



Visuella effekter inom genrespecifik musikvideoproduktion

Robert Adler, Andreas Eriksson

Abstract

Today almost every artist has a music video. With today's technology it has become a lot easier for smaller companies or amateur filmmakers to produce and distribute their work. But how important is an artist's music video and where do people find their music these days? Other questions we wanted to answer were if there is a typical way a music video looks like based on its genre. And is it possible to break these stereotypical ways of producing music videos and thereby create a higher level of enjoyment from the viewer? Our main idea of achieving this was by the use of visual effects in a genre, which in our opinion usually don't showcase these types of effects. The genre we decided to work with was singer/songwriter, which we think is one genre that doesn't typically use visual effects. To back up our opinions we studied a lot of music videos from different genres to really see what was typical for each of them. Furthermore we made a survey to find answers for our questions about people's views on the importance of a well-made music video and where they watch and find them. After we had found some of our answers we produced a music video, one with, and one without visual effects. We then showed these to a number of people and asked them questions about their opinions. Based on our results from studying different music videos and the surveys we came up with a conclusion. And we can say that using visual effects in a genre where they typically aren't used is possible and it can enhance a viewer's enjoyment of the music video. Although we also found out that it should be done with moderation and in good relations with the specific genre.

1. Bakgrundsbeskrivning

Vi har valt att inrikta oss på att producera en musikvideo. Mer specifikt en musikvideo för genren singer/songwriter. Efter egna erfarenheter tycker vi oss se att dessa inte är så tekniskt avancerade jämfört med andra genrer. De är oftast mer estetiskt tilltalande och använder sig inte av visuella effekter i samma utsträckning som videor för hiphop, pop och så vidare. Därför tänkte vi fördjupa oss och se om våra egna uppfattningar verkligen stämmer och utifrån det göra en nyskapande musikvideo för den specifika genren. Detta tänkte vi försöka göra genom användandet av visuella effekter för att förbättra den ursprungliga musikvideon. Vår definition på visuella effekter är att tillföra element som inte finns vid inspelningstillfället. Detta kan inkludera att införa 3d-objekt, animationer, matte paintings och så vidare. Vi anser alltså inte att endast göra färgkorrigering och liknande anses som en visuell effekt. Detta stämmer även till viss del överens med hur Patricia D. Netzley (Netzley, 2000) definerar visuella effekter. Hon skriver att specialeffekter är tekniker som används för att få händelser i en film att se verkliga ut. De tre vanligaste kategorierna är visuella effekter, mekaniska effekter och make-up effekter, där visuella effekter är en manipulering av visuella bilder i en film oftast med hjälp av postproduktion.

2. Frågeformulering

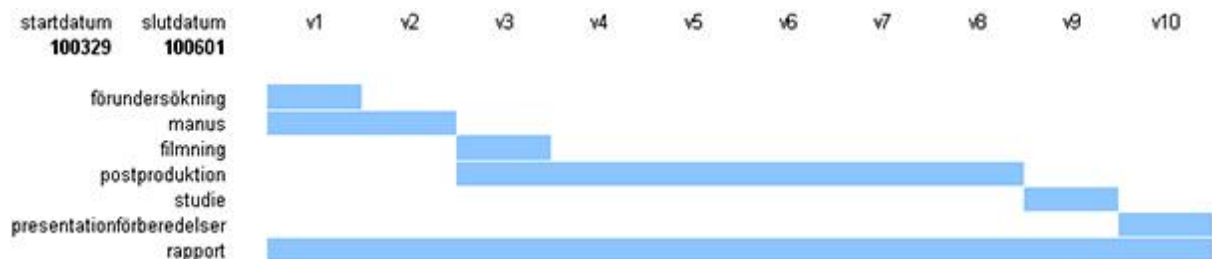
Hur ser man i huvudsak musikvideor idag samt hur viktig är en artists musikvideo? Vad är typiskt för en specifik genre i musikvideoproduktion? Går det att bryta mot den traditionella normen för att skapa en förhöjd upplevelse för tittaren genom användning av visuella effekter?

3. Syfte

Att få veta människors åsikter kring musikvideor samt hur dessa ses. Att få en förståelse hur musikvideoproduktion ser ut för specifika genrer och hitta den typiska normen för dessa. Vi vill även se om det finns några likheter samt vad som skiljer sig mellan olika genrer för att sedan använda sig av detta i skapandet av vår musikvideo. Med hjälp av detta vill vi försöka bryta mot traditionella normer inom musikvideoskapandet i den specifika genren och därmed lyckas förhöja tittarens upplevelse.

