2 Mbit	dagligt både hjemme og på arbejde til mail og surfning og bank m.m.
16	Annette	53	Kvinde	cand.mag. - arbejder p.t. som sekretariatsleder	internethastighed over 2 Mbit	dagligt - e-mail - surf - bank - TV
17	Ove	55	Mand	Logistikchef Cand. Arch.	internethastighed over 2 Mbit	Hjemme dagligt til e-mail, bank m.m. Arbejde dagligt e-mail + officeprogrammer
18	Mette	35	Kvinde	kontorassistent	internethastighed over 2 Mbit	nogle gange om ugen - mest til indkøb

Besvarelse	(7) Har du lyd på din computer?	(8) Spiller du computerspil?	(9) Oplever du ofte soundtracket i en film som vigtigt for din forståelse af filmens handling?
1	Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
2	Jeg har ofte, men ikke altid lyd på computeren, når jeg surfer på internettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
3	Jeg har ofte, men ikke altid lyd på computeren, når jeg surfer på internettet	Ja, hver dag	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
4	Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet	Ja, hver dag	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
5	Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet	Nej, aldrig	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
6	Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
7	Jeg har ofte, men ikke altid lyd på computeren, når jeg surfer på internettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
8	Jeg har sjældent tændt for højtalere, når jeg surfer på nettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
9	Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
10	Jeg har ofte, men ikke altid lyd på computeren, når jeg surfer på internettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film

Besvarelse	(7) Har du lyd på din computer?	(8) Spiller du computerspil?	(9) Oplever du ofte soundtracket i en film som vigtigt for din forståelse af filmens handling?
11	Jeg har ofte, men ikke altid lyd på computeren, når jeg surfer på internettet	Nej, aldrig	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
12	Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet	Nej, men har tidligere spillet computerspil	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
13	Jeg har sjældent tændt for højtalene, når jeg surfer på nettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket betyder ikke det store, når jeg ser film
14	Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet	Nej, men har tidligere spillet computerspil	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
15	Jeg har ofte, men ikke altid lyd på computeren, når jeg surfer på internettet	Ja, i perioder gør jeg lidt	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
16	Jeg har ofte, men ikke altid lyd på computeren, når jeg surfer på internettet	Nej, aldrig	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
17	Jeg har altid tændt for lyden, når jeg surfer på nettet	Nej, aldrig	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film
18	Jeg har sjældent tændt for højtalene, når jeg surfer på nettet	Nej, aldrig	soundtracket er ofte vigtigt for forståelsen af stemninger og følelser i film

Besvarelse	(10) Uddyb gerne din mening om betydningen af lyd på film?	(11) Hvordan mener du lyd/musik bidrog til dit indtryk af hjemmesiderne?	(12) Mener du det er vigtigt, at der er mulighed for, at man kan mute lyden på hjemmesider?
1	Soundtracket er enormt vigtigt for den stemning man har når man ser film. Syntes også ofte at lyden binder filmen bedre sammen 1 handlingsmæssigt.	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
2	Jeg ligger meget mærke til hvilken instrumentering der er brugt. Er der valgt klassisk musik, pop musik eller elektronisk musik. Går også lidt op i om jeg kan høre hvilken film komponist der nu er tale om. John Williams, Hans Zimmer, Jan Groth, osv.	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	nej
3	Hører musikken som en integreret del af en film. Ikke nødvendigvis musik som sådan. men ligeledes klangflader. Nogle musikalske virkemidler er gået hen at blevet lidt kliché - chokeffekt.	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
4	Musik og ambiente lyde er fantastiske midler til at skabe stemninger og følelser på film, en biljagt med en god lydside virker meget hurtigere og mere intens end den samme biljagt med autentiske lyde.	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
5	Uden musik, ingen film! Så klart kan det vist siges. Der er også flere undersøgelser, der viser at vi bliver påvirket mere af lyden end af billederne.	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
6	Lyd taler til vores sanser på en anden måde end billeder. Ikke bedre, mere eller mindre - selvom der sikkert er nogen der har en mening om det. Det vigtige er at endnu en sans hives med ind det univers man præsenteres for. Jo flere sanser man har fokuseret eller igang på en gang giver en større indlevelse.	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
7	Synes det har en stor effekt på filmoplevelsen når der bliver spillet rigtig musik. Altså ikke kun baggrunds-stemmingsmusik.	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
8	Musik er blot et af mange virkemidler, og er vel kun ligegyldigt baggrundsmusik, hvis det er bragt ind i filmen uden bestemt dramaturgisk sigte... men musikken kan på forskellig vis påvirke hvad vi føler i forbindelse med filmens hændelser.	Lydsiden var fin, men tror ikke jeg udforskede hjemmesiderne i længere tid af den grund	ja
9	Lyd har som udgangspunkt stor betydning for min holdning og forståelse af en film - både musikken og de lyde der ellers bliver brugt til at give en vis stemning. Hvad angår filmens handling og lyd, må jeg sige, at især i gyserfilm er det meget vigtigt for mig at lyden er i orden. Lyden giver tegn til at der snart sker noget uhyggeligt. så ja, Lyd er ekstremt vigtigt for forståelse og handling.	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
10	Ja	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja

