

Utveckling av forskning och utbildning för och om upplevelseindustrin

Slutrapport innehållande tre delar:

Del A Grundutbildning

Del B Forskning

Del C AHA-akademin

2007-01-30

Örebro universitet, Institutionen för restaurang- och måltidskunskap

Luleå tekniska universitet, Upplevelseproduktion Piteå

Högskolan Väst

Malmö högskola, Konst, kultur och kommunikation (K3)

Blekinge Tekniska högskola

Konstfack, Stockholm

Högskolan i Kalmar

Sammanfattning

I början av 2006 tecknades ett avtal mellan KK-stiftelsen och de högskolor/universitet som är knutna till de av KK-stiftelsen utpekade mötesplatser för upplevelseindustrin angående projektet ”Utveckling av forskning och utbildning för och om upplevelseindustrin”.

Ingående lärosäten och mötesplatser i projektet är följaktligen Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn, Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred, Malmö Högskola/Mötesplats Malmö, Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan, Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå, Konstfack/Mötesplats Stockholm samt Örebro universitet-RHS/ Mötesplats Hällefors (respektive mötesplatser och lärosätens fokus och kompetensområden finns beskrivna i redovisningen som följer). Syftet med projektet är att genom samverkan skapa synergieffekter när det gäller forskning och utbildning för och om upplevelseindustrin. Som ett led i denna samverkan förband sig ingående högskolor med mötesplatser att i samverkan ta fram handlingsplaner för utbildning (Del A) och forskning (Del B) samt en verksamhetsplan för den sk AHA-akademien (Del C) som uppdragsutbildning. Fokus har till största del legat på att ta fram en långsiktig plan för AHA-akademien.

När det gäller handlingsplan inom grundutbildningen (Del A) kom gruppen fram till att detta i dagsläget är svårt att genomföra då all grundutbildningen går igenom stora förändringar för att anpassas till Bologna. Här valde vi då att enbart genomföra en inventering som kan ligga till grund för framtida samarbeten.

Det finns även uttalat att det är en brist på koppling till forskning i existerande utbildningar något som samarbetet mellan ingående högskolor och mötesplatser skulle råda bot på. Under forskningsdelen (Del B) redovisas en inventering avseende respektive högskolors/mötesplatsers forskningsområden/projekt inom upplevelseindustrin. Där redovisas även en modell som utgångspunkt för gemensamma forskningsprojekt, forskarutbyten och forskarskolor.

Arbetet med Aha-akademins verksamhetsplan (Del C) genomfördes genom att samtliga deltagande lärosäten och mötesplatser gjorde inventeringsarbeten och analyser av egna kompetenser på hemmaplan vilka diskuterades under två gemensamma arbetsseminarium med olika fokus. Under det sista seminariet konkretiserades även organisation och budget för genomförande av AHA-akademien som uppdragsutbildning.

Det bedömdes inte som möjligt att inom ramen för projektet genomföra en egen behovsanalys då upplevelsenäringen är en omfattande och svårdefinierad bransch. I bedömningen av behovet av en AHA-akademi lutar vi oss på den undersökning som gjordes när AHA-akademien genomfördes som pilot samt ett antal undersökningar som genomförts av Högskoleverket samt Arbetsmarknadsstyrelsen. Av detta har slutsatsen kunnat dras att utbildningsnivån är tämligen låg inom branschen och att det finns ökade krav på utbildningar som är anpassade för dem som redan är i branschen och som vänder sig till småföretagare.

Att sammanfoga de förutsättningar och regelverk som finns för uppdragsutbildning inom högskolan och det direktiv som har givits av KK-stiftelsen har varit en utmaning.

Givet dessa förutsättningar har gruppen kommit fram till tre tänkbara utbildningsmodeller för AHA-akademien. **Gruppen beslöt att inledningsvis är det modell B. Resande akademi som är den vi vill börjar arbeta med.**

A. Resande deltagare. Denna modell bygger på samma princip som KK-stiftelsens testutbildning "pilot AHA-akademi

B. Resande Akademi. I denna modell är ett lärosäte värd för ett upplägg och planerar/genomför detta tillsammans med minst en annan aktör från gruppen. Detta är det upplägg som gruppen valt att inledningsvis utgå ifrån.

C. Virtuellt resande. Förutom modell A och B har en webbaserad modell diskuterats. De kurser som varje lärosäte idag har virtuellt inom området Upplevelseindustri har inventerats.

Syftet med AHA-akademien är att nå de *yrkesverksamma*. Både de som är *i* UI och de som drar nytta av dess tjänster och produkter. KK stiftelsen benämner det som **Om** UI –delområdeskunskap och **Hur** UI fungerar- upplevelsekunskap. Det har även varit utgångspunkten när vi presenterar tänkbara utbildningspaket i rapporten under rubrikerna kompetenser om de olika delområdena samt kompetenser om hur upplevelseindustrin fungerar.

Organisatoriskt föreslår gruppen att AHA-akademien hålls samman av en programdirektör som ansvarar för ekonomi, ansökningar till externa finansiärer, marknadsföring, AHA-akademien.se, verksamhetsplanering samt håller i kontakter. Varje högskola utser en värd som är medlem i styrelsen och är kontaktperson mot programdirektören. (Styrgruppen består sålunda av en representant från varje högskola samt programdirektören plus en person från det nationella nätverket för mötesplatserna).

Deltagande lärosäten har arbetat fram en utvecklingsmodell angående finansiering av AHA-akademien som sträcker sig fem år framåt. Utgångspunkten är att driftsdelen ska vara självfinansierad efter fem år medan det i inledningsskedet samt när det gäller utvecklingen av organisationen krävs externa finansiärer.

I och med föreliggande redovisning anser vi att målen för uppdraget har fullföljts och även uppdraget gentemot KK-stiftelsen när det gäller Verksamhetsplan för AHA-akademien.

Det är aldrig lätt att sammanfoga många viljor och ett arbete som detta kräver många och långa diskussioner. I detta fall har dessa diskussioner varit mycket kreativa och givande och vi tror alla att de lagt en bra bas för framtida utvecklade samarbeten. Det är svårt att på förhand veta hur en process som denna utvecklas och detta är förklaringen till att slutrapporten möjligen skiljer sig på någon punkt från uppdraget. Precis som i allt annat projektarbete är det viktigaste att syftet är uppfyllt och detta arbetes resultat har överträffat alla förväntningar som vi haft. Som exempel kan nämnas planer på forskarskola, samsyn kring en AHA-akademi samt en utveckling av vetenskapliga begrepp på området.

Innehållsförteckning

SAMMANFATTNING	1
SAMMANFATTNING	2
INLEDNING.....	7
GENOMFÖRANDE.....	8
OM UPPLEVELSEINDUSTRIN.....	10
DELTAGARE.....	11
BLEKINGE TEKNISKA HÖGSKOLA/MÖTESPLATS KARLSHAMN	12
HÖGSKOLAN I KALMAR/MÖTESPLATS HULTSFRED	13
HÖGSKOLAN VÄST/MÖTESPLATS TROLLHÄTTAN	14
KONSTFACK/MÖTESPLATS STOCKHOLM.....	15
LULEÅ TEKNISKA UNIVERSITET/MÖTESPLATS PITEÅ.....	16
MALMÖ HÖGSKOLA/MÖTESPLATS MALMÖ	17
ÖREBRO UNIVERSITET-RHS/MÖTESPLATS HÄLLEFORS.....	18
DEL A. HANDLINGSPLAN FÖR SAMVERKAN INOM GRUNDUTBILDNING.....	19
DEL B. HANDLINGSPLAN FÖR SAMVERKAN INOM FORSKNING	20
BLEKINGE TEKNISKA HÖGSKOLA (FORSKARE OCH PROJEKT)	20
HÖGSKOLAN I KALMAR/MÖTESPLATS HULTSFRED	21
HÖGSKOLAN VÄST – FORSKARE OCH FORSKNINGSPROJEKT.....	24
KONSTFACK, STOCKHOLM (FORSKARE OCH FORSKNINGSPROJEKT).....	25
LULEÅ TEKNISKA UNIVERSITET/MÖTESPLATS PITEÅ.....	27
MALMÖ HÖGSKOLA/MÖTESPLATS MALMÖ	30
RESTAURANGHÖGSKOLAN, CAMPUS GRYTHYTAN, ÖREBRO UNIVERSITET (FORSKARE OCH FORSKNINGSPROJEKT)	33
GEMENSAM FORSKNINGSPLATTFORM	35
UPPLEVELSEPRODUKTION.....	36
DEL C. VERKSAMHETSPLAN FÖR AHA-AKADEMIN.....	41
BEHOVSANALYS.....	41
OLIKA MODELLER FÖR UTBILDNING	42
A. RESANDE DELTAGARE.....	43
B. RESANDE ”AKADEMI”	44

C. VIRTUELLT RESANDE	46
BEFINTLIGA KURSER.....	47
KURSER SOM KAN VARA AKTUELLA OM TVÅ ÅR.....	50
PEDAGOGIK	51
<u>UPPLEVELSEINDUSTRIKUNSKAPER</u>	<u>51</u>
”OM UI – DELOMRÅDESKUNSKAP”.....	51
”HUR UI FUNGERAR – UPPLEVELSEKUNSKAP”.....	52
”OM UI – DELOMRÅDESKUNSKAP” INVENTERING	53
”HUR UI FUNGERAR – UPPLEVELSEKUNSKAP” INVENTERING	62
<u>ORGANISATION/UPPLÄGG.....</u>	<u>69</u>
PROGRAMDIREKTÖR	70
VÄRD	70
UTVECKLING AV KURSER	70
STYRGRUPP.....	71
KONSORTIUM	71
AHA-AKADEMIN.SE	71
<u>FINANSIERING/BUDGET.....</u>	<u>72</u>
PRISSÄTTNING	73
EXTERN FINANSIERING	73
<u>MARKNADSFÖRING/FÖRSÄLJNING</u>	<u>74</u>
MÅLGRUPP	74
DELTAGARNAS TANKAR OM HUR MAN NÅR MÅLGRUPPEN	74
<u>DELTAGARE, FÖRANKRING</u>	<u>78</u>
<u>AVSLUTNING</u>	<u>83</u>
<u>BILAGA 1 GRUNDUTBILDNING.....</u>	<u>84</u>
BLEKINGE TEKNISKA HÖGSKOLA/MÖTESPLATS KARLSHAMN	84
HÖGSKOLAN I KALMAR/MÖTESPLATS HULTSFRED	85
HÖGSKOLAN VÄST/MÖTESPLATS TROLLHÄTTAN	85
KONSTFACK/MÖTESPLATS STOCKHOLM.....	86
LULEÅ TEKNISKA UNIVERSITET/MÖTESPLATS PITEÅ.....	86
MALMÖ HÖGSKOLA/MÖTESPLATS MALMÖ	86
ÖREBRO UNIVERSITET-RHS/MÖTESPLATS HÄLLEFORS	87
<u>BILAGA 2 KONTAKTPERSONER</u>	<u>88</u>
<u>BILAGA 3 KOMPETENSINVENTERING</u>	<u>91</u>

OM UI – DELOMRÅDESKUNSKAP.....	91
HUR UI FUNGERAR – UPPLEVELSEKUNSKAP.....	91

Inledning

Ett samarbetsprojekt har inletts mellan de högskolor/universitet som är knutna till de av KK-stiftelsen utpekade mötesplatserna för upplevelseindustrin: Projektet är ett samarbete mellan nedan listade aktörer och är finansierat av KK-stiftelsen. Högskolan i Kalmar har ansvarat för koordinationen av projektarbetet.

- Örebro universitet, Institutionen för restaurang- och måltidskunskap
- Luleå tekniska universitet, Upplevelseproduktion Piteå
- Högskolan Väst
- Malmö högskola, Konst, kultur och kommunikation (K3)
- Blekinge Tekniska högskola
- Konstfack, Stockholm
- Högskolan i Kalmar

KK-stiftelsen stödjer samproduktion mellan högskola och samhälle med målsättningen att skapa konkurrenskraft. Stiftelsens målsättning är att utveckla och genomföra koncept för sådan kompetensutveckling som identifierats och utvecklats i samproduktion mellan högskola, institut och näringsliv.

Det övergripande syftet med projektet är att stimulera till forskning och genom samverkan skapa synergieffekter när det gäller utbildning för och om upplevelseindustrin. Projektet ska utmynna i:

- A. En handlingsplan för involverad högskolors framtida samverkan kring grundläggande utbildning för och om upplevelseindustrin
- B. En handlingsplan för involverade högskolors framtida samverkan kring forskning för och om upplevelseindustrin
- C. En verksamhetsplan för AHA-akademin

När det gäller punkt A beslutade deltagarna att enbart göra en lista av vilka program och magisterutbildningar som idag finns på de olika lärosätena. Se Bilaga 1. Beslutet grundar sig på två saker. För det första så pågår en förändring av många utbildningar som en följd av anpassning till Bologna. För det andra så fastslog gruppen tidigt att projektet inte hänsyftade till att skapa nya utbildningar utan att just skapa synergieffekter genom att paketera och erbjuda befintligt kursutbud vid respektive lärosäte. Det handlar om att skapa en plattform för nya utbildningsformer och innehåll utifrån en inventering. Att göra en inventering bidrar i sig till flera positiva saker. Deltagarna får upp ögonen för varandras kompetenser vilket bland annat medför att vi ser vilka föreläsare vi kan låna in från varandra. På det viset så sprider sig också kunskapen vilket i sig förbättrar och säkerställer kvaliteten i grundutbildningen. Det medför också en möjlighet för lärare att förkovra sig inom nya områden som kan tillföra kunskaper vilket gör att deltagande högskolor/mötesplatser kan få ett tvärvetenskapligt utbyte. På så vis får vi fram spontana samarbete som i framtiden kan organiseras tydligare inom AHA-akademin. (Bilaga 1)

Samtliga delar A, B och C beskrivs närmare längre fram i slutrapporten.

Genomförande

Den 26 oktober 2005 samt den 10 mars 2006 hade deltagarna två planeringsmöten som ledde fram till det avtal som vi sedan skrev under i mars 2006. Avtalet utgör ramarna för detta projekt. Det första planeringsmötet arrangerades på initiativ av Blekinge Tekniska Högskola. Där presenterade KK-stiftelsen sin inbjudan. Per Frankelius ledde också en diskussion kring strategier och riktlinjer för arbetet drogs gemensamt upp. Vid nästa planeringsmöte arbetade vi fram en detaljerad handlingsplan och budget. Det identifierades även tre mål för arbetet med del C Verksamhetsplan för AHA-akademin.:

Mål

- 1) Att ha utrett vilka utbildningsmoment de olika högskolorna tillsammans har och som en AHA-akademi skulle kunna innehålla.
- 2) Att ha utrett i vilka former (web, internat, studiecirkel, kortkurser) som vi tillsammans skall kunna erbjuda AHA-akademi utbildningar.
- 3) Att ha utrett finansieringsformer för de olika utbildningsmomenten.

När avtalet var klart påbörjades genast ett arbete och till workshop 1 i Sigtuna den 3-4 maj hade alla gjort följande:

- Studerat allt bakgrundsmaterial kring AHA-akademin
- Inventerat de utbildningar och kurser inom Upplevelseindustrin som fanns på respektive lärosäte
- Inventera de olika utbildningsformer som Mötesplatsen och lärosätet bedriver mot yrkesverksamma.

Koordinerande högskola (Högskolan i Kalmar) inhämtade även information om hur övriga konsortier var konstruerade. Allt detta arbete redovisades under ett tvådagarsmöte i Sigtuna. Deltagarna gick då igenom sina specialkompetenser och gruppen identifierade vilka kunskaper som var specifika för varje lärosäte/mötesplats. Vi kartlade då också vilka olika typer av utbildningskoncept som kunde tänkas användas utifrån KK-stiftelsens beställning av AHA-akademin samt inledde diskussionerna om hur arbetet skulle kunna organiseras. Fram till nästa möte i september arbetade varje lärosäte/mötesplats vidare med en lokal förankringsprocess. Deltagarna sammanställde, analyserade och strukturerade de inventeringar som respektive högskola fick i uppdrag vid första workshopen. En redogörelse för resultatet följer längre fram i denna rapport. Upplägget diskuterades också vidare med representanter för de egna nätverken.

Vid workshop 2 den 19-20 september gjorde vi en gemensam analys av arbetet som varje lärosäte gjort och konkretiserade ett innehåll för AHA-akademin. Under de två dagarna konkretiserades även organisation och budget för Aha-Akademin. Deltagarna enades även om innehållet i arbetet kring Punkt A i uppdraget (samverkan kring grundläggande utbildningarna) Det beslutades även att det behövdes ytterligare en tvådagars workshop för arbetet med punkt B. (Handlingsplan kring samverkan kring forskning) Efter den andra workshopen fick deltagarna i uppdrag att konkret sammanställa respektive högskolas bidrag till Aha-akademin till slutrapporten. Kalmar har därefter arbetat med att sammanställa högskolornas bidrag och formulera

helheten i rapporten. Vid de två första seminarierna har Hans Gelter från Luleå tekniska universitet varit processledare.

Den 15-16 november genomfördes en tredje workshop i Kalmar angående utveckling av framtida forskningsarbeten. Workshopen inleddes med att de deltagande högskolorna presenterade sin forskningsinriktning under dag 1. Utifrån redovisat bakgrundsmaterial arbetade sedan deltagarna i mindre grupper fram en gemensam modell för fortsatt samarbete när det gäller forskningsprojekt och forskarskola. (se vidare del B). På detta möte var Susanne Johansson (verksamhetsansvarig CCE) och Lars Aronsson (vetenskaplig ledare CCE) processledare.

Om Upplevelseindustrin

Upplevelseindustrin är ett samlingsbegrepp för olika tämligen disparata branscher med det gemensamma att de producerar upplevelsebaserade varor eller tjänster, även kallat de kreativa näringarna. I delrapport från Regionplane- och trafikkontorets serie om storstadspolitik ”Kreativa näringar i Stockholmsregionen” redogör författarna för olika definitioner av upplevelseindustrin. I exempelvis det brittiska departementet för Kultur, media och idrott (DCMS) innefattas de kreativa näringarna av reklam, arkitektur, Konst- och antikmarknaden, Hantverk, Design, Mode, Film och video, Mjukvara för interaktiv fritid, Musik, Scenkonst, Förlagsverksamhet, Mjukvara och datortjänster samt TV och radio. I upplevelseindustrin ingår enligt Stiftelsen för Kunskaps- och kompetensutveckling (KK-stiftelsen) 13 branscher: Arkitektur, data/TV-spel, design, film, författarskap och publicering, konst (bild, foto, animation), media (tv/radio/tryckta medier), mode, musik, PR/kommunikation/reklam, scenkonst (teater, standup-comedy, dans), turism (boende, måltid, muséer, natur, nöjesparker, evenemang) och utbildning/edutainment. Innehållet överlappas således förutom tillägget Måltid och Turism och besöksnäring. Vinnova i sin tur har samma innehåll som KK-stiftelsen med tillägget Spel/dobbel och Sport.