4. Arbetsförlopp

När vi påbörjade arbetet i början av kursen så satte vi upp en tidsplan som figur 1 visar. Denna tidsplan fick vi göra diverse ändringar på under arbetets gång vilket vi kan se i figur 2. Framför allt påverkades vi av vädrets makter under filmningen och fick förlänga den delen med en vecka. Även postproduktionen påverkades av detta eftersom vi hade en vecka mindre att arbeta med att få klart den slutgiltiga musikvideon. Detta gav oss i sin tur mindre tid med att avsluta rapporten och vi fick genomföra studien under pågående postproduktionsprocess.



Figur 1. Tidsplan.



Figur 2. Utfall av tidsplan.

Vi började med att undersöka musikvideor inom den tänkta genren för att se om vår hypotes stämmer. Därefter undersökte vi vad som är typiskt för andra genrer och i vilken grad just visuella effekter används i dessa.

Vi genomförde även enkätundersökning bland 100 studenter i åldrarna 18-30 som fick svara på frågor kring deras musikvideotittande och hur viktigt det är för dessa att en artist har en bra musikvideo.

Utifrån våra resultat av undersökningen började vi skapandet av två musikvideos, en med och en utan visuella effekter.

Därefter gjorde vi en undersökning för att avgöra om musikvideon med visuella effekter förhöjer upplevelsen för tittaren. Undersökningen genomfördes genom att ett visst antal personer fick se båda musikvideorna och sedan svara på ett antal muntliga frågor för att bäst avgöra personens åsikter och känslor kring de båda musikvideorna.

Därefter sammanställde vi resultatet och kom på så sätt fram till ett resultat där vi kan se om det verkligen fungerar att bryta mot den eventuella normen och därmed förhöja upplevelsen.

5. Förundersökning

Vår förundersökning bestod av två delar, dels en enkätundersökning för att få en grundläggande förståelse till människors åsikter kring musikvideos samt en studie i vad som är typiskt inom olika genrer inom musikvideoproduktion.

5.1 Studie av vad som är typiskt för musikvideos inom en specifik genre

För att få fram en bra bild av vad som är typiskt för musikvideoproduktion inom olika genrer har vi valt att undersöka den genre vi inriktar oss på samt de vanligast förekommande och mest övergripande genrererna. De vi har valt att undersöka är Singer/Songwriter, Hiphop, Rock, Pop samt Elektronisk musik.

För att få en övergripande bild av vad som är typiskt för varje genre har vi tittat igenom ett stort antal musikvideos från varje genre. Vi bifogar även ett mindre antal exempel som vi tycker representerar genren bra samt skärmdumpar från några videos.

5.1.1 Singer/Songwriter

Det typiska för genren Singer/Songwriter är estetiskt tilltalande samt oftast väldigt enkla bilder där artisten står i fokus. Detta tror vi används för att bättre förhöja känslan för musiken som är betydligt lugnare än övriga genrer. Troligtvis vill man inte att de visuella ska ta över utan att musiken ska stå i fokus. Visuella effekter är inte vanligt förekommande men det finns givetvis undantag. Om de används är det väldigt sparsamt och smakfullt.

Exempel på singer/songwriter-musikvideos:

[Damien Rice - 9 Crimes](#)

[Christian Kjellvander – Oh Night](#)

[Mumford & Sons – Winter Winds](#)

[Lars Winnerbäck – Elegi](#)

[Anna Ternheim – My Secret](#)

[Hello Saferide – The Quiz](#)



Bild 1. Anna Ternheim – My Secret.

Bild 2. Mumford & Sons – Winter Winds.

5.1.2 Hiphop

Genren hiphop är relativt bred där musiken går från kommersiell hiphop till så kallad gangsta rap samt politisk rap. Kommersiell hiphop inkluderar oftast artisten i huvudfokus med fina bilar, fest och lättklädda tjejer. Det känns också typiskt att man skyltar med dyra saker och att man vill visa att man har pengar. Typiskt för gangsta rap och politisk rap är ofta att musikvideon utspelar sig i ghetton och artisterna framstår att vara väldigt hårda och våldsamma. I kommersiell hiphop förekommer det en del visuella effekter men i gangsta rap och politisk hiphop förekommer det sällan. Men här finns det givetvis också undantag där man till exempel i vissa politiska rapvideos använder sig av animationer för att få fram sitt budskap.