Besvarelse	(10) Uddyb gerne din mening om betydningen af lyd på film?	(11) Hvordan mener du lyd/musik bidrog til dit indtryk af hjemmesiderne?	(12) Mener du det er vigtigt, at der er mulighed for, at man kan mute lyden på hjemmesider?
11	jeg synes musikken er en vigtig faktor i filmens samlede udtryk. Den kan i aller højeste grad give billederne ekstra følelsesmæssig appel/kraft. Der er stor forskel på oplevelsen af billeder alt efter hvilken baggrundsmusik, der er valgt. Ofte, hvis en film "kommer for tæt på", kan jeg holde mig for ørene, og filmen mister da meget af sin emotionelle kraft. Jeg synes altså, at musikken i høj grad kan skærpe indlevelsesevnen. Men i enkelte film kan lyden også mindske denne derimod, når lyden ikke ligner det filmiske udtryk, og dermed gøre én opmærksom på denne kontrast, eller på det at man ser filmen, dvs. gøre ens opmærksomhed mere objektiv end indlevende.	Lyd og musik på hjemmesiderne irriterede mig	ja
12	Lyd er den bedste måde at overføre følelser på. En gyser uden lyd virker ikke rigtigt. Jeg har prøvet at se The Shining uden lyd, og det var død kedeligt. Men med lyd er den mega spooky. I en romantisk film tror også at man bruger stygere og sådan. Billederne i sig selv kan ikke skabe de følelser der skal til;-)	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ved ikke
13	Det varierer meget - jeg har ikke overvejet det så meget. Men i visse film er lyden nødvendig - tænk bare på Easy Rider uden lyd på ...	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
14	musikken er bestemt ikke ligegyldig	Lydsiden var fin, men tror ikke jeg udforskede hjemmesiderne i længere tid af den grund	nej
15	musikken er meget vigtig for en film	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	nej
16	lyden er vigtig for at understrege filmens handling	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
17	Musik er en meget vigtig del af filmens udtryk	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	ja
18	lyden medvirker tit til stemningen - uhygge/hygge	Lyd havde en stor betydning for den samlede oplevelse hjemmesiderne gav - og jeg blev længere tid på siden, da den var spændende at udforske	nej

Besvarelse	(13) Mener du, at hjemmesidernes lydbrug påvirkede helhedsindtrykket af hjemmesiderne?	(14) Mener du, at effektløse og musik understøttede det visuelle indtryk hjemmesiderne gav?
1	Ja, klart. De var da 100 gange mere spændende end de fleste hjemmesider jeg har set. Fik da helt lyst til at købe en saab. Fed hjemmeside. Side nr. 1 var også ret stemningsfuld - man får næsten en fornemmelse af at svæve rundt nede i nogle dale. Dejlig pulserende energi..	Ja, i stort omfang. Især Halloween siden. Men også de andre. Saab siden var fed på den måde.. real lyde der passede godt til - og intensiverede musikken efterhånden som de skulle illustrere udvikling
2	Ja, specielt (1) http://www.ceranco.com/#/1/1/ der skabte en god stemning til det meget minimalistiske visuelle udtryk. Også Saab var fin på lydsiden, men den blev dog hurtig en smule irriterende.	Ja.
3	lydene passede godt til de forskellige sider, men bevirkede ikke at jeg blev længere på siden en jeg ville uden lydeffekter	musikken var passende uden egentlig at have nogen indvirkning på budskabet. Nogle var lidt mere interessante end andre(Cerano)
4	Ja. Hjemmesiderne blev mere stemningsfulde pga deres brug af lyd og musik, og de på de fleste syntes jeg musikken var rigtig velvalgt. Højdepunkter: Ceranco, der gjorde lydsiden til en integreret del af navigationen. Halloween, der brugte ambienslyd til at skabe uhyggelig stemning. Lavpunkt: Disneys Up, hvor musikken lagde op til en del mere action og eventyr end siden leverede.	Bestemt, alle siderne brugte musik til at skabe stemning og lyd til at give feedback på navigationselementer, hvilket jeg mener både hævede helhedsindtrykket og lettede navigationen.
5	Ja i høj grad. Især Saab og Ceranco formåede at integrere lyden som en del af interaktionen - man følte at man kommunikerede med siden og at den svarede intelligent tilbage	Ja, jeg mener at musik/effektløse brugt som intelligent interaktion understøtter det visuelle indtryk.
6	Lydsiden på alle hjemmesider bidrog til mit helhedsindtryk af den pågældende side. Både på godt og ondt - mest godt. Saab siden gav mig en følelse af kvalitet pga. detaljegraden - de har tydeligvis gjort noget ud af det. Ceranco gav ikke et godt helhedsindtryk. Den minimalistiske electronica er der i sig selv ikke noget i vejen med, men lydniveauet var en smule for højt!	både og. saab siden gør det til et 12 tal, og det endda uden at blære sig med det - måske grunden til jeg så godt kan lide den. eks.vis: undersiden med sne lyder også kold - det er en lækker detalje, og den slags er der mange af.
7	Helt klar lyst til at se mere af hjemmesiden. Det gir en ny dimension til oplevelsen og informationssøgningen.	God sammenhæng og lyd og animation understøtter helt klart de ønskede udtryk
8	Helt ærligt, så bliver jeg ofte bare irriteret når jeg har glemt at slukke lyden når jeg surfer, og så skynder jeg mig at mute. Mest irriterende er den slags reklamer, som siger noget når man kører musen henover Hvis jeg specifikt gik og drømte om en Saab eller Toyota Prius (not), ville jeg muligvis gerne se de den fine præsentation med lyd. Ellers ikke :) <small>CERANCO :lyden var et fint virkemiddel</small>	Ja, det virkede meget gennemarbejdet!
9	Saab: Det var sjovt i ca. 3 sek. og så blev det lidt lige gyldigt. Men grunden til, at det var okay sjovt var fordi man selv skulle gøre noget for at få lyden frem. dog var intro sangen lige i overkanten .. Halloween II: god brug af lyd og især god brug af ikke-lyd. for det ligger godt til genren, man forventer, at der snart kommer et eller andet chok eller lign. PRIUS: ikke noget, der fangede mig specielt, men det er vist generelt for siden også. Jeg havde ikke lyst til at se ret meget på siden. Disney: ok med lyd, iforhold til genren og modtager kunne der evt godt være mere Men en hyggelig hjemmeside, hvor jeg godt kunne kigge lidt rundt.	ja egentlig sådan overordnet. der var fin sammenhæng mellem billede og lyd på alle hjemmesiderne, og de kedelige hjemmesider havde valgt kedelige lyde, så det passede fint sammen :)
10	Ja	Ja på den første side fik lyden siden til at virke mere eksklusive.