Bortsett från några avvikelser i vilka branscher som ska innefattas står det klart att upplevelser och upplevelseindustrin får allt större betydelse i närings- och samhällsliv. Hur stor betydelse för sysselsättning och ekonomi beror naturligtvis på vilka branscher som räknas med. Enligt KK-stiftelsen sysselsattes cirka 280 000 personer i Sverige 2002 inom de kreativa näringarna. Det kan jämföras med skogs-, kemi-, gruv- och stålindustrin som sammanlagt sysselsätter 270 000 personer. Där ingår som framgång turism och besöksnäringen vilket är den största växande näringsgrenen i Sverige och år 2002 uppvisades en ökning i antal sysselsatta (årsverken), för svensk turistnäring med 34 procent från 1995. År 2002 räknade man med att ca 126 000 årsarbetstillfällen fanns inom svensk turistnäring. Sysselsättningen i övrigt i Sverige under samma period växte med ca 6 procent (Turistdelegationen, 2004).

I en nyutkommen rapport från KK-stiftelsen ”Funk – en tillväxtmodell för upplevelseindustrin” diskuteras de olika indelningarna av upplevelseindustrin. Även om KK-stiftelsen har en fast definition så påpekar de att upplevelseindustrin ”är ett samlingsbegrepp för människor och företag med ett kreativt förhållningssätt som har till huvuduppgift att skapa eller leverera upplevelser i någon form” (Nilsén, 2006). Det viktigaste att ha i åtanke är att oavsett variationer i hur sektorn ska definieras är att det skett en utveckling i samhället där upplevelser fått stor betydelse i samtliga branscher. Som Wahlström (2002); uttrycker så innebär det att ett upplevelsesamhälle inte bara innefattas av en ökad betydelse i de specifika branscherna och utan snarare en utveckling där kultur och identitetsskapande genomsyrar såväl produktion som konsumtion.

Redan idag är Sverige framgångsrikt inom upplevelseindustrin. FUNK är en modell initierad av KK-stiftelsen som förklarar hur Sveriges goda position och förutsättningar kan tas tillvara. I FUNK beskrivs det att det finns ett stort behov att stimulera och stötta åtgärder för att skapa tillväxt inom upplevelseindustrin. Författarna efterfrågar där också utbildningar som exempelvis de inom AHA-

akademin med hög kvalitet och som inte bara är anpassade för större företag. Det finns ett stort behov av stimulerande och stöttande åtgärder för att skapa utveckling. Det är detta som projektet tagit fasta på och man har en önskan att utveckla exakt den typen av utbildningar. Samtidigt så ger också denna samverkan andra synergieffekter som ökar kvaliteten på framtagna utbildningar. Som tidigare framhållits har kritik framförts att det råder dåligt koppling mellan forskning och utbildning. Samarbetet i detta projekt berör såväl forskning som utbildning varvid denna koppling blir en naturlig del i gemensamma utbildningspaket.

Deltagare

Projektet består av sju deltagande högskolor i samverkan med respektive mötesplats. I detta avsnitt presenteras kort de deltagande högskolorna och deras mötesplatser. De delar som berör forskning utvecklas närmre i del B. Där listas bland annat forskningsprojekt.

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn

Högskolan har en tydlig profil mot tillämpad IT och har sedan starten aktivt deltagit i utvecklingen av näringslivet lokalt, regionalt och globalt. Inom ramen för en ny tvärplattform: Berättande, upplevelse och digital teknik, ges utbildningar för och om upplevelseindustrin. Flera av dessa är lokaliserade till campus Karlshamn.

Medieteknik med inriktning mot interaktiva system fokuserar digital visuell teknik och form samt distribution. Digital ljudproduktion arbetar med digital ljud- och musikproduktion för webb-, bild- eller spel, medan Digitala spels kärnområden är speldesign och spelteknik. School of future entertainment utbildar bland annat i grafik för spel, reklam och television. 85% av deras studenter får arbete inom dataspelsindustrin. Nytt är en satsning på Crossmedia och upplevelseproduktion som utbildar projektledare med inriktning mot konceptutveckling och kreativ produktion inom cross – eller tvär – media och kultur. På campus Ronneby finns Spelprogrammering inriktat på utveckling av de tekniska plattformar som driver spel och på campus Gräsvik i Karlskrona finns Literature, Culture and Digital Media. Programmet, det enda i sitt slag i Sverige, utbildar inom det nya gränsområdet mellan humaniora och teknik; språk, kultur, hypermedia och dataspel. Breddmagistern Gestaltning i digitala medier riktar sig till studenter med skilda utbildningsbakgrunder som arbetar individuellt/i team för att gestalta egna kunskaper, intressen och erfarenheter i digital form. Vid högskolan ägnar sig cirka 250 studenter åt datorspelsutveckling tillsammans med Sveriges enda professor i ämnet.

Vid teknisk fakultet finns forskarutbildningsämnena som omfattar sektorerna upplevelseindustri, medieteknik och digitala spel. Dessa ämnen är i första hand Teknvetenskapliga studier och Utveckling av digitala spel. Det sistnämnda är lokaliserat till Högskolan på Gotland. Tangerande forskarutbildningsämnena är Datavetenskap och Programvaruteknik. Vid högskolan bedrivs forskning kring innovationssystem, bland annat rörande spelindustrins framväxt i regionen. Den nya tvärplattformens ambition är att vara en betydande drivkraft i utvecklingen av nya tankemönster kring samspelet mellan berättande, upplevelse och digital teknik, samt att utveckla metodik, teknik och programvara för upplevelseindustrin.

Mötesplats Karlshamn och nätverksorganisationen Net.Port utvecklar tillsammans med kommun, näringsliv och akademi Karlshamn till ett kompetenscentrum med fokus på media, upplevelseindustri och intelligent logistik. Här finns ett antal internationellt verksamma företag som med framgång producerar spel för den globala marknaden. Mötesplatsen arbetar aktivt för att främja den unga datorspelsindustrins villkor på både regional och nationell nivå. Man har varit med och grundat Spelplan – Association of Swedish Games Developers, en branschorganisation för datorspelsindustrin. Mötesplatsen är sammankallande och drivande i nätverket FOSFOR som samlar akademiker som forskar och utbildar inom datorspel. I nära samarbete med Spelplan, IDGA Malmö, Nordic Game Program arbetar Mötesplats Karlshamn för att stärka svensk datorspelsindustri och skapa en hållbar långsiktig tillväxt och utveckling i en av de mest dynamiska branscherna i världen. Årligen omsätter datorspel ca 40 miljarder US-dollar. Spel från Sverige och Norden finns alltid med på topplistorerna.

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred

I juni 2005 invigdes Centrum för Kulturell Ekonomi vid Handelshögskolan BBS, Högskolan i Kalmar. Det flervetenskapliga CCE har sin bakgrund i en forskargrupp som studerade turism och upplevelseekonomi i ett samhällsperspektiv. Denna kärna har efterhand vidgats med forskare inom andra områden. Turism, upplevelseproduktion, kultur, kultur och ledarskap, kulturarv, musikindustri, samt kulturell ekonomis roll i platsutveckling och hållbar regional utveckling – allt detta är områden som ryms inom forskningen om kulturell ekonomi. Vid Högskolan i Kalmar finns också en rad utbildningar inom det vi valt benämna Kulturell ekonomi såsom Musikmanagement, Designmanagement, Turismprogrammet, Kulturarvsprogrammet, samt Media och kommunikation.

CCEs studiefält är idag viktigt ur ekonomiskt och kulturellt avseende. Samhället är inne i en transformationsprocess med bland annat kraftfull ”kulturalisering” av ekonomin och ”ekonomisering” av kulturen. Inom CCE betecknas samhällstransformationen som starkt präglad av kulturell ekonomi – eller ett samhälle som säljer varor och tjänster med hjälp av kulturella mervärden, ibland benämnt att vi befinner oss i ett upplevelsesamhälle. Även platser och regioner arbetar för sin utveckling utifrån ett likartat ekonomiskt tänkande. De empiriska fälten turism, upplevelseproduktion och kultur är mycket viktiga aspekter i denna utveckling. Den ”kreativa klassens” betydelse betonas allt mera vilket länkar till en annan beteckning på dagens samhälle, nämligen kunskapssamhälle. Inom CCE menar vi att logiken bakom såväl upplevelse- som kunskapssamhället sammanfogas i den kulturella ekonomins kontext. CCE har drygt 15 forskare, därav flera professorer, som jobbar med forskning, med utredningar, samt med andra samverkansuppgifter, t.ex. externt riktade seminarier. Kalmar län har starka varumärken inom turism-, upplevelse- och kulturområdet vilket tillsammans med ett internationellt perspektiv utnyttjas i forskningen. CCEs sikte är inställt på att bli en viktig nod inom sitt forskningsfält i Norden och samtidigt vara en naturlig samtalspartner och ett kunskapscentrum för företag och andra organisationer. Intresset för CCEs verksamhet är stort och det har redan blivit extern finansiering för ett flertal projekt samt för utredningar. Vi verkar i ett upplevelsekluster och har därmed ”empirin runt hörnet” Det gäller visstaden Västervik, Vimmerby akademi, Ljusstaden Oskarshamn, designverksamhet och turism i Glasriket, kulturarv och turism i Kalmar samt på Öland och inte minst musikproduktion i Hultsfred. Samarbetet mellan Högskolan i Kalmar och Mötesplats Hultsfred är väl utvecklad såväl när det gäller utbildning som forskning.

Mötesplats Hultsfred

Det började med en ideell musikförening och en rockfestival för tjugo år sedan. I dag är Hultsfred ett starkt varumärke och en maktfaktor inom svenskt musikliv. Här utvecklas studenter och företag i gränsöverskridandet mellan musik, digitala medier, evenemang och turism. Navet för verksamheterna knutna till Hultsfred finns i Rock City, en före detta bilhall som transformerats till 5 000 kvadratmeter mötesplats för forskning, utbildning, näringsliv och kultur. Rock City huserar föreningen Rockparty, Hultsfredsfestivalens kontor, ett tiotal företag inom musik, IT, event och media samt 400 studenter. Två av de fem utbildningarna i Rock City, Music engineering och Music Management är på högskolenivå och ges i samverkan med högskolan i Kalmar. I Rock City finns ett referens- och forskningsbibliotek. Bland framtidsplanerna finns att knyta ett Pop- och Rockmuseum till Rock City – ett nyskapande upplevelsecentrum för musikintresserade.

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan

Trollhättan är en av de viktigaste mötesplatserna för film i Skandinavien. Film i Väst skapar förutsättningar för filmproduktion och har etablerat en ledande filmregion i Norden. Som sådan fortsätter mötesplatsen att bygga starka nätverk och långsiktiga relationer både nationellt och internationellt. Intresseorganisationen för europeiska regionala filmfonder har flyttat sitt kontor från Mons i Belgien till Sverige och Västra Götaland, internationella samproduktioner görs och mötesplatsen fortsätter att stärka samarbeten med t ex Tyska Filmförderung i Hamburg och British FilmCouncil. Mötesplatsen fungerar som en brobyggare och arena för gränsöverskridande möten mellan olika områden som film, television, scenkonst, och design, mellan studerande vid högskolor och universitet och den etablerade branschen. Genom den regionala filmfestivalen Frame uppmärksammas till exempel de unga helt oetablerade filmskaparna. Företagsetableringar ökar bland annat på postproduktionens område. Fler och fler unga producenter etablerar också bolag. Mötesplatsen har varit initiativtagare till en rad utbildningar och kompetensutvecklings-projekt, flera i samverkan med t ex de filmproducerande bolagen och SVT Väst Drama.

Idag diskuteras ytterligare utveckling av regionens satsningar på film och media också inom områden som television, animation, e-learning samt dataspel. Mötesplatsen har ett samarbete med Innovatum, en stiftelse som arbetar för utveckling av innovationssystem, där ett samarbetsprojekt mellan Innovatum, Högskolan Väst och Film i Väst syftar till innovationssystem i skärningspunkten mellan film, medie- och verkstadsindustrin.

Inom utbildning och forskning samarbetar Högskolan Väst med såväl Film i Väst och dess nätverk som med Innovatum AB och den traditionella industrin samt offentlig sektor t ex Volvo Aero Corporation, museer, länsstyrelseakademin. Utbildningar som Programmet i filmproduktion (120 p) och 3D-animation och konstnärlig gestaltning (120 p) vid Högskolan Väst är en följd av Film i Västs etablering i Trollhättan. Programmet i filmproduktion startade som svar på ett behov från branschen av högskoleutbildad arbetskraft med kunskaper inte bara inom filmproduktion utan också i företagsekonomi, juridik, arbetsledning etc. Likaså är programmet 3D-animation och konstnärlig gestaltning svar på ett samhälleligt behov. I utbildningen samarbetar Högskolan Väst med Konstnärliga fakulteten vid Göteborgs Universitet och utbildningen är förlagd till Stenebyskolan i Bengtsfors kommun. Vid Högskolan Väst finns också programmet Digitala media för lärande och underhållning (120 p). Det växte fram med stark koppling till högskolans profil 'arbetsintegrerat lärande' (AIL). Här är kunskaper i att designa och producera datorbaserat mediematerial en värdefull komponent både för lärandet på arbetsplatsen, som bl a kan ske i form av e-learning, och för användning inom den alltmer växande medie- och upplevelseindustrin.

Högskolan Västs forskning inom film och media området är framförallt koncentrerat till de områden som omfattas av utbildningsprogrammen. En forskargrupp, som huvudsakligen består av kulturvetare, studerar "Filmproduktion – mellan industri och estetik". En annan forskargrupp är generellt inriktad på IT & arbetsintegrerat lärande, bl a pedagogiska modeller för e-lärande och design av "nyttospel" som t ex multimediestöd och lärostöd för funktionshindrade. Kulturgeografer och statsvetare studerar det regionala innovationssystemet för upplevelsesektorn.

Konstfack/Mötesplats Stockholm

Konstfack grundades 1844 och tillhör därför Nordens äldsta design- och konsthögskolor. Med sina omkring 900 studenter och 200 anställda är Konstfack också störst i Sverige. Sedan 2004 har Konstfack sin hemvist vid Telefonplan strax söder om Stockholm. Ericssons gamla telefonfabrik, en tidstypisk och numera k-märkt funktisbyggnad, har numera omvandlats till drygt 20 000 kvm design- och konsthögskola. Flytten möjliggjorde en uppdatering av mycket av den utrustning som är nödvändig för utbildningarna. Bl.a. finns ett av Europas modernaste glas och keramik verkstäder på Konstfack liksom ett av norra Europas modernaste ljudlabb. Förutom den fysiska flytten till nya lokaler har Konstfack genomfört flera större organisatoriska förändringar

Konstfack erbjuder treåriga kandidatutbildningar samt tvååriga magisterutbildningar inom åtta discipliner; Industridesign, Grafisk Design & Illustration, Inredningsarkitektur & Möbelformgivning, Keramik & Glas, Textil, Metall samt Konst. Därtill finns institutionen för Bildpedagogik samt institutionen för Interdisciplinära studier. Konstfack är även medlem i Stockholm School of Entrepreneurship (SSES) tillsammans med Karolinska Institutet, KTH och Handelshögskolan i Stockholm. Här erbjuds kurser i företagande och entreprenörskap där studenter från de fyra lärosätena ges möjlighet att tillsammans lära sig mer om detta men även lära sig mer om varandras specifika kompetenser och hur de kan samverka kring gemensamma affärsprojekt.

Samtliga utbildningar vid Konstfack vilar på vad som kallas för *konstnärlig grund*. Den sökande antas utifrån hans eller hennes konstnärliga kvalitéer. Förutom att den sökande måste presentera en portfölj kalas et antal till intervju innan beslut om antagning tas. I dag söker årligen mellan 1500 och 2000 personer till ca 100 utbildningsplatser. Konkurrensen är således mycket hård och utslagningen stor. Av denna anledning ar många av studenterna förberett sig genom fleråriga eftergymnasiala konstnärliga utbildningar vilket innebär dels at studenterna är oerhört kvalificerade vid antagningen, dels at medelåldern bland studenterna vid Konstfack är högre än vid de flesta andra lärosäten i landet.

Konstfack har av hävd ett omfattande samarbete med externa parter inom ram för institutionernas kurser. Samverkan med näringsliv är omfattande liksom med andra institutioner. Konstfack har nyligen påbörjat en stor satsning på forskning och på etableringen av Konstfack som en stark forskningsmiljö inom designområdet. För snart två år sedan inrättades en särskild tjänst som forskningssamordnare som syftar till att ytterligare stärka banden med externa samverkansparter med inriktning på forskning. Fr.o.m. årsskiftet 2006/2007 har även en gästforskare anställts med inriktning mot ljuddesign och akustik. Konstfack riktar in sig i huvudsak på fem inriktningar avseende forskning vilket redovisas närmare under Del B i denna rapport.

Internationellt står sig Konstfack mycket starkt i jämförelse med andra lärosäten. Flödet av internationella studenter som söker sig till Konstfack ökar stadigt, liksom utbytet med de ca 60 lärosäten över hela världen med vilket konstfack har utbytesavtal med.