Exempel på hiphop-musikvideos:

[Lloyd Banks – Beamer, Benz or Bentley](#)

[Dead Prez – Hip Hop](#)

[Lil Wayne – Lollipop](#)

[Nas – Nas is Like](#)



Bild 3. Lloyd Banks – Beamer, Benz or Bentley. Bild 4. Nas – Nas is Like.

5.1.3 Rock

I vår förundersökning insåg vi att det var rockgenren som var den genre som allra mest följde ett tydligt mönster trots att genren är bred. Musikvideorna innehåller många snabba klipp på artisterna varvat med sidohändelser så som en fest eller liknande. Det används betydligt mer visuella effekter i rockvideos än i föregående genrer. Det har även blivit vanligare den senaste tiden.

Exempel på rock-musikvideos:

[Mando Diao – Dance With Somebody](#)

[Queens Of The Stone Age – No One Knows](#)

[Nirvana – Come As You Are](#)

[Millencolin – Man or Mouse](#)



Bild 5. Mando Diao – Dance with Somebody. Bild 6. Millencolin – Man or Mouse.

5.1.4 Pop

Musikvideorna för popmusik anser vi vara gjorda väldigt likt en reklamfilm för artisten. Artisten är i stort sett hela tiden i fokus och typiskt för kvinnliga artister är att de är lättklädda och ska framstå som sexiga. Det är även väldigt typiskt att det ingår någon form av dans i musikvideon. Likt rockvideos använder sig även popvideor av en del visuella effekter samt att det har blivit allt vanligare den senaste tiden.

Exempel på pop-musikvideos:

[Lady Gaga – Poker Face](#)

[Britney Spears – Circus](#)

[Beyoncé – Single Ladies](#)

[Backstreet Boys – I Want It That Way](#)



Bild 7. Lady Gaga – Poker Face.



Bild 8. Beyoncé – Single Ladies.

5.1.5 Elektronisk musik

Denna genre är den genre som vi tycker var svårast att hitta en typisk stil för då musikvideorna oftast kan vara väldigt abstrakta samtidigt som de blandar och ger från vad som är typiskt för andra genrer. Elektronisk musik är den genre som använder sig mest av visuella effekter med tanke på att de som tidigare sagts ofta är väldigt abstrakta.

Exempel på elektroniska musikvideos:

[Huatron - \\$\\$ Troopers](#)

[Boys Noize – Jeffer](#)

[Justice – Dance](#)

[The Knife – Heartbeats](#)

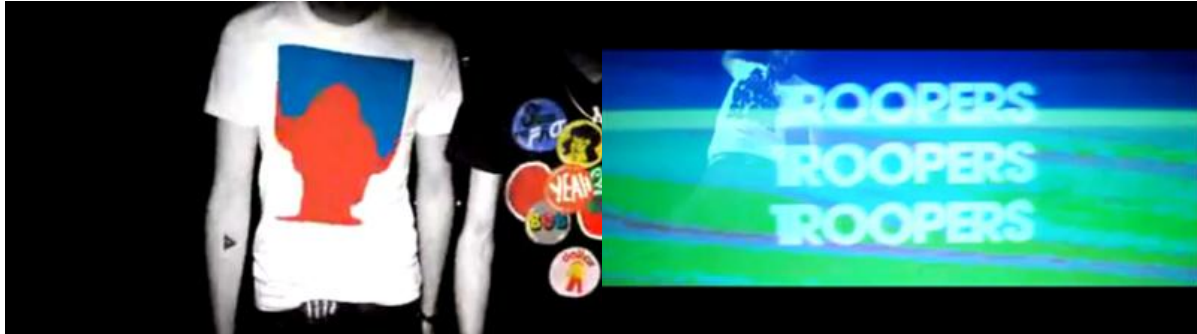


Bild 9. Justice - Dance.

Bild 10. Huatron - \$\$ Troopers.

5.1.6 Reflektioner över studien

Våra förningar angående visuella effekter inom den tänkta genren för musikvideoproduktionen och resultatet av förundersökningen visar på att vi var relativt rätt ute trots att vi hittade några undantag.