Besvarelse	(13) Mener du, at hjemmesidernes lydbrug påvirkede helhedsindtrykket af hjemmesiderne?	(14) Mener du, at effektlyde og musik understøttede det visuelle indtryk hjemmesiderne gav?
11	Lyden påvirkede mig i flere af hjemmesiderne på den måde at jeg blev en blanding af stresset og utålmodig. Men det kan også til dels skyldes, at det hjemmesiderne var meget "tunge" og min computer derfor tog rigtig lang tid om at vise de forskellige effekter, der som oftest var suppleret med lyd. For det resulterede i, at jeg ofte i ventetiden (mens min computer tænkte) kom til at høre det samme stykke musik utrolig mange gange. på flere af siderne var jeg så træt af at høre de samme stykker musik, at jeg ikke havde lyst til at udforske den sidernes ellers ret interessante grafiske elementer og informationer.	Jeg synes lyden passede meget godt med de respektive visuelle udtryk. Lyd og billede supplerede sådan set hinanden fint (dog var det mere sammenhængen mellem produkt og disse samlede udtryk, som ofte virkede uforenelige - f.eks. den meget kunstneriske/luftige fremstilling af noget så simpelt som fliser)
12	i eksempel 1 - gjorde lyden næsten det hele. Jeg ville ikke gide at se på animationen uden lyd. Der gik så også noget tid før jeg blev klar over at jeg kunne surfe på siden, fordi lyden blev ved.	ja
13	Nej, jeg koncentrerede mig nok mere om det visuelle. Jeg er generelt domineret af mit visuelle perceptionssystem.	Nej, egentlig ikke. De supplerede måske, men igen - jeg koncentrerede mig om det visuelle.
14	lyden understreger fint billedsiden, på bl.a. Saab siden virker det rigtig fint. Prøvede at slå lyden fra, men så var siden ligesom ikke rigtig interessant.	ja helt klart
15	ja, det gav lyst til at surfe mere	ja, bl.a. muselyde
16	ja det påvirkede mig til at surfe lidt mere end sædvanligt	ja
17	Brugen af lyd påvirkede mig meget forskelligt i de 5 eksempler. Specielt Saab siden gav lyst til at se mere.	Baggrundsmusikken understøtter helt klart det visuelle. Mouse over giver en god hjælp til at vide, hvor man kommer videre.
18	det var hyggeligt med baggrundslyd, men lidt enerverende på nogle af siderne	ja ofte

Besvarelse	(15) Giv konkrete eksempler på, hvor lydeffekter/musik understregede hjemmesidernes visuelle udtryk	(16) Hvordan påvirkede kombinationen af lyd og billede/animering din oplevelse af hjemmesiden?	(17) Oplevede du på en eller flere af hjemmesiderne, at du blev særligt opmærksom på noget information/noget visuelt, ved hjælp af en pludselig lydeffekt/musik?
1	Den kviv på halloween siden.. ved preloaderen Motorlyd på prius siden - hvor bilen kører ind Grankoglen der triller på Saab hjemmesiden og mange flere egentligt	hjemmesiderne blev mere virkelighedstro, hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer, hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var flotte og veludførte	Jeps.. Man fik da lige et chok hist og her på Halloween siden.. Desuden syntes jeg også at musikens intensivering var en god indikator for udviklingsgraden på Saabs hjemmeside
2	hjemmesiderne var flotte og veludførte	Ja i Saab når man trykkede på bladet der blev til en gren osv.
3	Cerancoc: den afdæmpede electronica passede godt ind i fornemmelsen af at svæve over et (virtuelt)landskab. De øvrige virkede mere traditionelle i brugen af mere rytmisk præget musik som egentlig ikke understøttede det visuelle	hjemmesiderne blev mere virkelighedstro, hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer, hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var flotte og veludførte	Ja
4	Lyden af kniven der skar gennem sidens "lærred" når man klikkede på et nyt menupunkt på halloween siden synes jeg godt om, det markerede en klar overgang til noget nyt. og jeg synes siderne generelt var rigtig gode til at give feedback på navigationselementer ved fx at afspille lyd ved mouseover på navigationselementer og ved museklik. Det tror jeg er ret vigtig på sites der baserer sig så meget på det visuelle, for det gør brugeren i stand til nemt at skelne navigationselementerne fra resten af grafikken.	hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer, hjemmesiderne var flotte og veludførte	Nej, faktisk tænkte jeg på saab siden at de interaktive elementer (da jeg hev i bladet myren bar på) gjorde at jeg helt overså teksten i den anden side af skærmen.
5	Jeg har ikke lagt mærke til noget konkret, men hos saab og ceranco smeltede det hele virkelig godt sammen til en helhed og det er vel det, der tæller. En emmersiv helhedsoplevelse, der spiller på flere sanser....	hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer, hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var flotte og veludførte	Ja på toyota bliver man gjort opmærksom på menuen. Jeg synes dog at saab og ceranco gjorde det bedre, da man ved at trykker på noget i menuen selv blev en del af kompositionen. Hos Toyota var det mere simple interaktionslyde, der ikke fik en til at føle at systemet var intelligent
6	se 14	hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var flotte og veludførte	nej,
7	På SAAB's side under "fuel" fungerede det rigtig godt med lyden og udviklingen fra kogle til el.	hjemmesiderne blev mere virkelighedstro, hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var flotte og veludførte	Ikke særligt
8	Generelt set var der fin overensstemmelse mellem de visuelle hændelser på hjemmesiden og lydsiden!	hjemmesiderne var flotte og veludførte	Ja
9	F.eks. på saab hjemmesiden, når man kommer ind på hovedsiden. så kan man føler musen rundt på et skrivebord. når man føler musen over blokken begynder den at blade, og lyden er lige som når man blade hurtigt gennem en blok, så der passer det godt sammen.	hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer, hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var kedelige	Inde på halloween II hjemmesiden, blev jeg pludselig klar over en effekt v.h.j.a. en lyd. når man går ind i de forskellige emner i menuen så kommer der en meget skinger lyd og med den følger en kniv/blad gennem baggrunden og giver i rids. uhyggeligt, men sejt.
10	-xzcxc	hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer, hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var flotte og veludførte	Ja på filmsiderne.

