

Gäst i detta nummer:



Namn: Björn Hellström.

Ålder: 46 år.

Familj: gift, två barn.

Bor: hus i Älvsjö, söder om Stockholm.

Yrke: akustisk designer vid Ingemansson Technology AB, forskare och lärare vid Konstfack.

Arbetar just nu med: Ljuddesign i två pendeltågsstationer i samband med projekteringen av den nya Citybanan i Stockholm, vid Ingemansson Technology AB. Ett forskningsprojekt om musikakustik-arkitektur finansierat av Vetenskapsrådet (www.urbansound.org). Lärare i kursen Hör upp Stockholmare!, ett samarbete mellan Konstfack och Gallerian på Hamngatan i Stockholm där studenterna ska göra om Gallerian till en plats för ljudupplevelser under tio dagar (www.gallerian.se).

Favoritmat: stekt abborre.

Favoritljud: koltrasten, lövgrodan och John Coltrane.

Motto: tränar på att undvika motton.

Utbildning: 3 års musikstudier på flöjt och basklarinett, arkitektexamen vid KTH Arkitektur, teknologie doktorexamen vid institutet Cresson i Grenoble och KTH Arkitektur.

Karriär: musiker under hela 80-talet, bl a kapellmästare vid Stockholms Stadsteater, därefter arkitekturakustik-musik i olika former.

Utgivna böcker: Noise Design – Architectural Modelling and the Aesthetics of Urban Acoustic Space, Bo Ejeby Förlag, 2003.

Hemsida: <http://www.acousticdesign.se>

- Smakade det bra?
- Va?



Har du tänkt på hur din favoritrestaurang låter? Under senare år har det skett en enorm utveckling inom restaurangkulturen. Vi pratar om förhöjda smakupplevelser, vinets fylliga bouquet, bestickens och glasens taktila kvaliteter och restauranginredningens visuella utformning. Alla sinnen ska tillgodoses,

dock med ett undantag ... hörseln. Av någon anledning har vi glömt att ta hand om ljudupplevelsen. Men tillbaka till frågan – hur låter en bra restaurang? Ett kortfattat svar är att en bra ljudmiljö består av ljud som inte fångar vår omedelbara uppmärksamhet. Det kan verka som en paradox, men faktum är att vi



ÖPPNA YTOR, GLASPARTIER OCH MINIMALISTISK INREDNING KAN VISA SIG KATASTROFALT FÖR AKUSTIKEN.

NP00069233 © Nordicphotos.com

sällan tänker på hur det låter då ljuden är i samklang med sin omgivning. Det kan jämföras med en helgjuten film, där ljud-effekter och musik är en del av dialogen och bildberättandet. Det är först då ljud och musik börjar leva sitt eget liv, lösräckta ur ett sammanhang, som de upplevs störande. Oscar Wilde gav uttryck

för detta genom följande tankekorn:

”Om man hör dålig musik är det ens plikt att dränka den i konversation”.

Däremot kan vi med lätthet räkna upp sådant som är störande. Skrammel från stolar, bullrande fläktar och kylar, klirr från glas och bestick, högljudd personal, störande bordsgrannar, musik,

med mera. Minimalistisk inredningsarkitektur är på ropet i restaurangvärlden, med öppna ytor, sparsmakad inredning och stora glasade fasadpartier. Det visuella anslaget är ofta mycket tilltalande, men på bekostnad av en katastrofal akustik. Ljudmiljön består av ett gytter av ljudkällor, svåra att urskilja. Musik



HUR LÅTER DIN FAVORITRESTAURANG?

sätts på, inte för att lyssnas på utan för att maskera den bedrövlige ljudmiljön. Effekten blir att vi höjer våra röster, och bullerspiralen är igång. När någon nämner ljudupplevelsen är det således nästan uteslutande i negativa ordalag. Men, det är inte helt nattsvart. Man kan faktiskt skönja ett trendbrott. Den främsta drivkraften är att vi börjar ställa större krav och därmed tvingar fram en förändring.

Vår uppfattning om ljud och musik är i högsta grad subjektiv. Restauranger som spelar musik kan vara störande av olika anledningar; någon tycker att musiken är för hög, medan någon annan inte gillar låtarna. Även tysta restauranger, det vill säga akustiskt dämpade lokaler utan musik, kan vara störande i den meningen att de upplevs sterila och opersonliga. Ett annat vanligt problem med dämpade lokaler är att vi kan höra vad våra bordsgrannar säger, vilket kan vara mycket störande, särskilt mobilsamtal. Eftersom vi har olika behov och uppfattningar om vad som utgör en "bra ljudmiljö" finns det heller inte någon standardlösning, en restaurangernas "one size fits all". Utan grundregeln är att utforma akustiska lösningar som är skraddarsydda för restaurangens funktioner och verksamheter, med utgångspunkt från den publik som förväntas välja restaurangen som sitt stamlokal (att mingla i baren, samtala ostört vid matbordet, dansa, med mera). Design handlar därför inte bara om färg, form och taktila kriterier, utan även ljudupplevelsen är en viktig komponent.

Vad är hörseln bra på?

Det finns en undersökning i Frankrike som visar att en ensam motorcykel som passerar Paris centrala delar klockan fyra på morgonen väcker i runda slängar hundratusen parisbor. Det motsvarar samtliga kommuninvånare i Eskilstuna. Det här säger oss ett par saker; att motorcyklar bullrar, men framförallt att hörseln och synen fungerar olika. När vi lägger oss och släcker lampan så släcker vi också ut synintrycken. Däremot, då motorcykeln väcker oss, blir vi i högsta grad medvetna om att vi inte kan släcka ut hörseln på samma sätt. Vi kan inte blunda med öronen.