Enligt Sven E Carlsson(Sven E Carlsson, 1999) är kopplingen svag mellan vilken typ av musikvideo som skapas till en viss genre av musik, detta anser vi inte alls stämma efter vår gjorda förundersökning. Vidare beskriver Carlsson tre olika typer av musikvideos; Performance clip, Art clip och Narrative clip. Nuförtiden verkar inte musikvideos skapas efter någon tydlig modell enligt det artikeln beskriver utan det blandas ganska mycket inom varje enskild musikvideo av dessa tre typer. Rent genremässigt kan man dock se att det inom vissa genrer är vanligare med till exempel Art clips. Förenklat sett kan man säga att Art clip är

vanligast inom elektronisk musik och att Performance clips är vanligast i rock, pop och hiphop-videos. Narrative clips används inte särskilt ofta, åtminstone inte som att en musikvideo enbart berättar en historia. Däremot är det mycket vanligt att man har en sidohistoria som blandas med Performance clips.

5.2 Enkätundersökning

Vi valde att göra en enkätundersökning (bilaga 1) på hundra slumpvis utvalda studenter på Umeå Universitet i åldrarna mellan 18 och 30 år för att få en ökad förståelse för hur man ser på fenomenet musikvideor i dagens samhälle. Det vi framförallt ville veta var hur viktig man anser en musikvideo vara för en artist och om en bra musikvideo kan öka ens intresse för en artist. Vi passade även på att fråga på vilket sätt man ser musikvideor nuförtiden och om det är så att man hittar ny musik tack vare att titta på musikvideor. Något som ska nämnas är att vad en tillfrågad tycker är "snyggt" eller "bra" självklart är helt individuellt och något som vi låtit de tillfrågade tolka helt fritt själva.

5.2.1 Resultat samt reflektioner av enkätundersökning

Vilket är ditt primära sätt att hitta ny musik? (Välj ett alternativ)

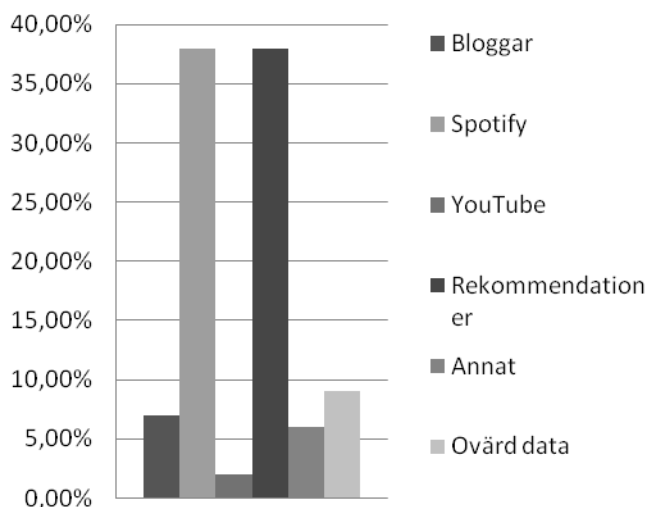


Diagram 1.

På diagram ett ser man tydligt att de vanligaste sätten att hitta ny musik för de tillfrågade är genom Spotify eller liknande programvara samt genom rekommendationer av vänner. Något som är värt att notera är att alternativen Radio, TV och Itunes fick 0% av svaren.

Vilket är ditt primära sätt att titta på musikvideor? (Välj ett alternativ)

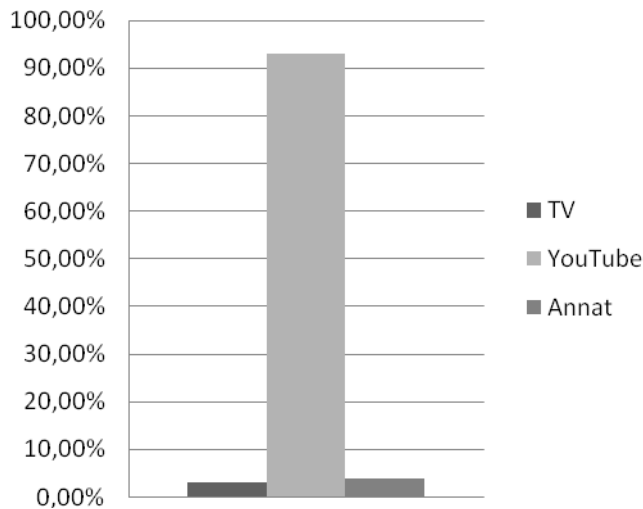


Diagram 2.

På frågan "Vilket är ditt primära sätt att titta på musikvideor?" svarade den absolut största delen av de tillfrågade YouTube eller liknande. Detta var föga oväntat för oss som själva befinner oss i samma ålder som de tillfrågade. Något som är värt att notera är att TV endast fick 3% av de svaren.