Besvarelse	(15) Giv konkrete eksempler på, hvor lydeffekter/musik understregede hjemmesidernes visuelle udtryk	(16) Hvordan påvirkede kombinationen af lyd og billede/animering din oplevelse af hjemmesiden?	(17) Oplevede du på en eller flere af hjemmesiderne, at du blev særligt opmærksom på noget information/noget visuelt, ved hjælp af en pludselig lydeffekt/musik?
11	F.eks. ved halloween-siden passede det godt med sidens samlede dramatisk-uhyggelege udtryk, at der også kom en voldsom og overraskende lydeffekt hver gang man trykkede på et nyt sted i menuen.	hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var flotte og veludførte	Nej, det tror jeg ikke jeg gjorde.
12	saab hjemme var helt vildt prof. at lyden ændrede sig efter hvad man gjorde! God stemning.	hjemmesiderne blev mere virkelighedstro, hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer, hjemmesiderne var spændende, hjemmesiderne var flotte og veludførte	ved ikke
13	I Saabs hjemmeside prøvede jeg at tegne en vej, og der fornemmede jeg at dynamikken i lyden fulgte hastigheden på mine tegnebevægelser.	hjemmesiderne var spændende	Nej.
14	kniven i lærredet var god	hjemmesiderne var flotte og veludførte	knapper giver lyd ved mus
15	fin sammenhæng mellem lyd og billede - specielt på Saab	hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer	ja - Saab siden med past-present-future
16	Toyota siden har et godt lydbillede der understreger aktion - dog en irriterende monoton baggrundslud	hjemmesiderne var spændende	ikke specielt
17	ingen kommentar	hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer	nej
18	bilerne der kører - tandhjul der snurrer - lyn m.m.	hjemmesidernes udtryk fik bedre sammenhæng med de produkter, de promoverer	kniven på Halloween siden

Besvarelse	(18) Vurderer du, at baggrundsmusik medvirker til, at ventetiden/overgangen mellem forskellige undersider/menupunkter opfattes mindre markant?	(19) Hvor ofte oplever du, når du surfer på internettet, at de hjemmesider du støder på, er af den type som eksempelvis hjemmesiderne, der henvises til i dette spørgeskema?	(20) Bemærk musikens udvikling på hjemmeside 2, når du f.eks. vælger menupunktet "Power" - illustreret ved et blad-ikon. Bemærk udviklingen i musikken når du vælger henholdsvis past, present og future underpunkterne.
1 ja		en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Det fungerer ret fedt. Man bliver mere bevidst om at der sker udvikling i teknologien.. på baggrund af udviklingen i musikken
2 ja		en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	...
3 ved ikke		en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Det er godt tænkt, men overgangen er så god at nærmest virker som en naturlig udvikling af musikken selv. Skulle nok havde været en anden typ musik for at have den ønskede virkning.
4 ja		jeg støder ofte på den type multimediehjemmesider	Musikkens udvikling opleves som en naturlig del af interaktionen, men som nævnt synes jeg at netop på den side er der en tendens til at teksten drukner i effekter, jeg opdagede den faktisk først efter at have hevet i bladet et stykke tid.
5 ved ikke		en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Musikken forstærker i dette tilfælde helt klart pointen og det fungerer supergodt.
6 ja		en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Det er en stor styrke for indlevelsen og interaktiviteten, som jeg i dette tilfælde mener er to sider af samme sag.
7 ja		en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Det er ikke noget man ligger mærke til i første omgang, men fungerer rigtig godt med temposkift og den generelle udvikling i musikken.
8 ved ikke		en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Meget overbevisende :) Ja, altså det giver et lille udviklingsforløb, og forstærker nok pointen i den sidste tekst!
9 nej		jeg støder ofte på den type multimediehjemmesider	Jeg synes det passer godt sammen - altså lyden er med til at give en anden oplevelse af hjemmesiden. især fordi man selv skal ind og lege lidt for at få lydene til at ændre sig.
10 ved ikke		jeg støder ofte på den type multimediehjemmesider	Musiken bliver mere og mere dynamisk...

Besvarelse	(18) Vurderer du, at baggrundsmusik medvirker til, at ventetiden/overgangen mellem forskellige undersider/menupunkter opfattes mindre markant?	(19) Hvor ofte oplever du, når du surfer på internettet, at de hjemmesider du støder på, er af den type som eksempel hjemmesiderne, der henvises til i dette spørgeskema?	(20) Bemærk musikens udvikling på hjemmeside 2, når du f.eks. vælger menupunktet "Power" - illustreret ved et blad-ikon. Bemærk udviklingen i musikken når du vælger henholdsvis past, present og future underpunkterne.
11	nej	en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Nej, det opfatter jeg mere som en almindelig handlingseffekt. en lyd, der kommer når man trykker eller der sker en handling, men ikke en lyd, der forklarer mere, end det billederne ellers kan vise mig.
12	ja	en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Det forstærker oplevelsen.
13	nej	en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	Samspillet mellem lyd og past/present/future oplevede jeg ikke bevidst. Det er samme melodi, og der bliver bare "fyldt lidt mere på" lydbilledet undervejs. Men det er jo den dynamik, man normalt oplever med et musikstykke - at der kommer mere og mere "kød på" undervejs.
14	ja	en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	der kommer lidt mere power på - interessant
15	ja	jeg har aldrig set en hjemmeside af den type før	stærkt
16	ved ikke	jeg har aldrig set en hjemmeside af den type før	ja, musikken forstærker oplevelsen
17	ved ikke	en gang imellem, men de fleste har ikke musik på	ja
18	ved ikke	jeg har aldrig set en hjemmeside af den type før	virker rigtig godt - den lydæssige udvikling afspejler den grafiske udvikling rigtig godt. Og jeg blev ret opmærksom på skellet mellem past present og future