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå

Piteå blev utsedd till nationell mötesplats för upplevelseindustrin inom turism, medier och musik genom det starka samarbetet mellan kommun, universitet och näringsliv i utvecklingen av området. De stora festivaler och arrangemang som präglar Piteå som turiststad har stärkt kommunens engagemang för uppbyggnaden av Musikhögskolan och dess nya utbildningar inom medier och upplevelseproduktion. Här finns även företagarybyn Acusticum som är en mötesplats för kompetensen inom ljud, musik, media och upplevelser som blandas med ingredienser som teknik, konstnärlig verksamhet, utbildning, forskning och företagande. Under 2007 byggs Studio Acusticum med konsertsal i världsklass, black-box och andra resurser för upplevelseproduktion inom musik, medier och kultur. Studio Acusticum blir en testplats för upplevelseproduktion vid sidan om den redan etablerade testplatsen för nya medier. Traditionellt är Piteå en av Europas största träindustristäder, framför allt inom pappersmassa. Piteå är dessutom en stor sommardestination som lockar besökare till Pite havsbad, Noliämässan, Pite summergames för fotbollsspelande ungdomar från hela världen och festivalerna Pite dansar och ler och Festspelen i Pite Älvdal. Piteå har även börjat bli känt för arktisk turism genom isbrytarupplevelser vid Piteå Havsbad och iceDome med ismusik. Dessutom satsas nu på Piteås skärgård med bl a sälsafaris och på den store Piteåsonen Solander, Linnés störste lärjunge. I Luleå finns Sveriges fjärde professionella scenskola, Teaterhögskolan, samt vid Campus Luleå forskning och utbildningar i bl a industriell design, pedagogik, entreprenörskap, kvalitetsteknik, marknadsföring och e-handel.

Inom Luleå tekniska universitet, Sveriges nordligaste universitet, finns förutom tekniska och samhällsvetenskapliga utbildningar en spännande blandning av kreativa och konstnärliga utbildningar för upplevelseindustrin. I Luleå finns Sveriges fjärde professionella scenskola, Teaterhögskolan samt vid Campus Luleå forskning och utbildningar i bl a industriell design, pedagogik, entreprenörskap, kvalitetsteknik, marknadsföring och e-handel. Vid Campus Skellefteå finns bl a fritidsvetenskap och utbildningar i spelutveckling och datorgrafik. Vid Institutionen för Musik och Medier, Campus Piteå (tidigare Musikhögskolan) finns utbildningar och kurser i musik och komposition, kör, körledning, dans, radio, ljudteknik, medieproduktion, journalistik, mediedesign och upplevelseproduktion. Magisterutbildningen i upplevelseproduktion (160p) är unik i landet med upplevelseproduktion som eget huvudämne. Utbildningen har inriktningskurser inom turism, evenemang/kultur och medier som möjliggör för studenterna att inrikta sig inom sitt eget valda kompetensområde. Utbildningen tar årligen in 20 studenter och är riksrekryterande. Utbildningen i upplevelseproduktion är dessutom unik i sitt nära samarbete med branschen där gästlärare från branschen medverkar i de flesta kurserna och studenterna examineras genom pilotprojekt från branschen.

Via Mötesplats Upplevelseindustrin Piteå genomförs kontinuerligt olika samverkansprojekt mellan studenter och bransch. Inom LTU, i samverkan mellan institutioner i Luleå och Piteå, håller ett Centrum för Turism och Upplevelseproduktion på att bildas som ska stödja och stimulera fortsatt utveckling av området, ifråga om forskning, utbildning och samverkan med omgivande samhälle. Under 2007 planeras att en professur i upplevelseproduktion ska inrättas samt att ämnet upplevelseproduktion ska bli ett forskarutbildningsämne. Hösten 2008 startar en internationell masterutbildning i samarbete mellan LTU och Lapland University i Rovaniemi samt universitetet i Palma de Mallorca.

Malmö högskola/Mötesplats Malmö

Malmö högskola (MAH) ligger mitt i Malmö. Stora delar av verksamheten bedrivs på den så kallade Universitetsholmen som ligger i en av Sveriges mest spännande och expansiva stadsdelar; Västra hamnen. Här pågår ständigt en spännande process där utbildning, forskning och yrkesutövning verkar i nära samvaro.

MAH har sex utbildningsområden: Hälsa och Samhälle; Internationell Migration och Etniska Relationer; Konst, Kultur och Kommunikation; Lärarutbildningen; Odontologiska fakulteten; Teknik och Samhälle. Konst, kultur och kommunikation (K3) är ett tvärvetenskapligt utbildnings- och forskningsområde som är uppdelat på två enheter: Design och Kultur och medier. K3 erbjuder sammanlagt 7 program (varav ett ges helt på engelska) och en KY-utbildning i Postproduktion för film och rörlig bild samt en rad fristående kurser både på heltid och halvfart, distans och engelska. Det som utmärker forskningen vid K3 är en estetisk-teknisk-kritisk inriktning som förenar modern informationsteknologi och nya medier med design, konst, kultur och samhälle. Det yttrar sig i:

- det designvetenskapliga forskningsfältet *Interaktionsdesign*, med rötter i traditionell designvetenskap och humanistisk datavetenskap
- det humanistiskt samhällsvetenskapliga forskarutbildningsfältet *Kultur och medier*
- Konst och teknik som ett tvärgående område för konstnärligt utvecklingsarbete

Forskningen och det konstnärliga utvecklingsarbetet är fördelat enligt två teman: Design och Kultur och medier. Det förfogas över laboratorieresurser, designutrymmen, experimentella rum och utställningsplatser. I våra studior arbetar forskare, designers och konstnärer samt examensarbetande studenter. Studioarbetet bygger på nära samarbete med kulturinstitutioner och företag i det omgivande samhället.

Media Mötesplats Malmö arbetar med att driva fram kompetensutveckling och kommersiellt varaktiga lösningar i samverkan mellan näringsliv, akademi och offentliga aktörer. Malmö är centrum för satsningar inom nya media, ett brett område i ständig utveckling och förändring. Den grundläggande uppgiften för Media Mötesplats Malmö är att skapa kommunikationsvägar och möjligheter för konkreta möten och kreativa diskussioner inom området Nya Medier. Genom att vara ett forum för - och initiativtagare till - oväntade samarbeten, möten och idéer kring affärslösningar inom ny media, kommer vi att driva fram kommersiellt varaktiga lösningar; nya produkter, affärsidéer, affärsmodeller etc. För att mötesplatsen verkligen ska göra skillnad och ge ett mervärde arbetar vi aktivt för att länka samman aktörer inom forskning, utbildning, näringsliv och kulturliv. Vi är övertygade om värdet av att dessa områden interagerar. Media Mötesplats Malmö är vad vi gör – vi skapar affärsmöjligheter för moderna människor, företag och idéer.

Örebro universitet-RHS¹/Mötesplats Hällefors

Hällefors och Grythyttan erbjuder möjlighet till fördjupning i delområdena måltid och design. På väg från Örebro mot Hällefors dyker Grythyttan med Måltidens Hus upp. Här huserar Örebro universitets institution för restaurang- och måltidskunskap. I dagsläget läser ca 250 studenter på heltid vid Campus Grythyttan. 2004 disputerade de två första filosofie doktorerna i måltidskunskap, 2005-2006 ytterligare två. Grunden är en helhetssyn på måltiden – med utgångspunkt från gästens måltidsupplevelse uppdelad i fem aspekter: rummet, mötet, produkten, stämningen och styrsystemet. Aspekterna kräver en tvärvetenskaplig ansats och fylls med ämnen som design, arkitektur, sensorik, kreativ matlagning, ekonomi och etnologi. I regionen har ett kluster det s.k. ”Måltidsriket” bildats. Här samverkar universitet med företag och kommunen och tillsammans bildar dessa ett upplevelsecentrum för Måltid och Design. På Restauranghögskolan ges utbildningar inom områdena restaurang, måltid, dryck och hotell. Här är helhets- och upplevelseperspektivet alltid i fokus och teori, praktiska övningar och experiment varvas med konstnärliga och gestaltande moment. Allt för att öka kreativiteten och förmågan till nytänkande! Med gästföreläsare från ledande svenska hotell och restauranger skapas en dynamisk och inspirerande utbildningsmiljö. Många av våra tidigare studenter har fått branschens finaste utmärkelser och är idag ledande inom området. Institutionen ger tre treåriga program from ht 07 (120 poäng) och har en pågående forskarutbildning i Måltidskunskap. Dessutom finns ett antal fristående kurser i sensorik, dryckesutbildning och ekonomistyrning.

Måltidskunskap inrättades som ett forskarutbildningsämne vid Institutionen för restaurang- och måltidskunskap, Örebro universitet (2002). Institutionen har medvetet arbetat för att ämnet skulle få använda begreppet kunskap istället för vetenskap, eftersom det tydligare uttrycker att måltidskunskap förenar vetenskap, hantverk/yrkeskunskap och konst i utbildning och forskning. Måltidskunskapens pedagogik innebär bland annat ett konstnärligt övande som tillför kreativitet och det i sin tur bidrar till att tolka och skapa måltiden utifrån ett helhetsperspektiv. Ämnet är mångvetenskapligt och samarbete med olika vetenskaper är viktigt. I kandidatutbildningen i måltidskunskap studeras måltiden utifrån fem aspekter, som innehåller följande delar; rummet, mötet, produkten, styrsystemet och stämningen. Dessa fem aspekter är utgångspunkten när vi formulerar våra frågor inom utbildning och forskning. Målsättningen är att ge gästen bästa möjliga upplevelse helst utöver förväntan i olika måltidssituationer. Att utvärdera gästupplevelser av måltider utifrån de fem aspekterna är bl.a. ett av våra forskningsprojekt.. En framtida vision är att bilda:”Grythyttan Center of Culinary Art and Meal Science”, vilket skall vara en ledande internationell arena och ett resurscentrum för kreativ design av måltidsupplevelser med konsumentperspektiv, där hantverk, konst och vetenskap integreras till nytänkande. I denna kreativa miljö skall måltidsindustrin möta spetskompetens och ett framtidsperspektiv på måltiden med trendanalys, designutveckling och förnyelse. Vid Örebro universitet som helhet finns många intressanta utbildningar på upplevelseområdet t.ex. kandidat och högskoleprogram för jazz och rockmusik, kammarmusik, teaterpedagog, retorik, digital mediedesign, kultur och språk, media och kommunikationsvetenskap med inriktning film, ekologisk turism.

¹ Restauranghögskolan

Del A. Handlingsplan för samverkan inom grundutbildning

Eftersom grundutbildningen står inför stora förändringar i framtiden i och med anpassningen till Bologna valde gruppen här att enbart göra en inventering som sedan kan ligga till grund för potentiella framtida samarbeten.

Deltagarna vill även poängtera att som det skrevs i ansökan så syftar projektet inte till att skapa nya utbildningar utan just skapa synergieffekter genom att paketera och erbjuda befintligt kursutbud vid respektive lärosäte. Det handlar om att skapa en plattform för nya utbildningsformer och – innehåll utifrån en inventering. Att göra en inventering bidrar i sig till flera positiva saker. Deltagarna får upp ögonen för varandras kompetenser vilket bland annat medför att vi ser vilka föreläsare vi kan låna in från varandra. Arbetet med paketering görs inom AHA-akademin.

Inventeringen av grundutbildningen återfinns i bilaga 1.

Del B. Handlingsplan för samverkan inom forskning

I uppdraget ingår att ta fram en handlingsplan för samverkan inom forskning eller som det ordagrant uttrycks stimulera till forskning för och om upplevelseindustrin. På motsvarande sätt som när det gäller verksamhetsplanen för AHA-akademien har en inventering genomförts när det gäller deltagande högskolor och mötesplatsers speciella forskningskompetenser. Utifrån denna inventering som presenterades på ett forskarseminarie i Kalmar den 15-16 november har olika samverkansformer diskuterats fram såväl gällande framtida gemensamma forskningsprojekt som idéer om gemensam masterutbildning alternativt forskarskola. I nästa avsnitt beskrivs därför kortfattat deltagande högskolor/mötesplatsers forskningsområden och pågående projekt. De som har presenterat sina forskningsmiljöer i presentationerna av deltagande högskolor/mötesplatser tidigare i denna rapport har valt att enbart lista projekten i denna sektion.

Blekinge Tekniska Högskola (forskare och projekt)

**Sektionen för teknokultur, humaniora och samhällsbyggnad (BTH-TKS)
Sektionen för teknik (BTH-TEK)**

Teknovetenskapliga studier och utveckling av digitala spel (med Högskolan Gotland)

Lena Trojer, prof. i Genus & IKT, handleder flera doktorander www.bth.se/tks/teknovet.nsf Specialkompetens i integrering av inter- och transdisciplinär teknikutveckling.

Craig Lindley, gästprof. vid BTH, prof. vid Gotlands högskola i gestaltning och produktion i digitala medier - inriktning spel och spelutveckling, bedriver egen forskning kring eye-tracking i spel, handleder flera doktorander, se: www.hgo.se/Inst/Forskning.nsf

Peter Ekdahl, tekn dr. Universitetslektor. Forskningsintressen: Medieteknik och lärande.

Pirjo Elovaara, tekn dr. Universitetslektor. Forskningsintressen: Feministisk teknovetenskap. Deltagande & delaktighet i teknologiutveckling och – användning. Praktikens kunskap. Sociomateriella relationer/nätverk.

Sten Selander, forskarstud. Projekt: *Processes of Innovation Systems in Game development*, knutet till CTUP (se nedan).

Hannes Norda, företagsdoktorand Custom Red Software Studios/BTH. Projekt: *Game engine development. Dynamisk ljussättning av spel och 3D..*

Jenny Nordgren, på väg in som forskarstud. Projekt: *Pervasive Gaming*

Peter Giger, tekn lic och forskarstud. Projekt: *Web 2.0*

Karolina Johansson, på väg in som forskarstud. Projekt: *Webbaserad interaktivitet*

Humaniora: Literature, Culture and Digital Media

Danuta Fjellestad, prof. i engelska. Bedriver egen forskning med fokus på modernism, postmodernism, litteraturteori, postkoloniala studier, multimedieberättelser (se: www.bth.se/tks/lkdm.nsf) och handleder flera doktorander (med Uppsala universitet).

Lissa Holloway-Attaway, fil dr. Forskningsintressen: Digitala media, vetenskap, teknologi och genusstudier, cultural studies, elektronisk pedagogik. Pionjär disputation på multimedia CD-ROM, 2000, University of Georgia, USA. Utvecklat samarbete med Georgia Institute of Technology, främst **Jay Bolter**, prof.; **Katherine Hayles**, prof., University of California-Los Angeles; **Mary Flanagan**, digital media artist, designer, Hunter College, New York. Alla i USA.

Samhällsbyggnad: Fysisk planering och Centrum för regional utvecklingsplanering, CTUP

Lars Emmelin, professor. Bedriver egen forskning och handleder flera doktorander inom turism, friluftsliv, regional och hållbar utveckling (se: www.bth.se/tks/ifp.nsf) i flera nationella/ internationella forskningsprogram exvis Miljöstrategiska verktyg, MiSt; European Tourism Research Centre, ETOUR; AGORA Sustainable Tourism around the Baltic, CTUP (se ovan) interdisciplinärt kompetenscentrum vid BTH där samhällsvetenskap, humanekologi, teknik och arkitektur fokuserar hållbar samhällsplanering. Se: www.bth.se/tks/ctup.nsf

Sektionen för teknik (BTH-TEK) kopplat till spelutveckling

Kari Rönkkö, teknologie doktor. Avd för interaktion och systemdesign, chef för den framväxande tvärplattformen *Upplevelse och Digital Teknik*. Arbete pågår med att utveckla ett forskningsprogram för tvärplattformen som berör forskning vid BTH inom fälten redovisade ovan. www.bth.se/vvv Handleder doktorand och bedriver egen forskning kring användarerfarenheter. Se: www.bth.se/tek/u-odd

Stefan Johansson Avd för programvarusystem, bedriver forskning kring artificiell intelligens för spel. Se: www.bth.se/tek/dis1

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred

Högskolan i Kalmar

CCE har drygt 15 forskare, därav flera professorer, som jobbar med forskning, med utredningar, samt med andra samverkansuppgifter, t.ex. externt riktade seminarier. Kalmar län har starka varumärken inom turism-, upplevelse- och kulturområdet vilket tillsammans med ett internationellt perspektiv utnyttjas i forskningen. CCEs sikte är inställt på att bli en viktig nod inom sitt forskningsfält i Norden och samtidigt vara en naturlig samtalspartner och ett kunskapscentrum för företag och andra organisationer. Intresset för CCEs verksamhet är stort och det har redan blivit extern finansiering för ett flertal projekt samt för utredningar. Här är det viktigt att framhäva styrkan av samarbetet mellan olika vetenskapliga discipliner och institutioner inom högskolan. Som tidigare nämnts är samarbetet med Mötesplatsen (Rockcity) väl utvecklat såväl när det gäller utbildning som forskning.

Forskningsprojekt inom CCE

Hållplatser för kulturell ekonomi

Projektledare: Lars Aronsson, Vetenskaplig ledare CCE, professor i Kulturgeografi, inriktning turism och upplevelser

Lokala förankringsprocesser vid vindkraftsetablering

Projektledare: Lars Aronsson, Sanna Mels

Konstiga musikföretag & Musikaliska konstföretag i Sverige - hur ser de ut och var kommer de ifrån?

Projektledare: Kjell Arvidsson, Universitetsadjunkt, (ek.lic.) doktorand i Företagsekonomi

Hultsfredsfestivalen – musik, plats, ungdomar och identitet

Projektledare: Jonas Bjälesjö, Universitetsadjunkt, doktorand i Etnologi

Djurens plats och turisternas i upplevelsesamhället: älgen som landsbygdsutvecklare

Projektledare: Elisabeth Brandin, Universitetslektor i Kulturgeografi

Öländska platser: anslagstavlor i synliggörandets geografi

Projektledare: Christer Foghagen, Universitetsadjunkt i Turismvetenskap

Mikroförtätningar på Öland – konstnärskluster och varugörande av den Öländska kulturen

Projektledare: Susanne Johansson, Verksamhetsansvarig CCE, Universitetslektor i Kulturgeografi och Christer Foghagen, Universitetsadjunkt Turismvetenskap.