Hur viktigt anser du att det är för en artist att ha en bra musikvideo?

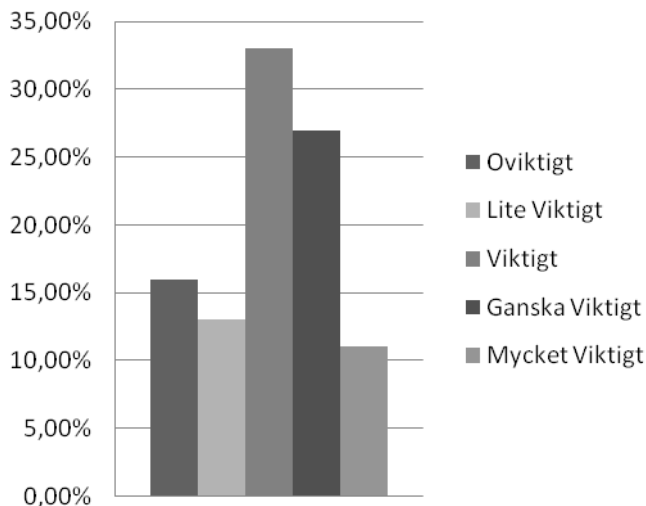


Diagram 3.

Något vi ansåg det vara viktigt för oss att veta inför våran slutanalys är om folk anser det vara viktigt för en artist att ha en bra musikvideo. På frågan fick de tillfrågade sätta ut hur viktigt det var för dem på en skala mellan ett och fem där ett stod för oviktigt, tre för viktigt och fem för mycket viktigt. Diagram tre visar att fler än hälften tyckte att det var viktigt eller mer med en bra musikvideo. 15% av de tillfrågade tyckte däremot att en bra musikvideo var oviktigt för en artist.

Kan en snygg musikvideo få dig att lyssna mer på en för dig okänd artist?

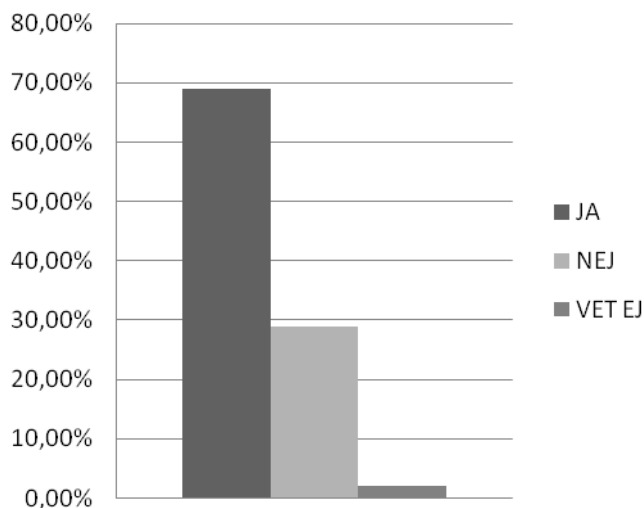


Diagram 4.

Vi tyckte att en av de viktigaste frågorna i vår undersökning är den som diagram 4 tar upp. Detta framförallt på grund av att artisten vi gjort musikvideon åt för närvarande är relativt okänd. Fler än två tredjedelar av de tillfrågade anser att en snygg musikvideo kan få dem att lyssna mer på en tidigare okänd artist, när man dessutom tar i akt vad diagram 2 visar så inser man hur viktigt det kan vara för en tidigare okänd artist att göra en snygg musikvideo och använda YouTube eller liknande webbplats som ett marknadsföringsverktyg.

Kan en snygg musikvideo få dig att lyssna mer på en artist vars musik du inte uppskattat tidigare?

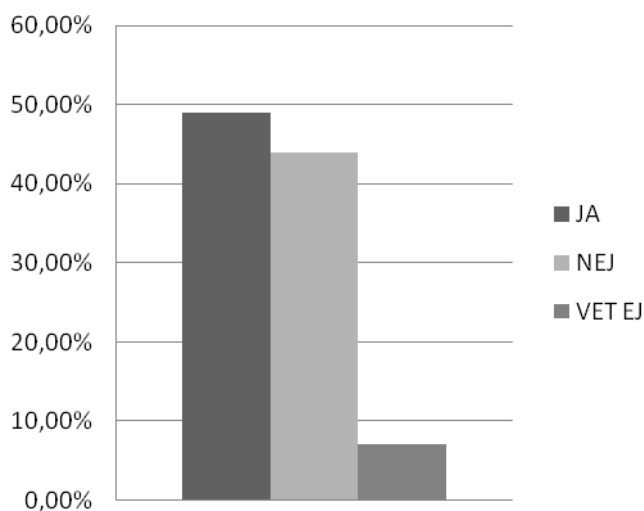


Diagram 5.