Besvarelse	(21) Se filmtraileren på hjemmeside nr. 3, og forklar derefter, hvordan du mener at henholdsvis hjemmesidens og filmens grafiske og auditive temaer hænger sammen?	(22) På hjemmeside nr. 5 henholdsvis startes/stoppes baggrundsmusikken når man skifter menupunkt. Mener du, at denne brug af baggrundsmusikken skærper din opmærksomhed omkring hvornår hver nye underside er fremkommet/loadet?	(23) Kan du give eksempler fra hjemmesiderne, hvor musik og lyde ikke understøttede grafikken (det visuelle handlingsforløb)?
1	Uhygge både grafisk og i lydene.. hænger godt sammen.. Tror da man er solgt hvis man er til gyserfilm	Ja, mener helt sikkert at udfaldet af lyd skærper opmærksomheden, når lyden endeligt kommer tilbage - når den får scrollet frem til det valgte menupunkt...	Naa.. Eller nogle af lydene var jo konstruerede.. dvs ikke rigtig reallide. Men de var hæftet på bestemte grafiske ting alligevel... Så det virkede som om de hørte sammen..
2	...	Det giver et mere fragmenteret billede og skaber ikke større opmærksomhed hos mig.	toyota. Det a cappella kor der synger musikken blev mega irriterende og jeg synes ikke rigtig det passede sammen med lydeffekterne og det visuelle udtryk.
3	skiftet mellem ounkerne med kniven som flænser skærbillede ligger ikke skjul på hvilken filmgenre man befinder sig i - det virker fint.	Ja, jeg sad og kiggede andre steder mens den skøjtede op og ned.. Og hev straks blikket tilbage til skærmen, da jeg igen hørte musikken	Nej
4	Hele siden trækker meget på den lydside man er vant til fra horror genren, og får via ambienslydene skabt den samme stemning som mange horrorfilm. Det samme gør traileren så det giver en naturlig sammenhæng mellem de to. Desuden tillader siden sig at køre fullscreen som standard, så der ikke er noget der ikke trækker på horrorgenrens konventioner, hvilket lader lydsiden med den ambiente "støj"/brummen og knivlydene komme til deres ret. Det er en god stemning, men jeg tror meget let den kunne ødelægges hvis brugeren distraheres (fx af unødigt grafik som et banner el. lign.)	Ikke rigtig, det får nærmere ventetiden til at virke som en mindre integreret del af sitet, selvom siden har en del grafik der viser at man flyver forbi andre menupunkter på vej mod det man har trykket på. Jeg synes faktisk det er synd at musikken stopper, for som nævnt synes jeg den lover mere action end siden leverer, og netop sideskiftene er noget af det mest action-agtige på siden og musikken ville have passet godt til menupunkterne der susede forbi.	Disney (chok), jeg synes musikken lover noget andet end siden leverer.
5	Jeg er ikke sååååå vild med deres brug af musik og lyd - jeg kunne måske godt finde på at slå det fra. Der er for meget larm og det virker som om det ikke rigtigt har nogen grund. Hvorfor skal det larme når jeg trykker på et billede?! Fordi det kommer flyvende ind fra siden?! Hmmm!	Nej, det mener jeg ikke. Jeg synes det er ærgerligt at de ikke har formået at integrere musik og det visuelle. Her er musikken bare lagt ovenpå flash sitet uden at man føler nogen form for interaktion.	Ikke noget jeg lige stødte på, men f.eks. toyota's baggrundsmusik blev hurtigt generende, da det kørte lidt for meget i loop
6	Det virker fint. De har forsøgt at smide nogle horrorvirkemidler på hjemmesiden. Det virker naturligvis ikke som i filmen, men det får hjemmesiden til at fremstå gennemført.	Nej, ikke i mit tilfælde - det giver mig lidt en følelse af ufuldstændighed. Jeg tror de har haft produktionmæssige årsager til det. Noget med loadtid og timing af afspilning af forskellige lydfiler.	nej, der var ikke noget helt forfærdeligt, som jeg så/hørte.
7	Laaaang loadtid... men ellers fungerer det meget godt	Ja det synes jeg	Ikke lige noget jeg har bidt mærke i
8	-	Ja måske. Men derudover er musikken nok med til at skabe forskelligartede stemninger på hver underside.	-
9	Ja helt sikkert - denne hjemmeside er gennemført med billede, lyd og tema. det hele hænger sammen, og man er hele tiden klar over, at der er noget uhyggeligt både ved hjemmesiden og traileren.	...	jeg synes at på saab hjemmesiden under "safety" der er der vind-lyde men træerne står stille og sneen daler stille og roligt ... der hænger det ikke rigtig stille - især fordi musikken også er sådan ret rolig, så vind-lydene passer ikke rigtigt ind.
10	Hænger godt sammen	Ja helt klart	nej

Besvarelse	(21) Se filmtraileren på hjemmeside nr. 3, og forklar derefter, hvordan du mener at henholdsvis hjemmesidens og filmens grafiske og auditive temaer hænger sammen?	(22) På hjemmeside nr. 5 henholdsvis startes/stoppes baggrundsmusikken når man skifter menupunkt. Mener du, at denne brug af baggrundsmusikken skærper din opmærksomhed omkring hvornår hver nye underside er fremkommet/loadet?	(23) Kan du give eksempler fra hjemmesiderne, hvor musik og lyde ikke understøttede grafikken (det visuelle handlingsforløb)?
11	Ja, det hele hænger meget godt sammen: gys, overraskelse og drama udtrykkes både ved de mørke dystre farver og blinke-effekten, der giver det hele et lidt "utilregneligt" udtryk, samt den voldsomme, uhyggelige og dramatiske musik. Som nævnt tidligere mener jeg også de lyd-effekter der kommer ved menu-skift passer godt til filmgenrens helhedsudtryk, da den giver mig en forsmag på de chok, jeg formentlig vil kunne få, hvis jeg ser filmen.	Det gør mig opmærksom på, at jeg er under et nyt tema. Men det forvirrer også at hvert menupunkt umiddelbart har hver sin egen "stil" i både udtryk og opbygning. Men jeg synes også det var forvirrende at finde ud af hvordan jeg skulle navigere på den side i det hele taget.	Nej, ikke noget jeg bemærkede.
12	der kunne godt have været lyd mens tallene talte i starten.	Fungerer fint	nej - ikke umiddelbart
13	Grafisk passer det mørke godt med filmens forventede indhold og tema. Men hjemmesiden forekommer meget lidt intuitiv og "rodet", hvilket vanskeliggør at man fastholdes i oplevelsen lyd- og billedmæssigt. Lydeffekterne virker ydermere forholdsvist ensformige og dermed tilfældige uden særlig sammenhæng med det, der "sker" på siden.	Den hjælper med at verificere, at hjemmesiden rent faktisk har opdaget, at man ønsker at skifte fokus.	Igen har jeg nok så meget fokus på det visuelle, at en afvigelse mellem det visuelle og det auditive skulle have været meget grel for at jeg havde opdaget det.
14	skide uhyggelig	nej	det har jeg ikke bemærket
15	scary	virker ikke rigtig godt med afbrydelser	nej
16	god sammenhæng med filmtypen - lidt forvirrende side	nej ikke specielt	har jeg ikke lagt mærke til
17	ja, den understreger genren	ja, det er en god indikator	det har jeg ikke bemærket
18	ja den passer fint til den uhyggelige film	ja, det virker underligt at musikken forsvinder	nej