Konstruktionen av ett världsarv – samspelet mellan kultur, ekonomi och lokal utveckling

Projektledare: Susanne Johansson, Christer Foghagen

Utveckling av forskning och utbildning för och om upplevelseindustrin

Projektledare: Susanne Johansson, Hanne Lindqvist

Muser och management. Om inspirationens betydelse för lärande och ledarskap

Projektledare: Lars Lindkvist, Professor i Företagsekonomi, organisation och ledarskap

Konst och kommers

Projektledare: Olle Duhlin, Doktorand i Företagsekonomi

Turism och genusstrukturer i förändring i Lettland

Projektledare: Cecilia Möller, Doktorand i Kulturgeografi, inriktning turism och upplevelser

Turism, lokalsamhälle och miljö: turismkonsekvenser på Zanzibar

Projektledare: Per Pettersson-Löfqvist, Universitetsadjunkt i Sociologi, inriktning turism och upplevelser

Evenemang och identitet – produktion av kollektiva minnen

Projektledare: Hans Wessblad, Universitetslektor i Företagsekonomi, inriktning turism och upplevelser

Vardagsstammar – dominerande sammanhang av människor i senmoderna tider

Projektledare: Hans Wessblad, Universitetslektor i Företagsekonomi, inriktning turism och upplevelser

Us and them – social identities during the middle neolithic (3000-2000 BC)

Projektledare: Mats Larsson, Professor i Arkeologi, Kerstin Lidén (Stockholm)

Millennium to millennium – the later Neolithic in southern Britain and southern Sweden, 3000-2000 BC Projektledare: Mats Larsson, professor i Arkeologi, Marek Zvelebil (Sheffield UK)

K-märkta handlingar i organisationer. Om förhållningssättet till kultur och dess effekter på företag och organisationer Katarina Zambrell, Universitetsadjunkt och doktorand i Företagsekonomi (ek.lic).

Rockcity

Forskning är en viktig del inom Rock City och bedrivs inom musikindustri, musikliv, teknik, upplevelseindustri, kulturell ekonomi, ungdomskultur och rockens historia. I Rock City finns två doktorander som forskar inom fältet humaniora och teknik samt populärkultur med inriktning mot populärmusik och ungdomskultur.

Föreningen Rockparty och festivalen har alltid varit öppen för ny teknik. Bland annat var man först med i Sverige att livesända festivalen via Internet. Flera andra olika typer av forskningsprojekt pågår i Rock City t ex:

- * Automatiserad Interoperabilitet mellan IPR-system
- * Wireless festival
- * Säkerhet och evenemang
- * Digitala nätverk
- * Svenska oberoende skivbolag – entreprenörskap och livsstil
- * Rock och samhälle

I samband med Hultsfredsfestivalen har en av Rock Citys doktorander ansvarat för tre forskarkonferenser ”Rock och Samhälle” under perioden 2003-2005. Forskare från flera olika discipliner (bland annat historiker, sociologer, musikvetare och företagsekonomer) och länder sammanstrålar för att utbyta forskningsresultat och ansatser kring temat rockmusik och samhällsförändring i bredare mening. Intresset för Hultsfred är stort och nämns kan att t ex Ross Nelson från Thompson River University Kamalooks i Kanada använder Hultsfred och Rock City i sin forskning om ”Creative Cities.

Sedan flera år tillbaka finns ett kontaktnät med forskare från universitet och högskolor i bl.a Lund, Malmö, Helsingborg, Kalmar, Linköping, Norrköping, Umeå, Uppsala, Växjö, Göteborg, Stockholm, California State University, Chico, Kalifornien, Middle Tennessee University, Murfreesboro, Tennessee.

Andra viktiga nätverk som är kopplade till Rock City är SMIF - Nätverket för Svensk Musikindustriforskning, Nordiska nätverket Jenka för kreativa industrier där samtliga fem nordiska länderna ingår och snart även de baltiska länderna, IASPM (international association for the study of Popular music) där en av doktoranderna i Rock City är Sveriges representant i den nordiska avdelningen. Här samlas forskare från Norden, Europa och USA för utbyte av nya forskarrön inom populärmusiken

Ett tiotal undersökningar och kartläggningar inom relaterade forskningsområden har genomförts under perioden 2003-2005. Forskningen berikar och utvecklar verksamheterna runt Rock City, Hultsfred, regionen och svensk musikindustri. Ett utvecklingsarbete har nyss startat för att ytterligare utveckla forskningsmiljön och utöka antalet forskartjänster inom Rock City.

Högskolan Väst – Forskare och forskningsprojekt **Forskningsaktiviteter om Film och Filmproduktion:**

Filmproduktion mellan industri och estetik (06) – *Carina Kullgren, Mikela Lundahl, Fredrik Sunnemark, Åsa Andersson, Eddy Nehls, Margaretha Herrman*
Filmproduktion mellan industri och estetik (07) – *Personerna ovan samt Björn Mårdén, Roger Blomgren, Lars Dahlquist, David Wingate, Åke Persson, Anna Hammarén, Malte Wadman*

Manusförfattande och filmproduktion:

Persuasive on Paper – writing for documentary. *David Wingate*
Not as Good as the Book?: An Introduction to Film Adaptations of Literary Texts. *Åke Persson.*

Filmproduktion och Regional Utveckling:

Det ostyrbara pastoratet, teaterpolitikens nätverk. *Roger Blomgren/Anna-Maria Blomgren*

The ungovernable theatre policy. *Roger Blomgren/Anna-Maria Blomgren*
Film Production as Strategy for Regional Development. *Per Assmo/Roger Blomgren*
Den svenska filmpolitikens regionalisering eller varför går det så bra för Film i Väst, *Roger Blomgren/Anna-Maria Blomgren*
Film Production for Regional Development. *Roger Blomgren/Anna-Maria Blomgren*
Cultural Industry - From Threat to Salvation. Filmproduction from Art Policy to Regional Development. *Roger Blomgren*

Forskningsaktiviteter inom Digitala medier för upplevelse och lärande:

”Nyttospel”

- Grafisk aritmetik – Matematikspel för barn. Nuvarande samarbete med Stanford, finansierat av Wallenberg Global Learning Network. *Lena Pareto*
- Ljudbaserade museum upplevelser. Tillgänglighetsprojekt där visuella upplevelser förmedlas auditivt, som stöd för vissa grupper av funktionshindrade museibesökare. Samarbete med Bohusläns museum, samt till viss del teknikutvecklingsföretaget Empir i Uddevalla. Projektet har pågått under flera år, och har finansierats av bl.a. Arvsfonden. *Lena Pareto och Ulrika Lundh Snis*

- Ljudbaserade Lärspele. En spinoff produkt från projektet ovan som handlar om att producera äventyrsspel där museet fungerar som spelaren och berättelsen och uppdraget förmedlas ljudbaserat med kontext-känslig teknik. (*Bohusläns museum, Digitala Media studenter*) *Lena Pareto*
- Virtuellt omgivning för social träning för barn med autism. *Pernilla Josefsson, Ulf Andersson, Lena Pareto*
- Haptiska VR spel för Stroke-rehabilitering (*Sahlgrenska Academi, Fyrbodalinstitutet, Lena Pareto, Ulrika Lundh Snis, Martin Gellerstedt*)
-

Övrigt:

IT-stöd för Kompetensutveckling i företagsnätverk (*EU-projekt, Networking Companies, forskargrupp laboratorium för interaktionsteknologi*)

Video och lärande (*doktorandstudier, samarbete Copenhagen Business School*)
Christian Östlund

Mobilitet och användningsbeteende (*doktorandstudier, samarbete IT-universitetet Göteborg*) *Tomas Lindroth*

Från vision till verklighet – Implementering och användning av offentliga e-tjänster.
Kerstin Grundén

Arbetsintegrerat lärande och teknologisk förändring. *Christian Östlund*

Konstfack, Stockholm (Forskare och forskningsprojekt)

Konstfack är, med sin bredd vad avser mångfalden inriktningar inom design, konst och konsthantverk, en hos näringslivsparter, institutioner och organisationer en attraktiv samverkans part vad avser forskning. Detta manifesteras närmast i ett omfattande internationellt och nationellt forskningsnätverk, men även genom konkreta forsknings- och utvecklingsprojekt samt genom samverkan kring gemensamma ansökningar om forskningsmedel.

Konstfack har i sin forskningsstrategi identifierat tre huvudområden inom vilket Konstfack förhåller sig starkt och där det finns förutsättningar att etablera sig som en stark forskningsmiljö. Det handlar om forskning inom design, konst och pedagogik. Ur dessa tre huvudområden har ett antal mer specificerade forskningsområden utkristalliserat sig;

Hållbar design (sustainable design)

Entreprenörskap

Humanitarian design

Experience design (bl.a. ljuddesign och akustik)

Nya material

Ovanstående områden är samtliga under utveckling. Konstfack har dock inom ett par områden redan etablerat starka forskningsmiljöer, i nära samverkan med bl.a. näringsliv.

Hållbar design

Gröna Tåget – En attraktiv passagerarmiljö

Konstfack har av Banverket, tillsammans med våra partners Bombardier Transportation Sweden AB och KTH, beviljats medel för genomförande av projektet

Gröna Tåget – En attraktiv passagerarmiljö. Gröna Tåget är ett övergripande program för utvecklingen av Nordiska höghastighetståg där en attraktiv passagerarmiljö är ett av nio delprojekt. Attraktiv passagerarmiljö är en viktig parameter för att öka järnvägens konkurrenskraft gentemot andra transportsätt. Det övergripande målet med projektet är att utveckla framtidens höghastighetståg ”Gröna Tåget” och dess fördelar ur ett passagerarperspektiv. Ett viktigt delmål är att definiera en attraktiv passagerarmiljö där resenären erbjuds en funktionell plats med individen i fokus.

Projektet kommer att omfatta hela passagerarmiljön, från den övergripande gestaltningen av vagnsinteriören till den enskilda passagerarens plats i tåget. Således kommer projektet att omfatta allt från färg, ljus, ljud till designdetaljer såsom stolar, bord mm. Projektet inleds med en starkt designorienterad förstudie som successivt förankras i de begränsningar som råder. Intervjuer samt fältstudier används för att studera passagerarnas beteende och attityder. En mock-up i fullskala byggs som arbetsredskap under projektet för att testa olika möjligheter och konkretisera det färdiga resultatet. Resultatet av projektet kommer också att sammanställas i en rapport till Banverket.

Projektet, som löper under perioden 2007 – 2010 har beviljats ca 7,5 mkr. Övergripande projektansvarig är Eric De Groat, forskningssamordnare vid Konstfack. En senior designer/projektledare ska rekryteras.

Entreprenörskap

Genom Konstfacks samarbete med Handelshögskolan i Stockholm, Karolinska Institutet och KTH inom ram för SSES (Stockholm School of Entrepreneurship) har Konstfack i allt större utsträckning förstått betydelsen av fördjupade kunskaper inom entreprenörskap. I dag strävar Konstfack efter att utveckla kunskaperna inom området utifrån de särskilda villkor som gäller för yrkesverksamma inom de konstnärliga yrkena. Avsikten är därför att söka ytterligare medel för anställning av en gästforskare inom området. I dag pågår också externfinansierade utvecklingsprojekt som syftar till att kartlägga vad som görs inom området samt att knyta till sig ett internationellt nätverk av samverkanspartner. NUTEK är i dag med och finansierar tre projekt vid Konstfack som samtliga, med olika inriktningar, syftar till att öka kunskaperna bland såväl studenter som lärare om entreprenörskap och företagande. Det handlar om konkreta insatser såsom workshops, seminarier, inspirationsmöten m.m. Därtill skall man utveckla metoder för att bättre integrera dessa angelägna frågor i de befintliga utbildningsprogrammen. Under de närmaste åren avser Konstfack att ytterligare stärka området genom rekryteringen av gästforskare.

Humanitarian design

Begreppet kan definieras som design som förändrar liv, designlösningar på akuta problem i exempelvis katastrofområden, hälsovård, utbildning och inom andra områden som kan bidra till förbättringar av individers ekonomiska och sociala situation. Design inom vården och vårdmiljö i syfte att påskynda rehabilitering är ett relativt nytt forskningsområde under utveckling. I dag samverkar Konstfack med bl.a. Karolinska Institutet, Södersjukhuset, Institutet för Psykosocial medicin, Stockholms Universitet samt Durban Institut of Technology, Sydafrika kring frågor om just detta, men även kring frågor om kommunikationen mellan patient och vårdpersonal. Några konkreta forskningsprojekt pågår för närvarande inte, däremot arbetar Konstfack parallellt med ett antal ansökningar kring forskningsprojekt som rör förhållandet

mellan vårdmiljö och rehabilitering samt kring frågor om kommunikation mellan patient och vårdpersonal.

Experience design – ljuddesign och akustikforskning

Inom ”upplevelse design” har Konstfack under senare år etablerat sig som en mycket stark forskningsmiljö kring ljuddesign och akustik. Ett flertal externfinansierade forskningsprojekt har genomförts under senare år i nära samverkan med externa näringslivsparter och med andra högskolor. Nya projekt är på gång som rör ljuddesign och akustik i bl.a. urbana miljöer. En av världens ledande forskare inom just ljuddesign och akustik är knuten till skolan och har byggt ett av norra Europas modernaste ljud labb, helt finansierat via externa medel, vilket också utgör navet kring vilket forskningen kretsar. Ansvarig är PhD Björn Hellström som innehar en gästforskartjänst vid Konstfack med särskild inriktning på ljuddesign och akustik.

Nya material

För materialforskarna är det inte alltid självklart att det finns en marknad, eller given adress, för de material som utvecklas. Forskarnas kunskaper om olika komponenters specifika egenskaper innebär att forskaren i dag kan utveckla nya slags material, var och en med unika egenskaper, mer eller mindre på beställning. Här kan designern spela en viktig roll genom att förse forskarna med nya, innovativa idéer kring användningen av materialen, men även avseende utvecklingen av helt nya, ännu i dag okända material. Dessa möjligheter har uppmärksammats och tillsammans med en de största aktörerna inom forskningen kring nya fiberbaserade material, STFI Packforsk, söker man gemensamt nya vägar at utveckla denna samverkan.

Oavsett vilken inriktning man har, design, konst, konsthantverk m.fl. förutsätter yrkesutövningen mycket god materialkunskap. Det handlar om att känna till respektive materials unika egenskaper vilket i sin tur anger ramarna för vad som är möjligt att göra. Detta kan ses som en begränsande faktor i den kreativa processen då utgångspunkt i designerns arbete är i huvudsak kända material som redan finns tillgängliga på marknaden. Designern kan dock många gånger bidra till att identifiera nya användningsområden för de befintliga materialen vilket i sin tur kan leda till att designern indirekt kan påverka utvecklingen av nya material. I regel handlar det dock om en tämligen enkelspårig process där materialforskarna förser marknaden med nya material, många gånger utan förutbestämda användningsområden.

Konstfack och samarbetsparten STFI Packforsk strävar nu efter att skapa en mötesplats där två slags kreativa processer kan mötas och kommunicera, den mellan den kreativa forskaren och kreativa designern.

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå

**Institutionen för Musik och Medier, Piteå,
Avdelningen för Medier och upplevelseproduktion:**

Forskning inom upplevelseproduktion med inriktning mot turism och evenemangsturism är under uppbyggnad, bland annat inom CTU. Inom ett Interreg IIIA projekt tillsammans med Kemi-Torneå Polytech och Högskolen i Finnmark bedrivs en studie för internordisk upplevelseguideutbildning och certifiering. Forskning inom mediekommunikation är under uppbyggnad med inriktning på journalistens samhällsroll samt medieproduktionsteknik. Under utveckling är även

Testplats Acusticum – en testplats för utveckling av medie- och upplevelseproduktion.

- The Role of Mass Media, New Technology and Mass Communication Research in Regional Development and Cross-Border Collaboration in the Barents Area. (Staffan Berglund)
- Towards an understanding of experience production (Hans Gelter)
- Upplevelsebaserat lärande, reflektion och utomhuspedagogik (Hans Gelter)
- Friluftsliv i upplevelsesamhället (Hans Gelter)
- Naturupplevelser och naturturism – en form av lärande för hållbar utveckling (Hans Gelter)
- Interpretation och upplevelseguide – kvalitetssäkring för turismupplevelser (Hans Gelter)
- Kulturarv och arkeologisk upplevelseproduktion (Krister Efvertström)
- Upplevelsebaserad marknadsföring (Caroline Stenbacka)
- Upplevelsebaserad marknadsföring – Multipla platsupplevelser, D-projekt (Malin Andersson)
- Konzeptutveckling av upplevelsebiografer, D-projekt (Jenny Johansson)
- Kreativa rum för konferensanläggningar, D-projekt (Jennie Lindström)
- Samverkan kultur – traditionell industri, D-projekt (Viktoria Lindberg)
- Nya former för konferensverksamhet i Kulturens Hus, Luleå, D-projekt (Maria Lundgren)
- Konzeptutveckling av skärgårdsanläggningar, D-projekt (Alexandra Olofsson)

Avdelningen Musikhögskolan i Piteå:

Forskning: Två professorer och tre lektorer är anställda i musikpedagogik. Till detta kommer sex konstnärliga professorer och ett stort antal lektorer. Förutom konstnärlig forskning inom musik och komposition bedrivs forskning och forskarutbildning musikalisk gestaltning och musikpedagogik.

Forskningsprojekt:

Festspelen i Pite Älvdal: a study on the festival's impact on identity development (
Karlsen, Sidsel, Musikpedagogik)

Koreografiska undersökningar: Mänsklig rörelse och perception i konstnärlig process med ny teknologi

Institutionen för Ekonomi och Samhällsvetenskap (IES)

Forskning: Det finns många professorer, lektorer och doktorander. Av dem som deltar i utvecklingen av Centrum för Turism och Upplevelseproduktion, CTU (ett projekt som ligger under IES) återfinns professorer i kvalitetsteknik, entreprenörskap, industriell marknadsföring, nationalekonomi och rättsvetenskap. Det pågår flera forskningsprojekt som rör resursförvaltning inom IES.

Forskningsprojekt:

- Kvalitetsutveckling av turism (Anna-Karin Kvist, kvalitets- & miljöledning, Forskarstation Östra Norrbotten, FÖN; lic.avhandling 2005)
- Samverkan mellan turistföretag i en nätverksekonomi (Ossi Pesämaa, Industriell marknadsföring, FÖN, doktorerar våren 2007)

- Electronic Service Quality(E-SQ) in Tourism: Development of a Scale for the Assessment of E-SQ of Tourism Websites (Elena Iliachenko, e-handel, FÖN; disputerade i dec 2006)
- Legal Limits and Adaptive Management of Natural Resources (Anna Christensson, rättsvetenskap)

Inst. Skellefteå, Avdelningen för fritid och underhållning

Forskning: Institutionen har en professor i fritidsvetenskap.