Det som överaskade oss personligen mest under denna enkätundersökning var svaren som visas i diagram 5. Att nästan varannan tillfrågad kunde tänka sig att omvärdera en artist på grund av en snygg musikvideo var något vi absolut inte väntat oss. Även detta visar på hur stor betydelse en snygg musikvideo kan ha för en artist.

6. Processbeskrivning

Carol Vernallis(Vernallis, 2004) skriver att musikvideos bild, likt ljud, ger en speciell betydelse för upplevelsen av rörelse och tidens gång. Hennes åsikt är att i musikvideor så arbetar bilder tillsammans med musik genom att anta de fenomenologiska egenskaperna av ljud. Dessa bilder likt ljud, strömmar, omfamnar oss och får oss att reflektera. Detta är verkligen något vi eftersträvade under arbetets gång.

Löwgren och Stolterman(Löwgren, Stolterman, 2005) skriver i sin bok att ”designprocessen startar i samma ögonblick som en designer möter, hamnar i eller tänker på den omgivning där hon ska verka eller i samma stund som hon föreläggs en uppgift.”. I vårt fall var det läget vi fick klartecken att göra en musikvideo till vår beställare. Vår beställare var artisten som gjort låten vi skulle göra musikvideon till. Vi fick relativt fria tyglar att arbeta med vilket gjorde våran brainstorming mycket enklare. Han hade dock några nyckelord som han ville att vi skulle jobba efter. Dessa nyckelord var ”stilrent”, ”låg färgmättnad”, ”kornig och gammal sliten film”. Utifrån dessa hade han inga större anvisningar på vad han ville ha och det var utifrån det som vår vision formades.

Författarna skriver vidare att en vision ”kan röra sig om en första idé till grundläggande teknisk lösning eller infrastruktur, en idé om en bärande funktion i den nya designen eller om en viss stil eller form”. För oss handlade visionen till allra största del om vilken stil vi ville uppnå och hur denna stil kunde hjälpa oss att svara på vår tänkta frågeställning. Visionen ändrades ett antal gånger innan vi skapade vår operativa bild.

Den operativa bilden beskrivs av författarna som ”den första konkretiseringen av visionen”. Vår operativa bild skapades under vår förundersökning då vi tittade på mycket olika musikvideor för att skapa en förståelse för ämnet. Detta blev utöver en informationsinsamling även en del i den kreativa processen eftersom vi fick mycket inspiration av det vi tittade på. Vi gjorde helt enkelt så att vi skrev ner vår första idé och försökte därefter fylla på med detaljer. Allt eftersom vi upptäckte att vissa saker inte kunde genomföras så fick vi revidera den operativa bilden. Författarna beskriver situationen som att designsituationen, visionen och den operativa bilden ska pressa fram mer kreativitet. Detta stämmer mycket väl in på vår process eftersom vi genom att inse vilka begränsningar vi hade kunde bli kreativa och hitta andra lösningar som i vissa fall till och med skapade ett bättre resultat i slutändan.

Efter att vi fått fram en bra operativ bild över vår design gick vi helt enkelt vidare med att börja det praktiska arbetet. Filmningen genomfördes under tre dagar och innan dess letade vi platser att filma på under några dagar. Därefter började arbetet med postproduktion och skapandet av de visuella effekterna. Redan i vår vision hade vi bestämt att vi ville ha en slutprodukt med en lite dyster framtoning med låg färgmättnad. Vi bestämde oss även under framställandet av vår operativa bild att vi ville prova på nya tekniker för att utmana oss själv samt förbättra vårt eget kunnande. För att matcha musikens tempo valde vi att sakta ner vårt filmade material och med hjälp av insticksprogram kunde vi skapa ett resultat som är likt filmande med kameror som spelar in med väldigt många bildrutor per sekund. Vi valde även att filma artistens delar i dubbla hastigheten för att sedan sakta ner detta till halva hastigheten. Därmed synkroniseras artistens rörelser samt sång trots att materialet spelas upp i halva hastigheten. Carol Vernallis(Vernallis, 2004) skriver att musikvideor som

använder sig av slow motion ofta genomsyras av nostalgi eftersom de gör oss uppmärksamma på att även om vår perception befinner sig i nuet så finns ändå en känsla av att tidigare händelser snabbt flyger iväg. Bilderna rör sig i ett tempo som skapar en känsla av att följa musiken vilket gör att man följer låtens utveckling. Detta stämmer bra överens med den känsla vi vill förmedla.