Besvarelse	(24) Mener du, at lyd på hjemmesider, jævnfør eksemplerne, kan have samme virkning på oplevelsen af en bestemt stemning, som den f.eks. kan have i en film?	(25) På hjemmeside nr. 4 afspilles kortvarige "bip" lyde, når man holder musen over et menupunkt. Gør denne lydeffekt det efter din mening mere tydeligt, hvor der er knapper/links der kan trykkes på?	(26) Prøv at navigere rundt på hjemmeside nr. 1 (og evt. også nr. 2) uden lyd – og bagefter med lyd. Hvordan synes du lyden tilføjer noget til oplevelsen af hjemmesiden. Og hvad?
1	Ja.. efter at have set disse fem sider mener jeg helt klart at man bør spekulere mere i at lave gode soundtracks til hjemmesider... ligesom man gør i reklamefilm osv...Internettet er jo i bund og grund et reklamekatalog	Ja.. syntes at man bliver mere bevidst om hvor man kan trykke.. og hvor man ikke kan.. og derved trykkede jeg også en gang ekstra på et menupunkt...	Det tilføjer en masse stemning... og især på Saab siden understøtter det de der past present og future inddeling ret godt...
2	Nej. Man vil selv gerne bestemme hvad det er man oplever på nettet. I en biograf betaler man penge for at blive overrasket og følelsesmæssigt påvirket.	Reallyde virker bedst, men jeg oplever at min mus ofte kører hurtigere en lydene.	Mere homogent udtryk og gør dem mindre kliniske
3	Ja	Synes de de har samme virkning	men får en auditiv repons på sine handlinger - det er bred ymer.
4	Jeg mener de kan opnå noget lignende, jeg har dog endnu ikke stødt på en hjemmeside der formåede at være så opslugende som en film eller et spil, men halloween siden gjorde et godt forsøg.	Jeg mener reallydene virker bedst, men det er ikke altid at der er en oplagt lyd, hvad siger et billede af en flise fx når man holder musen over det?	Bestemt, faktisk bliver side 1 ret kedelig uden lyd, da den beriger det lidt kliniske landskab de første menupunkter svæver i.
5	Ja i en vis grad. Man har dog en tendens til at klikke hurtigere videre på webben hvis man ikke lige bliver fanget eller bliver generet af lyden - hvis man f.eks. hører musik på computeren samtidig med at man skal ind på et websites som disse. Ved en film er man meget mere fokuseret og har meget større tålmodighed.	Links og knapper skal under alle omstændigheder være tydelige visuelt. Jeg synes de er på grænsen til generende på toyotas website. De fungerer meget bedre på saabs website, da de har en realtion til det visuelle og dermed binder det hele sammen.	Det er kedeligt at navigere rundt på websitet uden lyd. Så ville jeg næsten foretrække et normalt og statiske website, hvor man kan få den information man kigger efter
6	Hmm, det kommer an på hvor narativ hjemmesiden er. Lyden er stemningsskabende, men niveauet af indlevelse er meget forskellig fra film til hjemmeside. Saab hjemmeside kan måske bedre sammenlignes med et computerspil pga det høje interaktivitetsniveau.	ja lidt, men for mig er det bare ekstra guf.	Se næste punkt
7	Ikke helt. Synes bare musik og lydeffekter gør hjemmesider mere spændende, hvor det på film er med til at gøre det immersivt og stemningsskabende.	Det synes jeg ikke	Gir dem mere liv og mere "sanseligt" med lyd
8	Ja helt klart, hvorfor ikke. Hjemmesiderne benytter de samme virkemidler som i filmen! Det er bare interaktivt - f.eks. er Saab siden en slags miks af små filmklip, der vel overholder de samme spilleregler som film, der leder en fra det ene valg til det andet.	Nej, det er ikke så svært at regne ud synes jeg, men det giver nok en lidt anderledes "kvalitet" i fornemmelsen af klikket. Det er ligesom en "gejlet" knap eller noget :)	Denne hjemmeside er den, som efter min mening har den ringeste integritet mellem lyd og billedside. Lyden er næsten for meget og for påtrængende, og føles næsten meningsløs.
9	ja, i nogle sammenhænge kan det godt give en stemning, især på halloween hjemmesiden giver det helt klart samme stemning som når jeg skal se en gyser film - jeg venter på chokket. Men det er bestemt ikke ved alle hjemmesider det har den effekt. kun når det er gennemført, og af disse eksempler er det kun på halloween hjemmesiden at det er tilfældet.	tja, det gør det meget tydeligt, men jeg synes som regel, at en fremhævning er bedre. altså, at der er en animation eller lign. i stedet for en lyd. Det bliver hurtigt irriterende med alle de bip.	på hjemmeside 1 synes jeg det er bedre uden lyd. jeg synes lydsporet er forfærdeligt og irriterende. på hjemmeside 2 synes jeg bare der er for meget lyd, jeg synes godt, at man kunne nøjes med de lyde, der følger animationerne - og så droppe den gennemgående baggrundsmusik.
10	Ja meget	Ja	Ja man føler sig mere inde i et universet med lyd slået til-

