



RENAULT, UGLAŠEN Z ZVOKI

ZGODBA – prvi del: zvoki v notranjščini



Zvok smernikov, opozorilnikov za pripenjanje z varnostnim pasom in pomoči za parkiranje itn.: vozniki te zvoke slišijo med vsako vožnjo. So del vsakdanjega življenja. Kljub temu, da se zdijo nepomembni, so v resnici plod temeljitega dela. William Rodriguez, vodja oddelka izkušnje pri Renault Design, nam pojasnjuje izzive in ustvarjalne postopke, ki spremljajo razvoj zvokov v Renaultovih vozilih današnjega in jutrišnjega dne.

Zakaj bi se posebej ukvarjali z zvoki, ki jih je slišati v notranjščini vozila? O katerih zvokih je pravzaprav govora? Kako ti zvoki nastajajo? Tovrstnih vprašanj si ne postavljamo vsak dan, vendar so osrednja pri snovanju celovite izkušnje bivanja v avtomobilu in vožnje z njim in za strokovnjake Design Renault temeljnega pomena. Predvsem za voznikovo dobro razumevanje zvočnih sporočil in opozoril. Poleg tega pa tudi za znamko, ki lahko s tovrstnimi zvočnimi elementi okrepi svojo istovetnost.

»Avtomobil je instrument, ki ga je treba uglasiti. Ustvarja abstraktne zvoke, ki jih je treba spoznati in razumeti. Mi ne skladamo glasbe, mi skrbimo za sporočila z estetskim namenom, ob tem pa upoštevamo in krepimo gensko zasnovo znamke.«

William Rodriguez, vodja oddelka izkušnje pri Renault Design



Namen zvokov

Delo pri snovanju zvokov v prostoru za potnike je razdeljeno na tri glavne skupine zvokov. Prvo tvorijo »nadzorni« zvoki, ki obveščajo ali opozarjajo, na primer zvok smernih utripalk in opozorilnika za pripenjanje z varnostnim pasom. Potem so zvoki pomagal za vožnjo, kot sta pomoč pri parkiranju vzvratno in opozorilnik za prečenje oznak voznega pasu. Nazadnje so še zvoki multimedijske opreme, ki potrjujejo preko osrednjega zaslona vnesene ukaze oziroma izbire.

Več razlogov je za velik pomen izdelave strategije za oblikovanje zvokov. Prvič, da se izoblikuje edinstvena uporabniška izkušnja in najde dobro ravnovesje med zvokom in drugimi – vidnimi ali tipnimi - dražljaji. Seveda morajo biti ti zvoki za uporabnika prijetni in hkrati posredovati jasna sporočila: obvestila, potrditve, svarila, opozorila. Instinktivno razumljena zvočna sporočila vozniku omogočajo, da svoje ravnanje primerno prilagodi.

Poleg tega gre za ustvarjanje zvočnega okolja, ki je značilno za znamko Renault. Skupek vseh zvočnih elementov, ki poživljajo prostor za potnike in zaslone v njem, pravzaprav prispevajo h krepitvi istovetnosti znamke na podoben način, kot to velja za njen svetlobni pečat ali oglasni slogan.

Namen je vzbujanje čustev z zagotavljanjem pozitivne in prijetne vozne izkušnje, tudi z uglasenimi zvoki.

»Posebej smo se posvetili ikonični naravi zvokov, s katerimi smo ustvarili pravo zvočno istovetnost znamke Renault. Z besedami umetniškega vodje, želeli smo, da so zvoki avtomobila Renault skladni z istovetnostjo znamke: pomenljivi, seveda, a tudi dobrohotni, pozitivni in veseli,« je dejal William Rodriguez.

Zvoki prihodnosti

Oddelek za uporabniško izkušnjo pri Renault Design zdaj dela na povsem novi generaciji notranjih zvokov za avtomobile, ki bodo predstavljeni v prihodnjih nekaj letih, začenši z modelom Mégane E-TECH Electric. Enako kot pri običajnem postopku industrijskega oblikovanja tudi delo pri oblikovanju zvokov temelji na »skicah« vsakega zvoka posebej glede na smernice skupnega umetniškega vodenja in vrsto sporočila, ki naj ga določen zvok posreduje.

To delo temelji na knjižnici posnetih zvokov oziroma zvočnih kulis. Pri stremljenju po zvočnem izražanju dobrohotnosti in oblikovanju privlačnih zvokov se je narava kaj hitro izkazala kot glavni vir navdiha. *»Pri delu smo za osnovo vzeli paleto zvokov z navdihi iz narave: medsebojno drgnjenje kosov lesa, bobneče zvoke, padajočih semen, kapljic vode ipd.«*

V nadaljevanju se te zvočne materiale stilizira in meša s pomočjo programske opreme za obdelavo zvoka, nato pa preizkusi na ciljni skupini uporabnikov, ki pojasnijo svoje zaznave in občutke. Nek zvok je lahko ocenjen kot preveč »mračen« ali »oster«, drug pa kot preveč »plastičen« ali »melodičen«.

Glede na odziv uporabnikov se zvoke ponovno obdelava, oblikuje, ukroji, prireže ipd., ob tem pa skrbi, da ostajajo skladni z dogovorjeno strategijo, ki temelji na dobrohotnosti, in s prvotno specifikacijo. Vse to se odvija v tesnem sodelovanju z drugimi direkcijami – za izdelke, inženiring in trženje).

Celovita prenova oblikovanih zvokov za prihodnja vozila znamke Renault se bliža zaključku. Končni rezultat bo moč slišati v novih modelih, ki bodo prišli v redno ponudbo od naslednjega leta naprej.