Forskningsprojekt:

- Barns och ungdomars upplevelser av idrott (Ulla Tebelius, fritidsvetenskap)
- Genusperspektiv på ungdomars ICT-användning (Ulla Tebelius, fritidsvetenskap)
- Den fria tiden och fritid i offentliga dokument (Lisbeth Lindström, lic.avhandling nov 2006 i pedagogik)

Centrum för Turism och Upplevelseproduktion, CTU

Forskningsprojekt:

- Inventering av utbildningsbehov i turistföretag (Rickard, Garvare, Lisbeth Lindström, Daniel Örtqvist, kvalitetsteknik, fritidsvetenskap, entreprenörskap.
- Developing tourism products and services based on visitors attitudes towards visiting our region and other peripheral areas (Ossi Pesämaa, Bengt Klefsjö, Daniel Örtqvist, Joe Hair, Industriell organisation, kvalitetsteknik, entreprenörskap och marknadsföring, LTU och Kennesaw University, USA)
- Hållbar natur- och kulturturism – för tillväxt i Swedish Lapland (Hans Gelter, Thomas Zobel, upplevelseproduktion, kvalitetsteknik)
- Turismen och naturresurserna: En rättsekonomisk studie av potentiella intressekonflikter (Patrik Söderholm, Gabriel Michanek, Christer Ödberg, nationalekonomi, rättsvetenskap)
- Hållbara evenemang – evenemangsforskning och testplats Acusticum (Hans Gelter, upplevelseproduktion)
- Minority Entrepreneurship (Lars Elenius, Håkan Ylinenpää, historia, entreprenörskap)
- Konsumtionskultur (Lars Elenius, historia)
- Marknadsnyckel Europa (TorBjörn Nilsson, Lennart Persson, industriell organisation, industriell marknadsföring)

Malmö högskola/Mötesplats Malmö

<p>Forskning på K3 - enheten Kultur och medier</p> <p>Utöver individuella projekt är följande kollektiva forskningsprojekt igång för närvarande:</p> <ul style="list-style-type: none">- Pedagogiskt utvecklingsprojekt (Anne-Charlotte Ek). Se http://www.rhu.se/activities/projects/financed_projects/fh/gislen_ylva_G04sv.htm- New Media for a New Millenium (Bo Reimer). Se www.ist-nm2.org- Assisting Democracy (Bo Reimer). Se http://webzone.k3.mah.se/project/s/adam/cmt04/default.asp- Cultural Identity, Culture Mapping and Plannning in the Øresund Region. (Kathrine Winkelhorn) Se http://www.culturalplanning-oresund.net/engelsk-bund.htm <p>Fiktionens sanning - en undersökning av fiktion som forskningsmetod och redskap för social förändring (Oscar Hemer) Se http://vrproj.vr.se/detail.asp?arendeid=41864</p> <p>Författarens professionalisering inom akademi och folkbildning (Cristine Sarrimo) Se http://vrproj.vr.se/detail.asp?arendeid=41672</p>	<p>Inom enheten Kultur och medier samlas undervisning och forskning som behandlar medier, kulturella uttrycksformer och kommunikationsprocesser. Angreppssättet är mångvetenskapligt: mellan humaniora och samhällsvetenskap, men också kombinerat med både estetik och teknologi.</p> <p>Pedagogiskt utvecklingsprojekt har som övergripande syfte att stärka studenternas möjligheter att se sig själva som potentiella och berättigade kunskapsproducenter, även i de fall deras olika ursprungliga positioner i termer av kön, klass och etnicitet befinner sig i en tyst konflikt med det sociala och kulturella kapital som nu förknippas med akademisk kunskapsproduktion.</p> <p>Projektet New Media for a New Millenium är ett stort EU-projekt som just handlar om hur man kan skapa interaktiva nyhetsprogram för bredband som medför en helt annan möjlighet till fördjupning än vad som är fallet idag.</p> <p>Assisting Democracy är ett EU-finansierat pedagogiskt projekt, där MKV samarbetar med bland andra Konsthögskolan i Belgrad. Projektet syftar till att stärka demokratin genom utbildning.</p> <p>The Cultural Identity project's primary aim is to develop a joint Øresund regional education and skill in cultural mapping and planning in co-operation with the local authority partners, regional authority partners and educational institutions on both sides of the sound.</p> <p>Fiktionens sanning-projektet har till avsikt att ringa in och analysera hur de olika sanningsanspråken förhåller sig till och möjligen befruktar varandra. Av särskilt intresse är de litterära strategier som medvetet förhåller sig till de andra två praktikerna – den journalistiska och den vetenskapliga – och överskrider genregränserna.</p> <p>Projektet Författarens professionalisering undersöker hur det konstnärliga skrivandet och</p>
--	---

	<p>synen på skrivandet påverkas när det professionaliseras inom ett akademiskt system och i en skrivarskola på en folkhögskola. Det leder fram till en reflektion över konstnärliga kunskapsformer</p>
<p>Forskning på K3 – enheten Design</p> <p>Ex på olika forskningsprojekt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Day-to-day Learning Within Healthcare With the Support of Mobile IT (Erling Björgvinsson, Per-Anders Hillgren, Pelle Ehn). Se http://www.creativeenvironments.mah.se/project.asp?page=projects&id=58 - Shadowplay – Simulated illumination in game worlds (Simon Niedenthal, K3). Se http://webzone.k3.mah.se/projects/shadowplay/ - ATELIER Art and Technology for Inspirational Learning Environments (Pelle Ehn, Bo Peterson). Se http://www.creativeenvironments.mah.se/project.asp?page=projects&id=46 - Cine-scape: Förmedlande urbanism och filmisk föreställning (Maria Hellström) Se http://vrproj.vr.se/detail.asp?arendeid=33330 <p>Designartikulationer – i mötet mellan välartikulerade föreställningar och oartikulerade självförståelser (VR – konstnärligt FoU)</p>	<p>Forskning inom design-enheten består av interaktionsdesign. Det fokuserar på design av artefakter och medier för mänsklig kommunikation och interaktion. Ämnet är designvetenskapligt till sin grund, har en estetiskt-teknisk-kritisk karaktär och bygger på en designorienterad syntes av konstruktivt handlande och kritisk reflektion. Såväl process som bruksaspekter är centrala.</p> <p>Konvergens mellan digitala artefakter/medier och det fysiska rummet ("ubiquitous computing") liksom konvergens mellan olika medier ("new media", "multimedia") bidrar till ämnets aktualitet och identitet.)</p> <p>Interaktionsdesign har växt fram ur mötet mellan flera design- och humanistisk-samhällsvetenskapliga orienterade områden inom datavetenskaperna (främst human-computer interaction, computer supported cooperative work och participatory design) och flera av de traditionella designområdena (främst industridesign, grafisk design och arkitektur).</p> <p>Också gestaltande och producerande områden inom konst och media ger viktiga bidrag.</p> <p>Forskningen i ämnet bedrivs huvudsakligen inom området design och lärande, i forskningsstudion kreativa miljöer. Forskarutbildning i Interaktionsdesign bedrivs i samarbete med Blekinge Tekniska Högskola under namnet Interaktionsdesign inom programmet Digitala Praktiker. Kontakt: Pelle Ehn, professor (pelle.ehn@k3.mah.se).</p>
<p>Forskning på IMER, MAH</p>	<p>Forskningen inom IMER-området är problemorienterad och bedrivs ur ett flervetenskapligt perspektiv, vilket innebär att en</p>

	<p>mängd olika disciplinära perspektiv, infallsvinklar och aspekter aktualiseras. Fyra inriktningar kan urskiljas med grund i områdets forskningsprofiler:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Migration, integration och mångkulturalitet • Mänskliga rättigheter och demokrati; juridik, politik och etik • Globala scenarier för krig; konflikter och fred • Kommunikation i det mångkulturella samhället; språk och litteratur
<p>Forskning på Lärarytbildningen</p>	<p>Lärarytbildningens pågående forskning handlar framför allt om:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Undervisningens och lärandets teori och praktik • Barns och ungas lärande och utveckling • Kultur och estetik i skolan • Specialpedagogik • Informellt lärande • Lärande via dialoger • Professionell utveckling • Idrott i lärande och samhälle • Socialhistoriska och kulturanalytiska perspektiv på modern historia. <p>Framöver kommer forskningen att byggas kring de olika huvudämnena.</p> <p>En enhetsövergripande seminarieserie med temat Kreativitet startar den 18 september.</p>

Restauranghögskolan, campus Grythyttan, Örebro Universitet (forskare och forskningsprojekt)

Måltidskunskap- en forskningsmiljö

Måltidskunskap inrättades som ett forskarutbildningsämne år 2002.

Restauranghögskolan har medvetet arbetat för att ämnet skulle få använda begreppet kunskap istället för vetenskap, eftersom det tydligare uttrycker att måltidskunskap förenar vetenskap, hantverk/yrkeskunskap och estetisk gestaltning i utbildning och forskning. Måltidskunskapens pedagogik innebär bland annat att med hantverk, konstnärligt övande och vetenskaplig reflektion skapa måltider utifrån ett helhetsperspektiv.

Ämnet är mångvetenskapligt och därför är teorier och metoder från andra vetenskaper med stark anknytning till måltiden viktiga i ämnet. Forskningsområden inom ämnen som sensorik, etnologi, sociologi, näringslära, folkhälsovetenskap och företagsekonomi behandlar kunskap om måltiden från respektive ämnes perspektiv. Inom måltidskunskapen studeras måltiden utifrån fem aspekter, som innehåller följande delar; rummet, mötet, produkten, styrsystemet och stämningen. Först och främst är dessa fem aspekter utgångspunkten när måltider planeras och produceras utifrån ett helhetsperspektiv, speciellt på restaurang men även i andra måltidssammanhang vid offentliga måltider. Målsättningen är att ge gästen bästa möjliga upplevelse helst utöver förväntan i olika måltidssituationer. Att utvärdera gästupplevelser av måltider utifrån de fem aspekterna är ett av våra forskningsprojekt. Hitintills har sju doktorander antagits i ämnet måltidskunskap, fyra av dem har redan disputerat och två har tagit sin licentiatexamen. Doktoranderna studerar måltiden ur olika perspektiv som beskrivs under respektive doktorands namn eller deras handledares.

Våra olika forskningsområden:

Måltiden som ätandets sfär

Forskning inom detta område studera måltiden ur ett helhetsperspektiv där både måltidens producenten och konsumentens/gästens behov och upplevelse analyseras (Gustafsson et.al.) En viktig del i den kommersiella måltiden är servicemötet på restaurang, ett centralt forskningsprojekt just nu.

Måltiden och våra sinnen

I flera av våra forskningsprojekt används människans sinnen syn, doft, känsel, smak och hörsel för att mäta smak- och doftupplevelser. Sensorisk analys är ett vetenskapsområde där människan används som mätinstrument. Med hjälp av sensorisk analys kan vi beskriva en produkts utseende, doft, smak och konsistens. Vi kan också beskriva hur gott vi tycker något är. Här har vi följande forskningsprojekt:
*-Måltidens betydelse för folkhälsan med fokus på smakupplevelser-
Konsumentanpassade färdiga måltider- Sensorisk interaktion mellan mat och dryck-
Simulering av termodynamiskt förlopp i nötkött under tillagning för att uppnå optimal sensorisk kvalitet- Skedens komplexitet i vila och rörelse*

Måltiden och måltidskulturen

Lokal och regional mat och måltidskultur

Måltiden som pedagogik

Synen på mat, måltider och dess utövare

Följande forskare är knutna till vår forskningsmiljö; professor Inga-Britt Gustafsson, gästprofessor Lena Mossberg deltid, hedersdoktor professor John Edwards, visiting professor Herbert Meiselman, forskarassistent PhD Åsa Öström, universitetslektorerna PhD Tobias Nygren, PhD Inger M Jonsson, docent Marianne Pipping Ekström, docent Gunnar Hall, PhD Richard Tellström, doktoranderna Erika Rapp, Mia Ahlgren och Ute Walter

Gustafsson I-B, Öström Å, Johansson J, Mossberg L (2006) Five aspects meal model; a tool for development of meal service in the restaurant field?J Food Service 17;2:84-93.

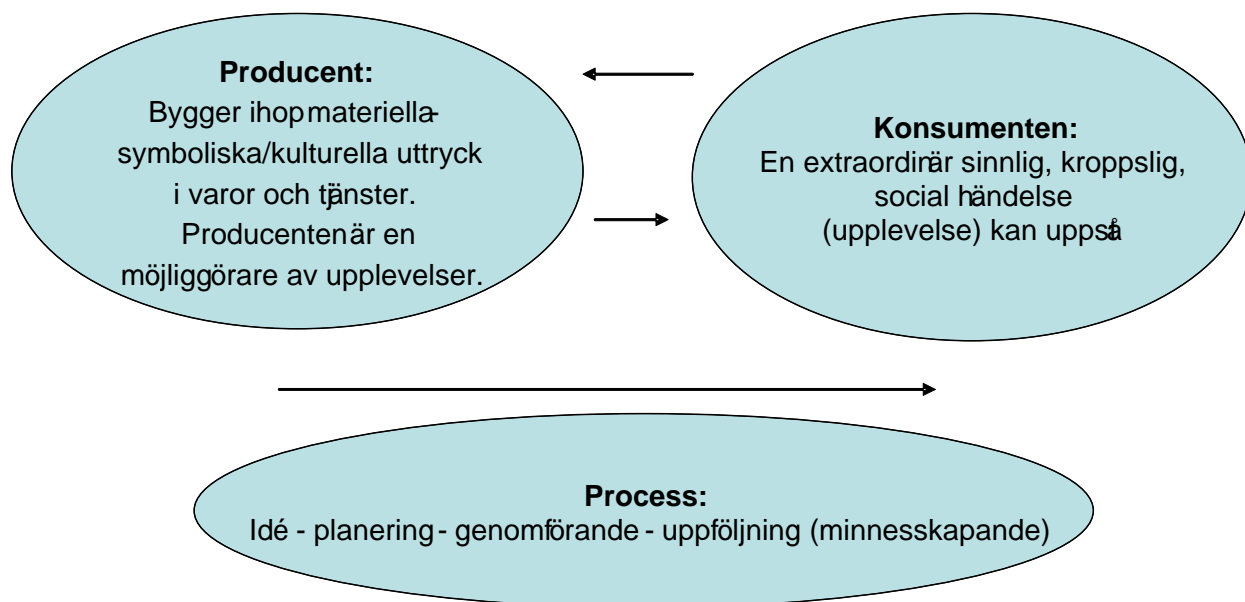
Gemensam forskningsplattform

Utifrån inventeringen av respektive högskolas kompetensområde inom forskningsfältet för och om upplevelseindustri arbetade gruppen fram en tänkbar gemensam forskningsplattform.

Eftersom de olika högskolorna/mötesplatserna representerar olika delar av upplevelseindustrin (vilket var en av utgångspunkterna när mötesplatserna valdes ut) kändes det angeläget att hitta en minsta gemensam nämnare att bygga gemensamma forskningsprojekt och forskarskolor utifrån. En summering av första dagens workshop gav vid handen att begreppet upplevelseproduktion gick som en röd tråd genom presentationerna. Det bedömdes därför att utbildning och forskning om upplevelseproduktion kunde utgöra en gemensam forskningsplattform. Dag två inleddes med att processledarna gjorde en sammanställning av diskussionerna kring hur upplevelseproduktion och en möjligt teoretisk utgångspunkt utifrån modellen nedan.

Upplevelseproduktion

Syfte: 1. Skapa mervärde 2 skapa mening, identitet



Upplevelseproduktion²

För ekonomiska aktiviteter eftersträvas alltmer att aktivt skapa mervärden. Numer är det vanligt att ”bygga in” kultur i produkter och i tjänster. Att producera kultur i ekonomin är fråga om att skapa ett kulturellt sammanhang - en kulturell värld med ”images”, erfarenheter och aktiviteter kring en produkt eller tjänst i alla dess led. Ett exempel på detta är upplevelseproduktionen (se figur 1). Konsumtionsinriktade upplevelser är centrala i det nutida samhället.

Den kommersiella upplevelseproduktionens *syfte* är i första hand att skapa ett ekonomiskt mervärde. I andra hand är syftet att skapa mening och identitet för individen. Det senare kan vara en följd effekt av det första syftet men kan också vara direkt avsiktligt.

En upplevelse är i grunden en subjektiv fråga för den enskilde. Upplevelsen kan variera från att vara av en inre psykologisk art till att ha en yttre såväl kroppslig/sinnlig som social karaktär. Vidare har individens erfarenheter och livssammanhang en avgörande roll för vad som uppfattas som en meningsfull upplevelse och/eller värderas högt och är eftersträvansvärt att utöva eller köpa.

En upplevelse kan definieras som när en viss händelse upplevs som extraordinär på något sätt, t.ex. socialt, kulturellt eller kroppsligt. Detta extraordinära kan mycket väl äga rum i vardagen som små tidsöar som innehåller någon typ av förhöjt värde för individen, t.ex. kan man mötas av kommersiella upplevelser när man går och shoppar, när man använder den tekniskt avancerade och ”upplevelseladdade” mobiltelefonen eller när man sitter framför datorn och befinner sig i informationsteknologins virtuella interaktiva värld. Det extraordinära behöver således inte vara en exotisk turistresa. Exempel på rum som skapats för upplevelsekonsumtion är moderna shoppingcentra. I sådana kan vi finna alltifrån affärer för allehanda varor, restauranger, biografier och ibland framförs skådespel, t.ex. teater eller idrottsutövning. Poängen är att skapa upplevelser för att inspirera till konsumtion.

Enligt Pine och Gilmore³ är upplevelseekonomi ett sätt att konstruera företagandet som en scen och försäljningen som ett skådespel – centrerings sker på upplevelsens värde för individen där allt är konstruerat för att skapa ett optimalt ekonomiskt mervärde. I detta spelar kunden med i en sorts lek och deltar såväl i produktionen som i konsumtionen av upplevelsen. Ekonomiskt värde skapas i olika steg med ett ökat förädlingsvärde i vart och ett. Att skapa en minnesvärd, personlig och engagerande upplevelse för köparen betraktas som ett sätt att optimalt förädla en produkt. Pine och Gilmore menar att den lyckade upplevelsen innehåller aspekter som bildning (oftast ett aktivt deltagande), drömmar (eskapism – kan vara aktivt ”görande” i form av t.ex. besök på temaparker eller virtual reality spel), underhållning (oftast passivt deltagande) samt en estetiskt tilltalande inramning (syftar till att invitera gästen till en vacker eller behaglig plats att vara på). Resonemanget innebär att ett passivt

² Avsnittet baseras på innehållet i kapitel publicerade i två böcker. Aronsson, L. 2007. Kartor över kulturella ekonomier. I *Kulturell Ekonomi. Skapandet av värden, platser och identiteter i upplevelsesamhället*. Lund: Studentlitteratur. Aronsson, L. 2003. Hultsfred – en plats med kulturell ekonomi. I Johansson, A. (red) 2003. *Platser i livet*. Hägglunds förlag.