Besvarelse	(24) Mener du, at lyd på hjemmesider, jævnfør eksemplerne, kan have samme virkning på oplevelsen af en bestemt stemning, som den f.eks. kan have i en film?	(25) På hjemmeside nr. 4 afspilles kortvarige "bip" lyde, når man holder musen over et menupunkt. Gør denne lydeffekt det efter din mening mere tydeligt, hvor der er knapper/links der kan trykkes på?	(26) Prøv at navigere rundt på hjemmeside nr. 1 (og evt. også nr. 2) uden lyd – og bagefter med lyd. Hvordan synes du lyden tilføjer noget til oplevelsen af hjemmesiden. Og hvad?
11	den anden side også gøre mig utålmodig. Når jeg går ind på en hjemmeside vil jeg meget gerne hurtigt danne mig et overblik over hvad det handler om og hvor jeg skal klikke hen for at finde hvad. Men på disse hjemmesider, handlede det ikke så meget om hurtig faktisk information (som jo ofte er min praktiske tilgang til hjemmesiderne) - jeg følte de spillede mere på mine sanser og ville give mig en oplevelse, frem for simpel information. Og derfor krævede de også mere af mig, af min opmærksomhed og af min tid. Dvs. jeg følte mig i højere grad som "tilskuer" som ved en film (hvor jeg ved hvert klik fik en ny "mini-film", dvs en eller anden animation eller visuel/auditiv effekt", som jeg skulle lægge mærke til) end som bruger. Jeg skulle snarere opleve end jeg skulle finde ud af noget konkret faktisk, hvilket jo ellers er det jeg er vant til på hjemmesider. Og det forvirrede mig og irriterede mig nogle gange. Alt i alt: den stemningskabende effekt, som også ses i film, var der helt sikkert. Men den generede eller forvirrede mig, fordi min tilgang til hjemmesiden var anderledes end når jeg ser en film: jeg ønskede at skabe mig et hurtigt overblik over hvad det var, jeg havde klikket mig ind på, mere end jeg ønskede	På begge hjemmesider hjalp lydene mig til at finde ud af hvilke af de mange objekter på siderne, jeg kunne klikke på. Men jeg syntes bedst om reallydene på hjemmeside nummer to, fordi det gjorde det hele endnu mere "virkeligt", som om det virkelig var et rigtigt bord man sad ved - imens lydeffekterne på nr. 4 snarere understregede at det var en "konstrueret" hjemmeside jeg befandt mig på.	Jeg synes lyden giver et stærkere udtryk. Og som om lyden retfærdiggør, at det visuelle tager så lang tid, idet landskabet bevæger sig ligeså stille passende til musikens tempo. Det er som om hjemmesiden bliver mere kedelig, langsom og hakkende, når man slukker for musikken.
12	Ja, bestemt. Der sker den samme stemningspåvirkning som på film. Og desuden er det fedt med den bekræftelse fra muselydeffekter, når man trykker på knapperne.	Lydene er en god hjælp - om end man også visuelt kan navigere. Det giver dog siderne et bedre og mere varieret helhedsudtryk	Lyden er tilsyneladende vigtig for oplevelsen af et samlet helhedsindtryk.
13	Hvis der er en høj grad af overensstemmelse mellem det visuelle og det auditive, kan lyden helt klart underbygge den stemning, man får ved at se hjemmesiden. Men omvendt kan den også opleves som unødvendig, malplaceret eller i modstrid med "budskabet", hvilket kan have en decideret negativ effekt på stemningen.	Ideen med lyde, der viser når man hover over et menupunkt er gode til at understrege, at her kan man vælge noget. Side 2 - lydene er generelt for svage i forhold til den gennemgående uderlægningsmusik. Og bortset fra "bladrellyden" over "bogen" oplever jeg ikke nogen direkte sammenhæng mellem lyd og billede.	De 5 sider er for mig informationsider - ikke underholdningssider. Derfor får jeg ikke nogen nævneværdig fordel ved at tænde for lyden. Jeg har ganske enkelt ikke behov for den for at få opfyldt det formål, jeg har med at besøge siden.
14	ja helt klart - specielt Halloween - men det er jo også film	ja helt sikkert	der er alt til forskel
15	ja	reallydene underbygger bedre aktiviteten	sjovere med lyd - lidt kedelige uden
16	ja	ja, det understreger brugen	overhovedet ikke samme oplevelse
17	ja, det har samme virkning	jeg synes bip-lyden understreger brugen	lyden tilfører større oplevelse
18	ja helt sikkert	nej ikke specielt	ja da, de er kedelige uden