För att skapa en annan känsla i utseendet använde vi oss av en teknik som kallas matte paintings. Matte paintings innebär att man digitalt ändrar en bakgrund genom att måla, använda sig av fotografier eller konstruera 3d-miljöer. Detta gjorde vi före att utseendet i videon skulle kunna uppfattas som att den var filmad i en större stad.

För att förstärka den lite dystra känslan mer som vi bestämt oss för så omvandlade vi allt till natt genom att mörka ner materialet och lägga till gatulampor och dyligt. Från början hade vi som sagt bestämt oss för att ha en låg färgmättnad men under arbetets gång ändrade vi oss och gjorde allt svartvitt istället och detta passade även bra ihop med låttiteln som är just Black and White. När vi gjort detta så insåg vi att bilden tyvärr fick ett platt utseende så för att få lite mer djup lade vi till en lätt blå toning som även efterliknar månljus. Nedan visas ett kort bildspel hur framställandet av en scen gjordes från början till det slutgiltiga resultatet (bild 11-16).



Bild 11. Original

Bild 12. Bortklippt bakgrund.



Bild 13. Slutgiltig matte painting.

Bild 14 . Konvertering till natt.



Bild 15. Ljus från gatulampor och fönster. Bild 16. Blå toning.

När det praktiska arbetet sedan var färdigt och musikvideon stod klar påbörjade vi att testa vår tes. Detta gjordes genom intervjuer på slumpvis utvalda personer. Efter detta sammanställde vi informationen för att komma fram till ett resultat. Den slutgiltiga musikvideon kommer att kunna ses på YouTube. Gör en sökning på ”Victor Ernestad – Black and White” för att se den.

7. Intervjuer

För att få svar på vår frågeställning så valde vi slumpmässigt ut 20 olika personer för intervjuer där vi visade delar av vår färdiga produktion. Vi visade då båda versionerna av musikvideon, alltså både utan och med visuella effekter. Vi valde att göra intervjuer till skillnad mot en enkät som i förundersökningen för att få ett klarare svar och möjligheten att få intervjuobjektet att utveckla sina svar mer och därmed lättare förstå hur personen tänker. För att som sagt få svar på vår frågeställning skrev vi ner ett antal frågor som vi tyckte var relevanta och kunde ge oss svar på det vi ville veta. De frågor vi ställde var följande.

7.1 Vilken av musikvideorna uppskattade du mest och varför?

De flesta uppskattade musikvideon med visuella effekter. Anledningarna vi fick var att den var mer estetiskt tilltalande. Det var även uppskattat att effekterna var diskreta och inte överdrivna. Andra åsikter om denna var att omvandlingen till natt gjorde den mer känslomässig och atmosfärisk samt passade bättre till låten. Även ord som sagolik samt att den hade en Sin City-känsla användes av någon. Angående musikvideon utan visuella effekter så uppskattades den mer av några då de tyckte att den var ljusare vilken bidrog bland annat till att man kunde se ansiktsuttryck tydligare samt omgivningen. Någon tyckte även att slow motion-effekten upplevdes starkare. Dock tyckte några av dem som ändå gillade den utan visuella effekter mer, att effekten där skådespelarna springer under gatuljusen var bra. Det negativa som uppfattades om denna version var att många tyckte att den var mer stereotyp för genren och gjorde därmed att de inte uppskattade den lika mycket för att det i stort sett var saker de redan sett.

7.2 Gjorde musikvideon att du kunde uppskatta musiken mer (den musikvideon de gillade mest)?

De allra flesta tyckte att de kunde uppskatta musiken mer och att den gav ett starkare intryck. Det var dock några som inte tyckte det gjorde någon större skillnad och någon var

inte helt säker på om de fick ett starkare intryck eller om det bara var för att de hörde låten två gånger efter varandra.