³ Pine II, B. J. & Gilmore, J. H. 1999. *The Experience Economy. Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.

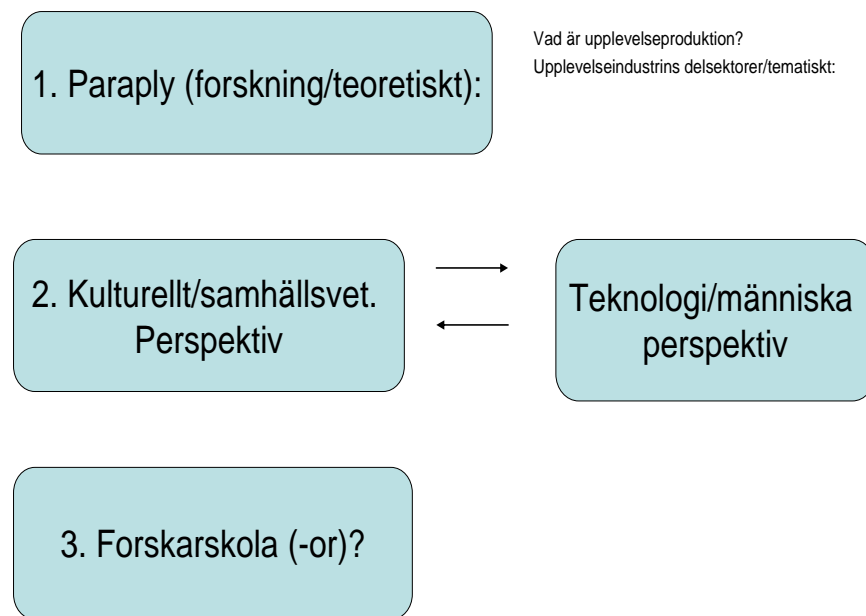
deltagande är en "svag" form av upplevelse. Den "starka" upplevelsen uppnås vid personligt deltagande. Ur producentperspektivet gäller det att betrakta upplevelseskapandet som en process som sträcker sig från idé till planering och genomförande, samt att följa upp utfallet av upplevelsen – att den verkligen blivit ett "minne". Även om producent och konsument, enligt resonemanget, tillsammans skapar upplevelsen är producenten en möjliggörare av upplevelsen.

De flesta produkter och tjänster kan paketeras i någon form av upplevelseutformning. Inom upplevelseekonomin är det viktigt med markörer i form av varumärken, marknadsföring av livsstilar, att göra varan/tjänsten/upplevelsen sällsynt eller exklusiv, att skapa en engagerande "historia" eller "drömmar", samt att nå uppmärksamhet genom informationsbruset. Den goda historien kan vara en historia om det säljande företaget som har ett ädelt syfte med produkten, t.ex. att produkten/tjänsten är miljöanpassad, etiskt korrekt eller att priset innehåller en biståndsandel till fattiga/utsatta människor. Det kan också vara en markör för köparen själv, som t.ex. säger något om dennes livsstil eller egna "historia". Innebörden är att livsstilsvärderingar går före en varas eller tjänsts funktion och att vi köper med "hjärtat" och eftertionaliserar med "hjärnan" att det är ett bra köp. Exempelvis är Disneys produkter sådana som har en bra historia att berätta för "hjärtat". Människor som har lyckats väl inom sport, media och underhållningsbranschen är typexempel på goda "historieberättare" (det kan dock även vara fråga om kontroversiella dito). Dessa blir ofta i sin tur förebilder för många människors drömmar.

De kommersiella upplevelserna är inte bara riktade till konsumenten som en slutprodukt utan används även i underleverantörsled, för att sälja mellan organisationer. Idag är det till exempel vanligt att "events" används för att mötas i affärssammanhang. Enligt Pine och Gilmore kommer upplevelseindustrin att övergå i en transformationsekonomi som är inriktad på att förändra kunderna, exempelvis som i hälsoindustrin och i odlandet av kroppskultur.

Livsstilsmarknadsföring har således, generellt och inom upplevelseproduktionen, blivit ett allt viktigare redskap för att erövra en mångfaldig efterfrågan. Innebörden i livsstilsmarknadsföring är att ett köpbeslut baseras på kulturell mening och värde hos en speciell vara eller tjänst. Marknadsföraren eftersträvar att skissera en "bild" eller "historia" i vilken produktens känslomässiga värde är tydligt. Det kan gälla att äga ett speciellt bilmärke, en viss mobiltelefon, användning av vissa varumärken av kläder, val av vissa resmål eller sätt att resa eller att gilla en viss musikstil där attributen och praktikerna är image- eller symbolbärare och skapar kulturell identitet åt individen. Varumärket står alltså för en speciell livsstil och detta tecken (en kod) är i nätverk länkade till andra varumärken (tecken/koder) som tillsammans markerar, t.ex. social status eller en viss grupp tillhörighet. O'Dell⁴ beskriver detta som att det materiella bär på betydelser. Till exempel våra ägodelar, de kläder vi har på oss eller de restauranger vi besöker ger signaler till omgivningen om vår sociala status, grupp tillhörighet och visar identitet likväl som det bidrar till att skapa vår identitet. Samtidigt är det i synnerhet i ungdomskulturer tillåtet att experimentera och byta livsstilar eller växla mellan subkulturer. Samhället karaktäriseras således idag i allt högre grad av tecken/koder hos objekt vilka kommunicerar livsstilar och image.

⁴ O'Dell, T. (red) 2002. *Upplevelsens materialitet*. Lund: Studentlitteratur.



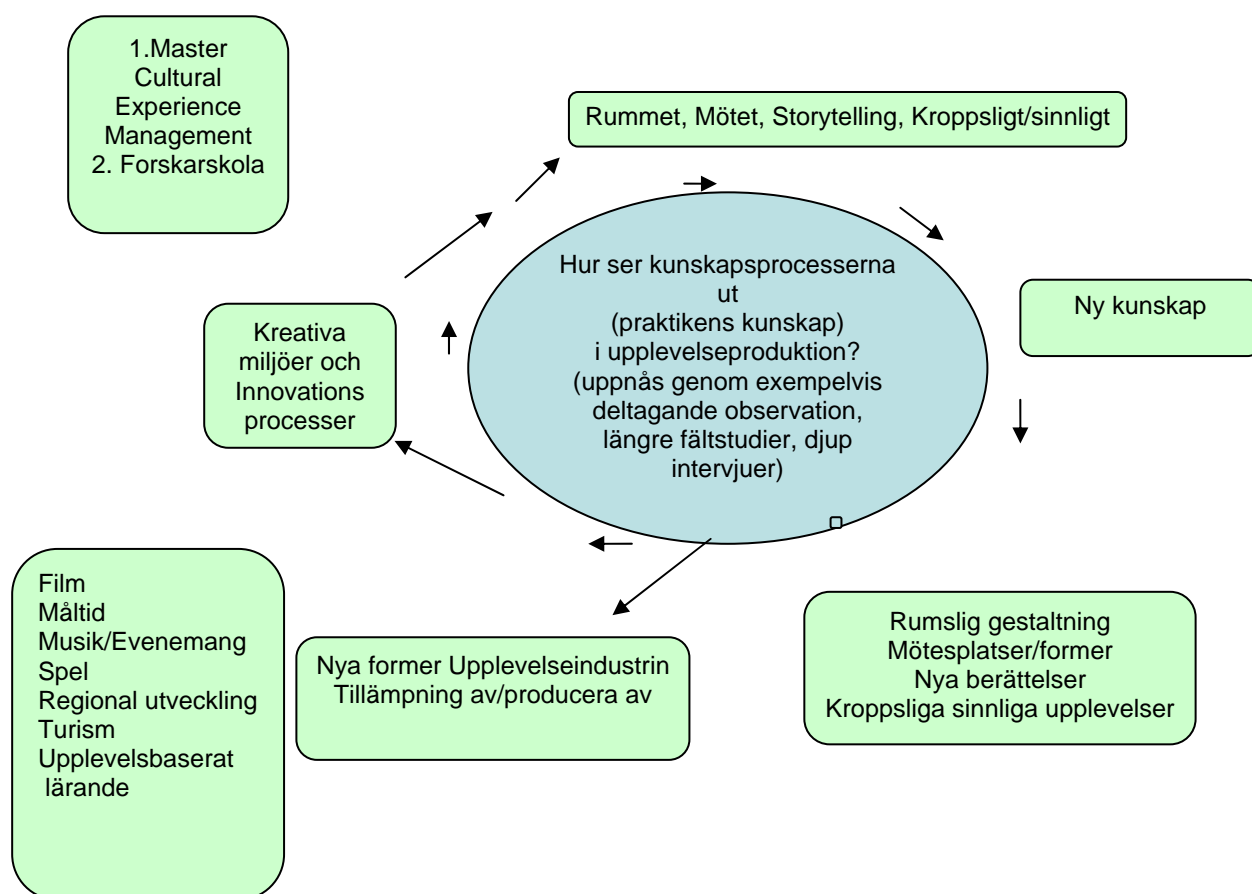
Figur 2 söker illustrera en möjlig väg att strukturera forskningen om upplevelseproduktion. Den översta boxen åskådliggör ett teoretiskt paraply där bl.a. frågan Vad är upplevelseproduktion? ställs. Det teoretiska perspektivet kan givetvis variera avsevärt beroende på vilket vetenskapsområde, vilket ämne, eller vilken tradition man som forskare befinner sig inom. Texten till figur 1 är ett exempel på en teoretisk ansats. Ett teoretiskt angreppssätt kan också ligga på olika abstraktionsnivåer, t.ex. vara en generell ansats eller vara ”tillämpningsnära”. Enligt den avgränsning som KK-stiftelsen gjort av upplevelseindustrin består den av 13 branscher/sektorer/teman.⁵ Dessa är i sin tur, i vissa fall, väldigt olika när det bl.a. gäller förutsättningar för utveckling. Motivet för ett teoretiskt paraply är att åtminstone på en generell nivå kunna diskutera upplevelseproduktionens förutsättningar, villkor, utveckling, konsekvenser etc.

Inom gruppen av universitet och högskolor som deltar i KK-stiftelsens föreliggande projekt om upplevelseindustrin förefaller det finnas två olika huvudintressen i forskningen, eller överordnade perspektiv, på vad och hur upplevelseproduktion kan studeras (se box 2 i figuren). De två fält som utkristalliserat sig i arbetet är ett kulturellt/samhällsvetenskapligt perspektiv och ett människa/teknologiperspektiv.

Den understa boxen 3 i figur visar, slutligen, på en väg att utveckla forskningen om upplevelseproduktionen. Idag är, i allmänhet, forskningen i Sverige utspridd på ganska många mindre miljöer, eller på singulära forskare. Modellen att starta forskarskolor har blivit allt vanligare i landet och motiv som framförs är att dessa är ett sätt att samla forskningen (i ett nätverk) inom ett område, samt att göra processen för forskarutbildning mera effektiv genom att utnyttja de ”bästa” kompetenserna. Detta kan vara en modell även för forskning om upplevelseproduktion.

⁵ Almquist, K; Engström, M; Olausson, K. 1999. *Blandade upplevelser. En förstudie om svensk upplevelseindustris möjligheter, med förslag till åtgärder*. Stiftelsen för Kunskaps- och Kompetensutveckling (KK-stiftelsen).

Den sista modellen försöker illustrera hur samarbete mellan de olika kompetenserna som de ingående högskolorna representerar skulle generera ny unik kunskap. Genom nära samarbete med mötesplatserna sker en samverkan mellan teori och praktik. I grupparbetena pågick diskussioner om skillnad mellan kunskap och vetenskap och hur tillgången till praktikens kunskap var det som skulle vara utgångspunkten i den gemensamma forskningen och skulle ge den unika empirin. Därmed garanteras också det samarbete med näringslivet när det gäller forskningsprojekt som efterfrågas.



En utgångspunkt för samarbete som diskuterades var en gemensam Masterutbildning preliminärt döpt till Cultural Experience Management. Utifrån samma modell kunde senare utvecklas en gemensam forskarskola (översta vänstra boxen) och forskningsprojekt som nämnts tidigare. Den gemensamma utgångspunkten skulle vara att studera hur kunskapsprocesserna ser ut (praktikens kunskap) i upplevelseproduktion. Att fånga denna kunskap skulle innebära att nya metoder prövades och utvecklades (exempelvis deltagande observation, längre fältstudier och djupintervjuer) se mittboxen. Genom att studera dessa innovationsprocesser och kreativa miljöer skapas ny och unik kunskap. Forskningsmetoder som använts av forskare exempelvis fältstudier skulle kunna läras ut som metod och tillämpas av upplevelseindustrin för att studera sig själva och sina marknader. (det senare som ett komplement till klassiska marknadsundersökningar)

För att denna handlingsplan ska realiseras behövs naturligtvis forskningsmedel och medel för utveckling av forskningsnätverk och utveckling av nämnda utbildningar.

Forskningsdagarna avslutades med att konkretisera i punktform olika framtida samarbetsformer mellan deltagande högskolor och vad som behövdes ansöka resurser för att dessa punkter skulle förverkligas.

Forskarnätverk (skapa, utveckla och etablera)

Utveckla konkreta samarbeten till exempel
gäsföreläsningar/studenthandledarsarbeten

Resor oss emellan

Workshops

Formulera forskningsfrågor inom programmet

Planering för ansökan

Skriva gemensam forskningsansökningar

Masterutbildning

Forskarskola

Del C. Verksamhetsplan för AHA-akademien

Arbetet med AHA-akademins verksamhetsplan genomfördes genom att samtliga deltagande lärosäten och mötesplatser gjorde inventeringsarbeten och analyser av egna kompetenser på hemmaplan vilka diskuterades under två gemensamma arbetsseminarium med olika fokus.

Dessa inventeringar och slutsatser kommer längre fram att redovisas.

Behovsanalys

Inom upplevelsenäringsarna är utbildningsnivån relativt låg vilket pekar på att det finns ett behov av att höja utbildningsnivån för dem som är verksamma inom branschen i dag.⁶ Innan AHA-akademien genomfördes som pilot gjordes en förstudie av KK-stiftelsen i samarbete med de kreativa mötesplatserna, Hultsfred, Hällefors, Karlshamn och Piteå och behovet identifierades. De kom då fram till att det fanns ett utbrett behov men att kunskapen var så pass ny att målgruppen själva inte var medvetna om vad de behövde. Detta ställer naturligtvis stora krav på marknadsföringen av utbildningen. Genom förstudien identifierade också affärsutveckling som ett viktigt område för kompetensutveckling för de verksamma inom branschen.

I en nyligen utkommen rapport från Högskoleverket med titeln ”*Klassicism och bungejump. Upplevelseindustrin och behovet av konstnärligt utbildade*”⁷ har kulturutbildningars utveckling kartlagts. I kartläggningen ingår utbildningar inom design, media och kommunikation, musik och scenkonst, turism, hotell och restaurang, spelutveckling, film samt fri konst/bild och form. Dessa utbildningar för upplevelseindustrin har totalt sett ökat mest (42%), relaterat till antalet utbildningsplatser i stort, under perioden 1998-2003⁸. Detta förklaras med att dels framställs kultur och upplevelser som en framtidssektor i många sammanhang, dels finns ett stort söktryck till denna typ av utbildningar. Även om författarna i rapporten konstaterar att arbetsmarknaden för upplevelseekonomin i stort har minskat något de senaste åren, är en av rapportens slutsatser dock att ”...viktiga insatser inom kompetensutveckling av upplevelseindustrin gäller inte i första hand de konstnärliga delarna utan de administrativa, logistiska, ekonomiska och juridiska – där upplevelseindustrin har gemensamma behov av utbildning som inte tillgodoses i dag.” (Rapport 2005:40R s.65). Samtidigt noteras att fler utbildade inom ett fält kan innebära att nya verksamheter utvecklas inom området i framtiden (till exempel genom entreprenörskap).

AHA-akademien vänder sig i första hand till personer som redan är i näringen eller som på andra sätt kommer i kontakt med upplevelsenäringsarna. Många företag säger sig vilja satsa på internutbildning, men det är ofta svårt för enskilda småföretag att anordna eller köpa in egna utbildningar, och samarbete kan även här vara nödvändigt. Kompetensutvecklingen kan då exempelvis anta formen av kunskapsutbyte mellan

⁶ Arbete för nöjes skull – Var finns de nya jobben inom upplevelsenäringsarna? Författare Katarina Berggren och Hans Tydén. Rapporten ingår i serie Ura som utges av AMS utredningsenhet.

⁷ *Klassicism och bungejump. Upplevelseindustrin och behovet av konstnärligt utbildade*. Rapport 2005:40R, Högskoleverket.

⁸ Melin, Göran, 2005, De nya kulturutbildningarna, SISTER 2005 i HSV-rapport 2005:40R.

olika aktörer inom upplevelsenäringen⁹. Något som vi också tagit fasta på i upplägget av AHA-akademin.

Från dessa rapporter framgår att de kunskaper som vi senare definierar som kunskaper om "hur upplevelseindustrin fungerar" behövs inom andra näringar. Det finns en nytta av att förstå hur vi idag lever i en ny tid där upplevelser spelar en allt större roll för våra konsumtionsmönster, semestrar, boendeval och inte minst val av arbetsplats.

Kompetensområdet kring Upplevelseindustrin är relativt nytt och vi kan också se ett tydligt behov av starkare samarbete mellan de högskolor/universitet som är verksamma inom detta område. Utifrån detta anser vi att det finns ett behov av själva organisationen kring AHA-akademin. En organisation som kommer att leda till ett fördjupat samarbete lärosätena och mötesplatserna emellan.

Sammanfattningsvis så finns det många incitament för att genomföra en mer utvecklad och formaliserad form av AHA-akademin.

Olika modeller för utbildning

Det har varit en stor utmaning att hitta en utbildningsmodell för AHA-Akademin utifrån de förutsättningar för uppdragsutbildningar vi har inom högskolan och det uppdrag vi fick från KK-stiftelsen att formulera en uppdragsutbildning om och för upplevelseindustrin. Vi tycker dock att vi har kommit fram till en väg som tar hänsyn såväl till KK-stiftelsens krav som till de förutsättningar som högskolorna har när det gäller att ge icke traditionella utbildningar.