Besvarelse	(27) Syntes du, underlægningsmusikken på hjemmeside nr. 1 var stemningskabende?	(28) Mener du, at hjemmesider, som de fem eksempler, i højere grad stiller dig positiv overfor det produkt der promoveres - og evt. mere villig til at købe produktet, i forhold til hvordan en mere traditionel hjemmeside ville gøre det.	(29) Oplever du på nogle af hjemmesiderne at lyden påvirker dig til at navigere et bestemt sted hen?
1	Helt klart... Man svæver næsten med når man surfer rundt på den side...	Ja for søren... ved ikke lige om jeg køber alene på den baggrund... Men de efterlader da et godt indtryk.. Helt sikkert	Ikke umiddelbart
2	...	Ja, jeg bliver mere interesseret i hvad der mere kunne gemme sig, og bruger derfor lidt længere tid på de enkelte sider.	ved ikke
3	Ja - jvf spørgsmål 15	Siderne er meget mere interessante end de traditionelle sider man er vant til at støde ind i. Sidernes detaljegrad virker til at produktet bliver godt præsenteret - især toyota og saab	Joo måske.. Jeg syntes egentlig at musikken gjorde at jeg blev længere på siden - og derfor var foranlediget af musikken til at trykke aurfe mere rundt. Men ikke sådan direkte tror jeg..
4	Ja, og faktisk synes jeg ikke rigtig siden virker uden, idet den kommer til at mangle atmosfære og dermed gennemslagskraft.	Helt sikkert, jeg er stor fan af virksomheder der, forstår design ikke bare er noget man benytter på selve produktet, men at det bør gennemsyre alle de dele, der skal opbygge ens image overfor kunden. Det får mig til at tro, at de har virkelig tænker på alle de små detaljer, der kan gøre et produkt lækkert at arbejde med.	Kun menuen på hjemmeside nr. 4
5	Ja i høj grad	Det er svært at sige. Det handler også om at få den rigtige information som bruger - og disse sider sælger ikke information, men oplevelser. Så man skal som besøgende på disse sider være opmærksom på at de prøver at sælge en oplevelse.	Naa
6	Ja, den passede godt til det golve sort/hvide landskab. Men som nævnt før var den alt for høj! Det skulle være mulighed for at regulere lydniveau på selve siden.	Jeg får et bedre indtryk af dem, der har designet kampagnen ikke produktet.	Syntes pistollydene der spillede når man trykkede på et billede i gallery - man fik helt lyst til at trykke igen :-) Action galleri :-)
7	en wow-effekt.. som gør det mere interessant	Helt sikkert. Det professionelle udtryk og de flotte præsentationer gør produkterne nemmere at huske. Meget mere appellerende og skaber måske en smule merværdi.	Måske lidt..
8	Jeg synes ikke umiddelbart den bidrager med noget.	Tjah - det er nok lidt med den slags som med TV-reklamer. Har man et kvalitetsprodukt, er man nødt til at have kvalitet i sin markedsføring. Og en bil som Toyota Prius, som henvender sig til en køber med penge nok der ønsker en grøn profil, er nødt til at markedsføres som et kvalitetsprodukt og det kræver nok en kvalitetsbevidst hjemmeside, der giver en oplevelse som er bedre end hvis man besøger hyundai.com. Jeg ved ikke helt om multimedie sider som dem her kunne påvirke mig valg direkte, hvis det traditionelle alternativ var informativt og velstruktureret!	Lagde ikke lige mærke til det
9	ja - med stemning en irriterende stemning. som før nævnt er jeg ikke fan.	Hjemmeside 1: gør intet positivt indtryk. jeg vil ikke blive længe nok på siden til at købe noget. Hjemmeside 2: For meget lyd, jeg bliver mere forvirret end købeklar. Hjemmeside 3: Jeg får lyst til at se filmen, og jeg får også lyst til at surfe videre på sitet. Hjemmeside 4: gør intet for mig. Hjemmeside 5: ok - jeg vil gerne se filmen de reklamere for, men kun pga. traileren. ikke de andre lyde på siden.	Nej
10	Ja eksklusiv, moderne	Ja	ja

Besvarelse	(27) Syntes du, underlægningsmusikken på hjemmeside nr. 1 var stemningskabende?	(28) Mener du, at hjemmesider, som de fem eksempler, i højere grad stiller dig positivt overfor det produkt der promoveres - og evt. mere villig til at købe produktet, i forhold til hvordan en mere traditionel hjemmeside ville gøre det.	(29) Oplever du på nogle af hjemmesiderne at lyden påvirker dig til at navigere et bestemt sted hen?
11	Ja, i høj grad. Det var som om musikken kombineret med billederne gav hjemmesiden "dybde", som om det skabte et slags rum. Det gav en meget særlig stemning, som jeg ikke syntes passede til produktet. det var som om stemningen "ville mere" end produktet.	For det første giver det mig opfattelsen af, at der er rigtig mange penge, og meget professionelt arbejde bag virksomheden. Men det giver mig også fornemmelsen af, at man forsøger at sælge produktet, ikke så meget ud fra dets konkrete kvaliteter, men ud fra nogle værdier, der knyttes til det og som derfor rækker ud over produktet selv. Altså på "merværdi" frem for reel brugsfunktion. Det er nok fordi jeg bliver opmærksom på, hvordan hjemmesiderne i sig selv, gennem brug af grafik og lyd, i høj grad taler til min "oplevelse" og indlevelsesevne - udover de konkrete informationer og fakta om produkterne, der primært taler til min fornuft. Måske overbeviser det mig - eller også gør det mig bare mere mistænksom. det ved jeg faktisk ikke, for det er svært at sige, hvordan jeg havde oplevet dem under normale omstændigheder, hvor jeg ikke som her var blevet bedt om at fokusere på og analysere min oplevelse af hjemmesidernes virkemidler.	Syntes nogle gange at lyden på menuknapper gør at man trykker videre - f.eks. på Saab siden hvor det meget er reallyde. Jeg tog mig selv i at rykke musen rundt for at høre lydene og se museffekterne
12	Meget.. Gav en flydende, ambient fornemmelse. Lidt vemodig stemning - men syntes da helt klart at der var godt stil....		ved ikke
13	Hvis man ønsker stemning, måske. Men igen - det er ikke mit behov. Men sammenhængen mellem musik og grafik fik mig til at ændre opfattelse af grafikken fra at være Grand Canyon til et månelandskab ...	Specielt de 2 bil-hjemmesider var lækre at besøge, og meget informative og underholdende - men jeg er nok for garvet en internetbruger til at lade mig påvirke (i al fald bevidst) positivt af hjemmesidens grafik og lyd i mit produktvalg. Men jeg er givetvis atypisk! Siden med Halloween-filmen havde næsten en negativ effekt, fordi den forekom mig rodet og ikke intuitiv.	ikke rigtigt
14	Jo, men lidt ensformig i længden - men fint med muselydene	nej, men sjovere at se på	Jo
15	ja	mere proffe hjemmesider	ved ikke
16	ja	nej
17	ja	Saab hjemmesiden er helt formidabel - jeg må have en Saab	Tror det eneste sted jeg lige lagde mærke til noget i den stil var på hjemmeside nr 4 hvor mus væk lyden fik mig til at kigge ned på menuen igen. Og derefter faktisk trykke på menuen igen.
18	ja	nej det tror jeg ikke	Ikke hvad jeg har lagt mærke til