7.3 Anser du att användandet av visuella effekter fungerar för den här specifika genren och varför/varför inte?

I stort sett alla tyckte att de visuella effekterna fungerade och många sa att det berodde på att effekterna var diskreta. Även de som gillade versionen utan specialeffekter tyckte ändå att det fungerade trots att de föredrog den andra. Vi fick även svar där någon ansåg att det fungerade till all sorts musik så länge man använder rätt visuella effekter för rätt typ av musik. Här stötte vi också på en person som ansåg att vi använt visuella effekter i båda då de tyckte slow motion samt färgkorrigerering var det. Detta gick dock emot vår egen definition av visuella effekter och därmed tog vi detta i åtanke när personen svarade på frågan.

7.4 Fick musikvideon dig att vilja lyssna på mer musik av den här artisten samt mer generellt om det varit en annan artist?

Många svarade att de gärna kan tänka sig att se fler musikvideos av en artist med en bra musikvideo man att de troligtvis inte bara kommer att lyssna på musiken. Detta kom dock från många av dem som inte lyssnade på musikgenren i vanliga fall medan de som redan lyssnade på denna typ av musik var mer villiga att lyssna mer. Fast om det rörde sig om en musikgenre de gillade mer så kunde de absolut tänka sig att lyssna mer på artisten. Generellt så var anledningen att det blir en bättre helhetsupplevelse av ett se musikvideon. En person ansåg också att detta kan funka åt båda hållen då en dålig musikvideo kan göra att man inte vill lyssna något mer på artisten.

8. Diskussion

Baserat på vår förundersökning fick vi fram en relativt tydlig bild av vad som är typiskt för musikvideoproduktion inom specifika genrer. Vi insåg också att vi hade rätt i våra förningar om skapandet av musikvideor för genren singer/songwriter trots att det fanns några undantag. Varför det är så här har vi inte fått ett direkt svar på utan kan endast gissa. En gissning förutom de vi har tagit upp i förundersökningen är att artister inom genren ofta har hållt på med musik länge och skriver sin egen musik. De styrs ofta inte heller på samma sätt av stora skivbolag som exempelvis i popbranschen. Vi tror därmed att de på så sätt har mer att säga till om vid produktionen av sina musikvideos och att musiken kan vara viktigare än att skapa en dyr reklamfilm i form av en musikvideo likt popbranschen.

Vidare så fick vi reda på genom vår enkätundersökning var majoriteten ser på musikvideor samt hur de hittar ny musik. Och här ser vi tydligt att trenden definitivt är att se på musikvideos på internet. Vi fick även svar på frågor som var relevanta för vår produktion där vi såg vikten av hur mycket en bra musikvideo verkligen uppskattas och kan i vårt fall hjälpa en relativt okänd artist att nå ut till folket. Med dagens teknik har det verkligen blivit lättare att både skapa samt distribuera musikvideos som i sin tur gör att fler når ut med sin musik.

Även när vi gjorde våra intervjuer såg vi tydliga kopplingar till förundersökningen där vi av majoriteten fick veta att musikvideos som är estetiskt tilltalande gör en artist mycket mer tilltalande. Och om man ser till resultaten av intervjuerna så anser vi att vi har lyckats få svar på våra frågor vi hade från början. Självklart är det så att alla inte tycker likadant men i det stora hela så uppfattades vår musikvideo med visuella effekter som mer tilltalande samt att den då även skapade en förhöjd upplevelse.

9. Slutsats

Utefter våra resultat från undersökningar så visar de att ny musik i huvudsak hittas genom tjänster som Spotify eller liknande samt rekommendationer av vänner. För att se musikvideor var det tjänster som YouTube eller liknande som utgör den allra största delen. För den specifika genren vi inriktat oss på såg vi att våra förningar stämde och även att det går att bryta mot trenden genom att använda visuella effekter i en genre där de i normala fall inte används. Vi lyckades därmed också skapa en förhöjd upplevelse genom att använda oss av visuella effekter och därmed skapa en mer tilltalande produkt.

10. Referenser

Netzley, P.D. (2000). *Encyclopedia of movie special effects*.

Carlsson, S.E. (1999). Audiovisual poetry or Commercial Salad of Images?

Perspective on Music Video Analysis. *Muskiikin Sunta. Nr 2, 1999*. The Finnish

Society for Ethnomusicology, University of Helsinki, Finland.

Löwgren, J., Stolterman, E. (2005). Design av informationsteknik.

Vernallis, C. (2004). *Experience music video: aesthetics and cultural contexts*.