Det finns en rad olika vägar att gå när det gäller utformandet av en utbildning. Efter långa diskussioner kom gruppen fram till tre tänkbara utbildningsmodeller som kan användas inom AHA-akademin. **Det är alternativ B. Resande Akademi som gruppen valde att initialt utveckla.**

A. Resande kursdeltagare (högskola/mötesplats är värd, såsom AHA-piloten)

B. Resande "akademi" (gästlärare reser till kursgivande högskola/mötesplats)

C. Virtuellt resande (kursdeltagare läser distanskurser)

Fig.1

⁹ Arbete för nöjes skull – Var finns de nya jobben inom upplevelsenäringen? Författare Katarina Berggren och Hans Tydén. Rapporten ingår i serie Ura som utges av AMS utredningsenhet.

A. Resande deltagare

Denna modell bygger på samma princip som KK-stiftelsens testutbildning "pilot AHA-akademin". Varje utbildning inom denna modell består av ett huvudtema där minst 2-3 högskolor med sina mötesplatser samverkar och varje högskola erbjuder ett undertema utifrån sina specialkompetenser och branschkontakter inom mötesplatsen. Kursdeltagarna besöker inom utbildningen ett antal högskolor/mötesplatser där varje besök bör vara minst 2 dagar. Arbetsgruppen enades utifrån erfarenheterna med pilotutbildningen att detta blir en mycket kostsam utbildning att utveckla och koordinera redan vid AHA-akademins initiering. Utbildningsmodellen lämpar sig bättre att börja tillämpa när respektive högskola har utvecklat ett antal utbildningspaket enligt modell B "Resande akademi" som sedan kan paketeras ihop i ett större övergripande tema. Vidare kommer en utbildning med resande kursdeltagare att bli väldigt dyr för deltagarna i form av resande och boende. För att hålla ner utbildningspriset för deltagarna kommer det att behövas någon form av externa resurser i form av sponsring m.m. t ex från branschorganisationer, finansörer etc. Att hitta externa finansörer kommer att bli en viktig uppgift för den etablerade ledningsorganisationen för AHA-akademin.

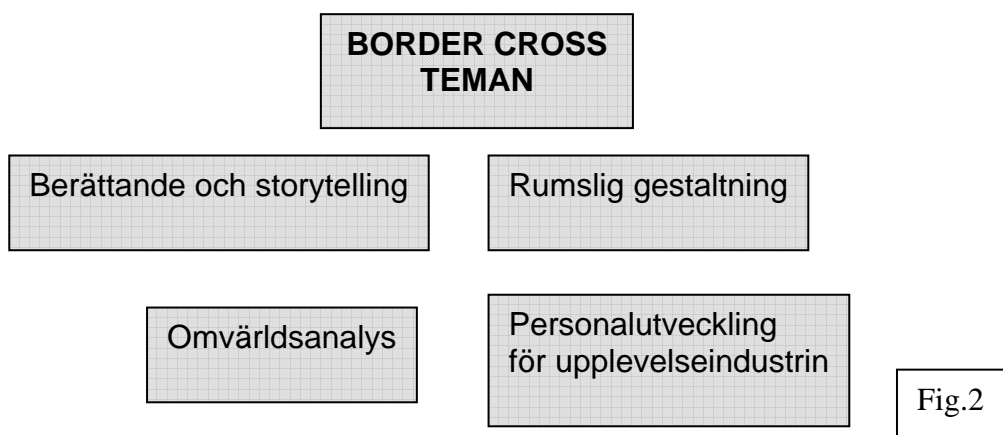
B. Resande "akademi"

I denna modell är ett lärosäte värd för ett upplägg och planerar/genomför detta tillsammans med minst en annan aktör från gruppen. **Detta är det upplägg som vi valt att initialt utveckla.** Utbildningen som en högskola anordnar som AHA-värd kan vara allt från korta endagarsworkshop till processutbildningar på upp till ett år. Ibland är det lärosätet som definierar paketet och ibland nätverket, alltså kunderna som efterfrågar utbildningen.

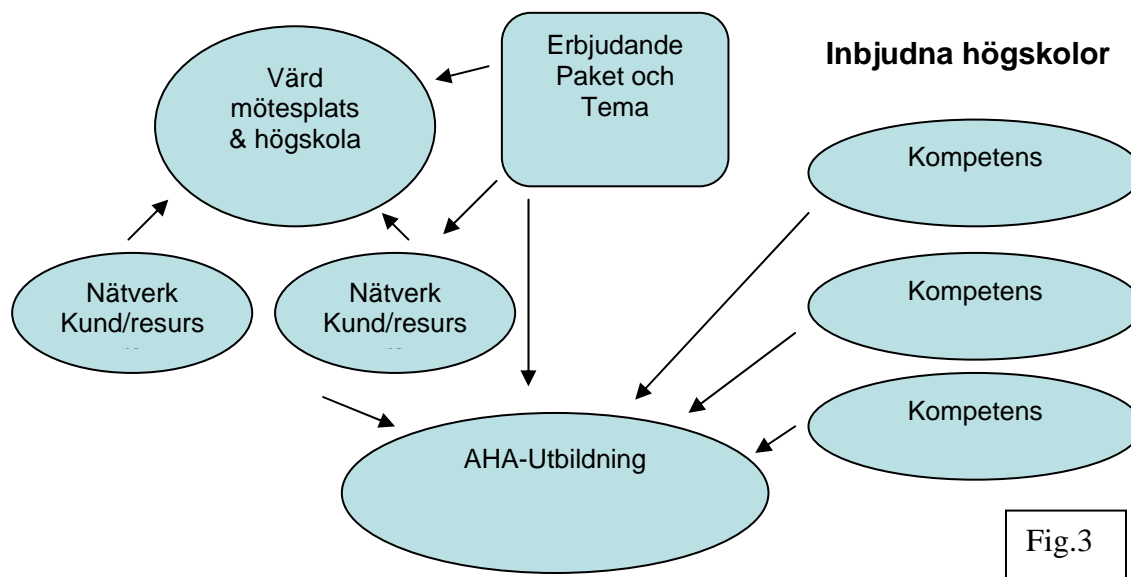
Arbetsgruppen enades kring att AHA-Akademien bör positionera sig gentemot andra utbildningsinstanser för upplevelseindustrin genom bordercross teman för de utbildningar som världhögskolan erbjuder inom B-modellen resande "akademi". Bordercross är en viktig drivkraft för kreativitet inom upplevelseindustrin och genom att medverkande högskolor inriktat sig på olika områden och kompetenser finns det en unik möjlighet att bordercrossa dessa under ett utbildningstema. Genom att behandla ett tema t ex storytelling från olika högskolors unika kompetensprofil (t ex spel, litteratur, medier, turism) erbjuder AHA-Akademien en möjlighet till en intressant bordercrossutbildning som kan bli nyskapande och inspirerande för kompetens- och affärsutveckling inom upplevelseindustrin.

Under Workshop-1 genomfördes en idéinventering om vad vi ansåg viktiga huvudteman som vi kan bidra med utifrån resp högskolas specialkompetenser "Hur UI fungerar". Utifrån denna diskussion beslöt vi att sammanfatta våra kompetenserbjudanden inom fyra huvudteman : Berättande och storytelling, Rumslig gestaltning, Omvärldsanalys och Personalutveckling (värdskap m.m.). Dessa teman är formulerade ur högskolornas perspektiv på vad som skulle kunna vara till nytta för upplevelseindustrin och kommer att ligga till grund för de första erbjudna utbildningarna enligt denna modell B. Framöver kommer sedan omvärldsanalys och dialog med branschen att leda till fortsatt utveckling av AHA-Akademien.

Dessa teman utgör då olika sätt att paketera utbildningen på. Det innebär att vi kombinerar ihop unika kompetenser från de olika högskolorna för att inspireras och nyskapa kunskaper, kompetenser och idéer för upplevelseindustrin.



I det första upplägget som vi arbetar efter ska varje högskola anordna två kurser per år tillsammans med minst en annan högskola. Arbetet är menat att organiseras enligt modellen nedan. Ett upplägg som närmare beskrivs i avsnittet om organisationen. Inventeringen av de kurser och kompetenser som är tänkt att ingå i modell B finns under avsnittet om Upplevelseindustriskaper.



I modellen enligt figuren ovan är samverkan mellan värdhögskolan och inbjudna högskolor central och skapar det unika erbjudande AHA-Akademien står för. På samma sätt är samverkan mellan värdhögskola/mötesplats och de nätverk kopplade till mötesplatsen viktig för dialogen kring de utbildningar och teman som är av värde för upplevelseindustrin.

C. Virtuellt resande

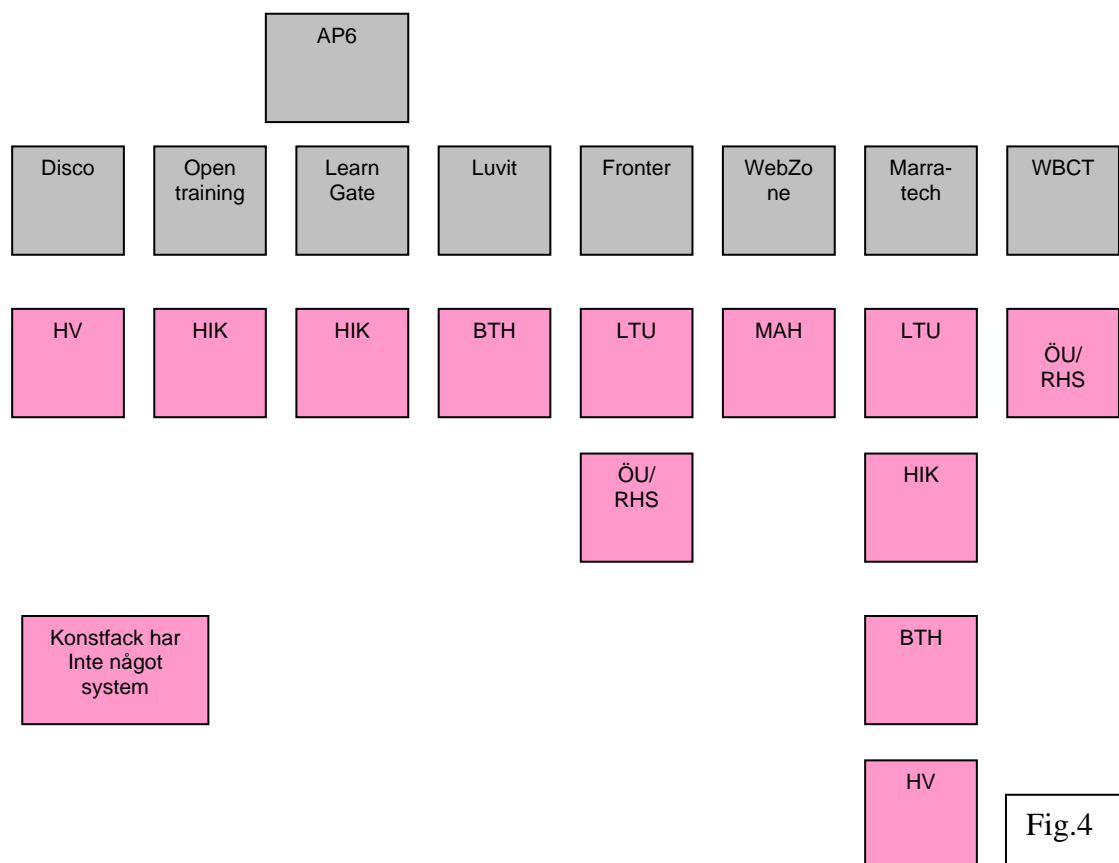
Förutom modell A och B ser vi en utveckling där vi gemensamt ger kurser på distans via webben. Anledningen till att vi önskar även modell C inom AHA-akademien är att virtuella kurser skulle kunna fungera som en inkörspport till utbildningar enligt modell A och B. Dvs. en rekryteringsväg för studier inom AHA-akademien.

Modell C kan genomföras på två sätt.

- 1) Dels paketera befintliga distanskurser som finns vid medverkande högskolor och som presenteras längre fram i detta avsnitt. Dessa kommer att samlas under en gemensam AHA-akademien.se hemsida med länkar till respektive kurs.
- 2) Dels kommer det för AHA-akademien tas fram speciella distanskurser utifrån ovanstående fyra bordercrossmodeller och i framtiden utifrån identifierade utbildningsbehov inom eller för branschen. Inom modell två kommer AHA-akademien även att kunna erbjuda "kurspaket" av virtuella kurser från de olika högskolorna.

Modell ett är något som vi avser genomföra i inledningsskedet av akademien. Modell två avser vi att inom AHA-Akademins organisation utveckla givet att finansieringen är säkrad

Virtuella kurser under modell C som redan är befintliga vid högskolorna och redovisas i tabeller under rubriken "Befintliga kurser" nedan kommer att presenteras under AHA-akademins egna hemsida AHA-AKADEMI.SE. med länkar till respektive kurs och högskola. Genomförandet av dessa kurser sker helt inom respektive högskolas och deras distansutbildningssystem. Eftersom de olika högskolorna använder olika distansutbildningssystem, se figur 4 på nästa sida, kommer det att vara vissa samkörningsproblem vid paketering av distanskurser inom samma tema enligt modell två ovan, eftersom studenten måste använda olika utbildningssystem. Problemet för en virtuell samverkan under AHA-Akademien är att databaserade utbildningssystem för distansutbildning är dyra och underhållskrävande och varje högskola har investerar i system utifrån egna behov. I dag finns ingen gemensam nationell strategi för att samordna detta mellan högskolor, vilket gör att en student kommer att behöva jobba med flera olika utbildningssystem inom AHA-akademien. Önskvärt vore därför om KK-stiftelsen och högskolorna verkar för utvecklandet av ett nationellt gemensamt distansutbildningssystem för att underlätta samverkan av distanskurser mellan högskolorna. Detta samverkansarbete ligger dock utanför AHA-akademins initiala uppdrag.



Befintliga kurser

De kurser som varje lärosäte idag har virtuellt inom området Upplevelseindustri inventerades och varje lärosäte fick också redogöra för de kurser som troligen är webbkurser inom två år. Intentionen är alltså att dessa kurser ska listas på exempelvis AHA-akademins hemsida så att företag och organisationer kan beställa dem om de önskar.

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn

Kurs	Poäng	System
Digital Story Telling	5	Luvit, Marratech
Web 2.0 teori och praktik	5	Luvit, Marratech
IT: Utveckling och användning ur Genusperspektiv	5	Luvit, Marratech
IT-juridik.	5	Luvit

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred

Kurs	Poäng	System
Företagsekonomi A – Organisation, marknadsföring	15 HP halvfart	Learngate
Projektledning Musik och Event	10 p halvfart	Learngate
Turismvetenskap Projektledning,	15 HP halvfart	Learngate
Introduktion till Entreprenörskap	7,5 HP halvfart	Learngate
Tillämpad Storytelling	7,5 HP kvartsfart	Learngate

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan

Kursnamn	Poäng	System
Att vägleda med stöd av ny teknik	5	Disco, videokonf, Marratech, MSN, Strömmande
Databaser och databasdesign	5	Disco, Marratech, Strömmande
Design av Multimedia	5	Videokonferens, Strömmande
Didaktik för distansutbildning	5	Disco, Strömmande
Digital videoproduktion	5	Disco, Strömmande, Blog
Digitala distributionsformer	5	Disco, Marratech, Strömmande, MSN, iPod, MSN
Film och redigering i digitala media	5	Disco, Strömmande
Grafisk design för Internet	5	Disco, Strömmande, MSN
Informationsstrukturer och XML	5	Disco, MSN, Strömmande
Intranet/internet-tjänster	5	Disco
Kodningsspråk och HTML	5	Disco, MSN, Strömmande
Produktion och distribution av multimedia	10	Disco, MSN, Strömmande, Pod casting, mobiltel.
Människa – datorinteraktion	5	Disco, Strömmande
Planering av produktion	5	Disco, Strömmande
Systemering med användarfokus	5	Disco, Strömmande
Undervisning genom Digitala Media	5	Disco, Strömmande
Vektorgrafik och animation	5	Disco, MSN, Strömmande

Malmö högskola/Mötesplats Malmö

Kurs	Poäng	System	I samarbete med
Art, heritage and social change	10	Webzone	-
Barn och ungdomars socialisation och lärande	10	Webzone	-
Communication for Development	40	Webzone	-
Corporate Identity and Organizational Communication	10	Webzone	-
Etnografiska designmetoder	10	Webzone	-
Introduktion till Interaktiv ljuddesign	10	Kursens e-lärandeplattform är interactivesound.org	-
Kulturjournalistik	20	Webzone	-
Media and Conflict/Health Communication	10	Webzone	-
Teknikutveckling och användare: ur genusperspektiv	10	LUVIT	BTH

Örebro universitet-RHS/Mötesplats Hällefors

Kurs	Poäng	System	I samarbete med
Dryck 1	5	WEBct	
Sensorik		WEBct	- Meny KK-stiftelsen

Kurser som kan vara aktuella om två år

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn

Kurs	Poäng	System
Digital multimediateori	5	
Remediations: text, film, dataspel	5	

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred

Kurs	Poäng	System
Upplevelseproduktion	80	Learngate
Introduktion till upplevelseindustrin	10	Learngate
Levandegöra natur och kultur/storytelling	5	Learngate
Kultur och platsutveckling	10	Learngate
Natur och platsutveckling	10	Learngate

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan

Kursnamn	Poäng	System
Användarorienterad designmetodik		
Design av Multimedia		
Digital berättarteknik		
Digital publicering av bild och text		
Digitalt ljud och bearbetning		
Interaktion och grafik		
Interaktion och multimedia		
Internetprogrammering		
Introduktion till 3D-grafik		
Introduktion till medieinformatik		

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå

Kurs	Poäng	System	I samarbete med
Interpretation	5	Fronter, Marratech	Hällefors
Upplevelsekunskap	5	Fronter, Marratech	-
Kreativtetsmanagement	5	Fronter, Marratech	-
Landskapsresurser för uppl.prod.	5	Fronter, Marratech	-
Naturkunskap för uppl.prod.	10	Fronter, Marratech	-

Pedagogik

Diskussionen kring vilken pedagogik som skulle användas var mycket viktig och en väsentlig utgångspunkt i arbetet. Gruppen enades om att utbildningarna exempelvis skulle omfatta följande inslag:

- Platscase
- Eget case
- Behovsstyrt resande
- Upplevelsebaserat lärande
- Lokala nätverk + behovsanalys
 - Case
 - Reflektion
 - Tillämpning

Upplevelseindustrikunskaper

Skillnaden mellan ämnena ”om UI – delområdeskunskap” & ”hur UI fungerar – upplevelsekunskap”

”Om UI – delområdeskunskap”

”Om UI – delområdeskunskap” behandlar de olika branscher som ryms inom upplevelseindustrin utifrån ett ”ax till limpa” –perspektiv. Dessa brukar benämnas som de ”hårda” -förklaringstermerna av en bransch. Det handlar t.ex. om att kunna förklara:

- en branschstruktur
- vem gör affärer med vem
- på vilka villkor görs affärer
- affärsprocesser
- system
- aktörer
- branschens omsättning
- handelshinder
- utvecklingsbehov
- etc.