En fråga man bör ställa sig i sammanhanget är – vad är hörseln bra på? Ett svar är att ljud är starkt kopplade till rumsliga upplevelser. Synfältet är begränsat, vi kan bara ta in vissa delar av rummet. Men via hörseln kan vi höra ljuden som finns runt omkring oss – ljuden definierar rummets utbredning, ljuden är rumskapande. Vi kan även höra bortom hörnet i ett annat rum, ljuden fungerar därmed som stöd för rumslig orientering.

Musik i restauranger är inte någon ny företeelse. Det mest klassiska exemplet är musiker som går runt bland borden och spelar smäktande toner. Men det finns även mer udda exempel. I början på 1900-talet utvecklade tonsättaren Erik Satie en genre som han kallade Furniture Music. Hans tanke var att musiken skulle vara en del av restaurangljuden och att den skulle fylla ut det pinsamma tomrum av tystnad som ibland uppstår då människor äter tillsammans; att musiken griper tag i dialogen som en tredje part. Ljud och musik är i den meningen också bra på att skapa en atmosfär, att kommunicera och att ge estetiska upplevelser.



VEM SKA HÖRA VAD?

Grundregler för ljudesign

Ljudesign i restauranger handlar bland annat om att rensa bort oönskade ljud, exempelvis oönskat skrammel från stolar eller störande fläktljud. Man benämner den här typen av design som passiv ljudesign. Ljudesign handlar även om att lägga till ljud, oftast via musik, vilket då följdenligt benämns som aktiv ljudesign. Som ljudesigner bör man fråga sig följande: Vad vill vi lyssna på? Vad är meningen med ljudet/musiken? Vilken information innehåller ljudet/musiken? Korresponderar ljudet med verksamheten?

Först och främst handlar det om att klargöra vilka ljud vi vill höra och var i rummet de ska höras. Är det en kvalitet att höra sorlet från bardisken då man sitter till bords – höjer det stämningen eller är det störande? Vill vi höra samtalen från grannborden eller inte? Ska det vara musik i lokalen, och vilken slags musik ska det i så fall vara? Den senare frågan är viktig ur flera aspekter. Dels fungerar musik som vattendelare genom att det är sällan som vi inte bryr oss om musikalet. Idag har de flesta krögare klart för sig om musikens roll som attraktion. Lite krasst kan man säga att det handlar om att sortera sociala grupperingar via musikval. Däremot är det så och så med kunskaper om vilka effekter musiken har ur ett psykosocialt, kulturellt och estetiskt perspektiv. Här finns mycket att göra. Det är också viktigt att klargöra var musiken ska höras i lokalen och hur hög den ska vara. Musik behöver inte nödvändigtvis vara störande då man äter, den kan skapa en atmosfär och förstärka rummets kvaliteter, samtidigt som den maskerar oönskade ljud, exempelvis samtalen från grannborden.

Hur gör man? Det handlar först och främst om att definiera ett helhetskoncept där ljuden samspelar med inredning, möblering och ljus med mera. Då vi talar om passiv ljudesign så tänker vi ofta i termer av anonyma och tråkiga takabsorbenter (ljuddämpande element). Men faktum är att de mycket väl kan designas, på samma sätt som övrig interiör vad det gäller färg, form och placering. Numera finns även ljudabsorbenter som passar utmärkt i restauranger.

Teknikutvecklingen har inneburit



stora möjligheter att arbeta med aktiv ljudesign. Med traditionell högtalarteknik sprids musiken i hela rummet, men idag finns så kallad riktad högtalarteknik som gör att man bara hör musiken inom ett begränsat område. Musiken i bardisken behöver därför inte höras vid matborden. Det här innebär att man samtidigt kan spela olika musik i lokalen, exempelvis olika musik vid olika matbord. Det finns även riktade system med många högtalare, så kallat ljudtak, som passar utmärkt i restauranger med dansgolv. Effekten är att musiken begränsas till dansgolvet. Genom aktiv och passiv ljudesign kan man således differentiera ljudmiljön. Med rätt ljudesign är det möjligt att samtidigt kunna mingla i baren, dansa och att äta ostört i en och samma lokal.

Framtiden

Vad händer i framtiden? Inledningsvis nämnde jag att vi kan börja skönja ett trendbrott. Arkitekter, formgivare, industridesigners med flera börjar intressera sig för ljudmediet alltmer. Det här trendbrottet avspeglas kanske tydligast i utbildningen. Sedan ett år tillbaka har Konstfack i Stockholm kurser i ljudesign. Till exempel har institutionen Inredningsarkitektur & Möbeldesign

genomfört kurser som handlar om hur rumsakustiska kvaliteter kan integreras i den arkitektoniska gestaltningen. Även andra universitet och högskolor har kurser i ljudesign. Det här innebär att vi snart kommer att möta nyexaminerade designers med kunskaper om ljud, akustikkonsultföretagen börjar också införliva design i sin verksamhet.

Vi konsumenter börjar ställa större krav på vår omgivning, avseende komfort och estetik. Restaurangmiljön är kanske den miljö som tydligast har som uppgift att tillfredsställa alla sinnen. Vi kan därför inom en snar framtid räkna med krögare som bjuder på en sinnlig totalupplevelse. Det handlar med andra ord om att erbjuda ljudupplevelser av skilda slag, som är i samklang med övriga sinnesupplevelser. En väl designad ljudmiljö stärker restaurangens profil och fungerar som varumärke. Hasselbladkameran och HD-hojen har sina karakteristiska ljud, Stockholms Stadsbibliotek och Ridderholmskyrkan har sin karakteristiska akustik – nu är det dags att sätta restauranger på samma kvalitativa ljudkarta!