Traditionellt brukar branschföreningar besitta denna typ av kunskaper. Syftet med kunskaperna i aha-akademin är att öka beställarförmågan hos aktörer som av någon anledning kan vara intresserade av att köpa (eller för den delen investera på annat sätt) av upplevelseindustriella aktörer. Genom att öka deras generella kunskap om branscher inom UI ökar deras förmåga att beställa från UI.

”Hur UI fungerar – upplevelsekunskap”

”Hur UI fungerar – upplevelsekunskap” behandlar de kunskaper som UI aktörer använder när de producerar sina produkter, varor och tjänster. Dessa brukar benämnas som de ”mjuka” –förklaringstermerna av en bransch. Det handlar t.ex. om att kunna förklara:

- sensorik
- kognition
- hjärnans upplevelseförmåga
- PR
- upplevelsevärde av en produkt
- gestaltning
- konceptutveckling
- pitch
- attityder
- kulturer
- etc.

Oftast är dessa kunskaper s.k. ”tyst kunskap” och det är svårt att finna ord för den. Kunskaperna är ur ett akademiskt perspektiv tvärsektoriella och kommer från psykologin, ekonomin, etnologin, kulturgeografen etc. När de sedan används i UI bildar de tillsammans nya kunskaper och blir därmed svårdefinierade.

I det upplevelsesamhälle vi lever i där vi sedan länge lämnat stadiet där det räckte med att produkter och tjänster bara hade en funktion (obs! det handlar inte om att funktionen är borttagen eller oviktig bara om att den inte längre är tillräcklig) spelar de kunskaper som UI:s industrier besitter en allt viktigare roll i alla typ av industrier. Förmågan att skapa image, varumärken, kundlojalitet etc. – en slags kunskap om människan sinnen och hur de skall tilltalas för att öka en produkts värde, dessa kunskaper har alltid varit en grundförutsättning i de flesta UI – branscher. De kunskaper som UI använder när de producerar sina egna produkter, varor eller tjänster har således kommit att spela en viktig roll i all affärsutveckling för att attrahera upplevelsesamhällets konsumenter. ”Hur UI fungerar – upplevelsekunskaper” kan i sig också sägas innehålla en hård och en mjuk del. Dels de mjuka kunskaper som handlar om hur människan fungerar (kreativa ämnen) och dels de hårda kunskaper om hur man säljer upplevelser (affärsutvecklings ämnen).

Det bör noteras om att mellan de två nyss nämnda kunskaper finns det en suddig skärningspunkt. Utgångspunkterna för de två kunskaperna är dock mycket tydliga.

Vid workshop-1 inventerades de medverkande högskolornas kompetenser kring "om UI" och "hur UI fungerar" dessa finns listade i Bilaga 3. För att en världshögskola enligt utbildningsmodell B lätt ska kunna få kontakt med lämpliga personer vid de andra högskolorna så finns i Bilaga 2 en lista med kontaktpersoner. Det är dock viktigt att poängtera att det är Bilaga 3 som utgör den ursprungliga och kompletta kompetensinventeringen. Varje högskola har sedan valt ut vissa av de områdena som man valt att i nuläget arbeta vidare med. Dessa redovisas i detalj i de två följande avsnitten.

”Om UI – delområdeskunskap” Inventering

”Om UI – delområdeskunskap” behandlar alltså de olika branscher som rymms inom upplevelseindustrin utifrån ett ”ax till limpa” –perspektiv. Dessa brukar benämnas som de ”hårda” -förklaringstermerna av en bransch. Den inventering som gjordes inledningsvis finns som Bilaga 3. I nuläget valde respektive lärosäte att arbeta vidare med en del av dessa områden. Dessa områden är följande: (det som står inom parantes är områden som deltagarna kan assistera inom)

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn: Digitala medier, Berättande samt Spel

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred: Musik, Turism & upplevelser samt Digitala medier

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan: Medieproduktion

Konstfack: Design, Rumsgestaltning

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå: Turism, (marknadskommunikation)

Malmö högskola/Mötesplats Malmö: Interaktionsdesign, Nya medier, Spel

Örebro Universitet-RHS/Mötesplats Grythyttan: Måltid

Varje högskola/mötesplats har sedan fått beskriva vad man anser sig kunna bidra med inom detta område vad det gäller:

- Studiebesök
- Föreläsningar
- Gränsöverskridande (exempel)
- Kreativa processer (gestalta, exemplifiera, förklara)
- Platscase

Redogörelsen finns nedan i tabellform och vissa högskolor har valt att ha med en förklarande text. På den horisontella axeln presenteras olika kurser. De kan studeras var för sig eller samtliga i en serie. Varje kurs kan vara en 5-poängskurs eller minimum en kort kurs omfattande två dagar. På den vertikala axeln presenteras olika metoder för kunskapsöverföring

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn

Förklaring till Blekinges tabell

1. OM SPEL (kan utvecklas 2007)

hur de skapas och vad de kan användas till och vad man kan lära av dem

- *för traditionella företag och yrkesutövare i tjänste- och tillverkningssektor*
- *för företag och yrkesutövare från andra delområden inom UI*

2. BERÄTTANDE SOM UPPELVESEKUNSKAP FÖR UI OCH ANDRA

(kan utvecklas 2008 och förslagen i tabellen ska ses som fokusområden)

hur man skapar berättelser och vilka former av berättande som används i interaktiva medier (hypermedier) som exempelvis spel och litterär hypertext samt vilka möjligheter till kommunikation och interaktion de ger, samt vad detta kan användas till i affärs- och produktutveckling för UI

- *för företag och yrkesutövare från andra delområden inom UI*
- *för traditionella företag och yrkesutövare i tjänste- och tillverkningssektor*
-

3. DIGITALT HANTVERK (ges delvis redan som beställda work-shops)

hur de senaste digitala verktygen kan används i skapande verksamheter för att gestalta skilda innehåll i digital form - video, ljud/musik, digitala spel, webb, grafik, 2D- och 3D-animationer. I dessa lär redan yrkesverksamma genom att göra – hands-on.

1 och 2 kan ges som koncentrerade tvådagarskurser eller som sex till åtta träffar exempelvis omväxlande ute på företag i kunskapsnätverken och på BTH. Vi kan också tänka oss att kombinera med en resa till assisterande högskola om beställaren så önskar. 3 kan ges som koncentrerad tvådagarskurs på BTH eller på annat sätt som beställaren vill. 1 och 2 och 3 kan kombineras på flera sätt.

Tabellen finner ni på följande sida:

Anledning till att nedanstående tabell är samma som den längre fram är för att BTH valde att peka ut tre områden; spel, berättande och digitalt hantverk, i såväl kategorin ”områdeskunskap” och ”upplevelsekunskap” trots att de i den korta förklaring som inleder BTH:s förslag pekat på spel som i första skedet (år ett och två i aha-akdemins verksamhet) mer som ”områdeskunskapskurs” och berättande och digitalt hantverk som mer ”upplevelsekunskapskurs”. Det beror på att deras tankar om att konkret utveckla de här kurserna i nära samarbete med de nätverk av företag och yrkesverksamma som nämns ovan. Det innebär att det kan bli fler kurser inom samma områden; exempelvis en ”områdeskunskapskurs om spel, spelutveckling/produktion och spelande” och en ”upplevelsekunskapskurs i digitala spel – kunskap, hantverk och kreativitet i spelutveckling/produktion och spelcommunities”. Det är också möjligt att nätverken vill ha blandformer av områdena.

Tabell Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn

	Spel	Berättande	Digitalt hantverk
Studiebesök	Spelföretag: Game Port, Custom Red, Avalon, Serious Games, Adver Games SOFE, Digitala spel Kreativum: upplevelselärande & spel	Sagomuseet Marinmuseum SOFE, Digitala spel Spelföretag	
Föreläsningar	Svenska spel – en framgångssaga Hur görs spel? Datorspelets värdekedja Interaktiv underhållning On-line spel och dess möjligheter The Devil made me do it! Spel farliga? Spel och upplevelsebaserat lärande Spel och affärs- & produktutveckling Spel för lek & rörelse: gps, sensor, dator	Berättande i spel Interaktiv litteratur: hypertext Digital Story Telling Web 2.0 Digital multimedialpoesi Genus & digitala media Crossmedialt berättande Remediations: text, film, dataspel – retorik, representation, teknik	
Gränsöverskridande	Hands-on-spel med studenter på BTH Rollspel lajv	Workshop Patchwork girl - hypertextroman Workshop berättande i spel	Workshop Video Ljud Musik Spel Webb 2D 3D
Kreativa processer	Kreativa processer i spel design Kreativt ledarskap i kreativa processer	Konceptutveckling icke-linjärt berättande & crossmedialt dito	Digitalt hantverk Gestaltning
Platscase	Skärskåda ett givet spel och ge förslag på användning utanför det nuvarande	Skapa egen crossmedial och/eller interaktiv berättelse	Egen digital mini produktion
Assistans	Högskolan i Kalmar: Spel som marknadsföring? Musik/video/spel Högskolan Väst: Film i relation till spel	Högskolan Malmö: Berättande	

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred

	Turism/event	Digitala medier	Musik
Studiebesök	Festivalen RockCity bygget Konsthallen Astrid Lindgrens Värld Rookie	Studion Migreringsfabriken	RockCity bygget Festivalkontoret Skrikhult production Studion Konserthallen Skivbolag
Föreläsningar	JP Bordahl festivalgeneral Therese Elofsson sponsring av event Mikael Ahlerup – Vd ALV Putte Svensson – Vd RockCity AB	Daniel Johansson, doktorand BTH– upphovsrätt, migreringsteknik Ulf Myrestam – chef SVT syd TV formatet i den nya digitala världen. Jan Nordlund +46, multimedia och underhållning i digitala kanaler	Joppe Pihlgren – Artist, tv producent Petri H. Lundén – management och att leda kreativa människor Lars Rönnlund – musikindustrins affärsstruktur och modeller Kjell Arvidsson – företagsekonomi i musikindustrin
Gränsöverskridande		Migreringsfabriken	Migreringsfabriken, +46 Jan Nordlund
Kreativa processer	Festivalens bokningsgrupp Skrikhults bokningsgrupp	SVT – programformat i digitala kanaler	Låtskrivare Artister
Platscase	Affärsutveckling av festivalen baserat på olika händelser Affärsutveckling av nya event i Hultsfred Affärsutveckling av RockCity Experience Affärsutvecklingscase av Astrid Lindgrens Värld	Affärsutveckling av festivalen baserat på olika händelser Affärsutvecklingscase av migreringsfabriken Affärsutvecklingscase av Musiclink AB	Affärsutveckling av festivalen baserat på olika händelser Affärsutvecklingscase av migreringsfabriken

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan

	Medieproduktion	Produktionsprocessen Från idé till pitch
Studiebesök i Trollhättan	Film i Väst; Innovatum AB. Här ryms medieföretag och verksamheter inom hela film- och mesiaproduktionsprocessen.	Film i Väst; Innovatum AB. Här ryms medieföretag och verksamheter inom hela filmproduktionsprocessen
Föreläsningar	Immaterialrätt som upphovsmannarätt, arbets- och avtalsrätt. Designprocessen ur konstnärligt, ekonomiskt och mottagarperspektiv. Medieteknik som möjliggörare för upplevelser Distributionskanalens påverkan på produkten	Idégenerering och konceptutveckling/konceptdesign
Gränsöverskridande	Personalutveckling för UI Immaterialrätt som upphovsmannarätt, arbets- och avtalsrätt. Omvärldsanalys Vad som händer inom film och mediabranschen nationellt och internationellt relaterat till immaterialrätt	Berättande och storytelling pitch
Kreativa processer	Minifilm: från idé till distribution	Utveckla och pitcha en idé inför publik
Platscase	Lösa autentiska case	Lösa ett autentiskt case
Assisterande§	BTH och Kalmar med mötesplatser	Malmö och Luleå med mötesplatser.

Konstfack/Mötesplats Stockholm

	Design	Rumsgestaltning
Studiebesök	Scania, Electrolux, Hennes & Mauritz, Ericsson	Offentliga miljöer, museer, arkitektkontor, konsthantverksverkstäder, möbeltillverkare
Föreläsningar	Design Management, Värdebaserad design, Design och känslor	Rymd och Rum, Digitala rum, Textil och rum, Konst och rum
Gränsöverskridande	Design och entreprenörskap	Inredningarkitektur möter byggnadsarkitektur. Rummet som upplevelse
Kreativa processer	Metoder för kreativa processer vid utvecklande av ny design	Den kreativa processen vid skapande av rummet.
Platscase	24-timmars case: Designa ett bruksföremål	24-timmars case: Skapa ett rum utifrån ett givet tema.

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå

	Turism	Inriktning	
Studiebesök	Isbrytaren, Piteå Havsbad IceDome, IceLab Storforsens Hotell Vilda Äventyr, Storforsen PDoL: Vinter i Piteå Akva, Teknikens hus Acusticum, LTU	Hotell, konferens, Events Ismusik Hotell, besöksmål: Naturfenomen Aktivitetsföretag Festival Besöksmål: Science Center Kreativ miljö	
Föreläsningar	Vinterturism, Nationellt/Regionalt Turismutveckling, Lokalt Lokala företagarnätverk Innovation av vinterprodukter Kreativitet och bordercrossing	Norrbottn Lappland Maja Mella, Piteå Presenterar Britt-Louise Backman Hans Gelter, LTU Hans Gelter, LTU	45 min 30 min 30 min 45 min 45 min
Gränsöverskridande	Ismusik, vinterkonferenser		
Kreativa processer	Fiktiv vinterfestival, Reflektion		
Platscase	Innovation av vinterfestival Affärsutveckling av vinterturism	Mottagare: PDoL, Jokkmokksa Marknad, m.fl. Aktivitetsföretag	
	Turism	Inriktning	
Studiebesök	Piteå Dansar och Ler Piteå Havsbad Piteå Evenemangscamping Studio Acusticum	Festival Evenemang, konferens Evenemangsboende Testplats upplevelser	
Föreläsningar	Festivalforskning Konferensutveckling Upplevelseproduktion Marknadskommunikation Kreativitet och bordercrossing Festivalbranschen	Sidsel Karlsen, Ltu Jennie Lindström, Ltu Hans Gelter, Ltu Caroline Stenbacka, Ltu Hans Gelter, Ltu VD PDoL	
Gränsöverskridande	Evenemang och kreativitet		
Kreativa processer	Produktutveckling		
Platscase	Hållbar Evenemangsturism	Mottagare: PDoL, m.fl.	

Malmö högskola/Mötesplats Malmö

	Interaktionsdesign: för att skapa nya idéer i relation till digitala objekt och dess applikationer. Handlar om studiet av de digitala mediernas och materielens brukskvaliteter i samspel med fysiska ting och i interaktion över tid.	Nya medier: för att skapa kommunikationsvägar och möjligheter för konkreta möten och kreativa diskussioner inom området Nya Medier. Handlar om studiet att förstå vad som händer inom medieutveckling, och hur det går att åstadkomma förändringar.	Spel
Studiebesök: ett lärande möte med såväl företag som forskningsprojekt	TAT - mobiltelefoniutveckling Telica - telecom Scandvision - filmproduktion, mobil interaktion Scalado - bildhantering, kameror, mobiltelefoner Instant Phone Guides - storytelling on demand via mobil Five Star Day - webbutveckling Ex forskningsprojektet Day-to-day Learning Within Healthcare With the Support of Mobile IT. Se http://www.creativeenvironments.mah.se/project.asp?page=projects&id=58	Sveriges Television Syd, Malmö. Sveriges Radio, Malmö. TAT - mobiltelefoniutveckling Scandvision - filmproduktion, mobil interaktion Instant Phone Guides - storytelling on demand via mobil Five Star Day - webbutveckling Forskningsprojektet New Media for a New Millenium (Se http://www.ist-nm2.org/) om interaktiva nyhetsprogram.	Ozma Spel design - design- och konceptutvecklingsföretag med inriktning på spel. Massive Entertainment - spelutveckling Forskningsprojektet Shadowplay – Simulated illumination in game worlds. Se http://webzone.k3.mah.se/projects/shadowplay/
Föreläsningar:	<p>Teknik (kontaktperson Bo Peterson):</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Objektorienterad programmering ○ Gränssnittsdesign ○ Datakommunikation och nätverk <p>Brukskvaliteter och brukskontext (Jonas Löwgren) Visuell kommunikation (Christel Brost) Sinnen och sensorer (Bo Peterson) Lekens kognitiva betydelse (Åsa Harvard) Digitala mediers roll i det offentliga rummet (Pelle Ehn, Jonas Löwgren) Interaktivt berättande (Ylva Gislén, Kristoffer Gansing)</p>	<p>Berättande:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Berättande i litteratur och film (Tommy Lindholm) ○ Retorik och medier, 1-20 poäng (Inger Lindstedt) ○ Networked Digital Storytelling (Kristoffer Gansing) <p>Att förstå medieanvändning:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Rörliga bilder, identitet och teknologi (Tommy Lindholm) ○ Populärkulturen i Sverige (Bo Reimer) ○ Estetikens historia och funktioner (Tommy Lindholm) <p>Att förstå nyskapande:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ History of Interactive Art (Camille Norment, Erling Björgvinsson) ○ Experimentell radioproduktion (Åsa Ståhl, Kristina Lindström) ○ Experimentell TV-produktion (Pernilla Severson) <p>Strategisk utveckling</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Den kulturella ekonomin (José Barbosa) ○ Cultural Planning 	<p>Spel design:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Utveckling av pedagogiska datorspel (Simon Niedenthal)

		(Kathrine Winkelhorn) o Communication for Development (Oscar Hemer) Omvärldsanalys och marknadskommunikation (Kjell Mårtensson)	
Gränsöverskridande (Grythyttan Måltidsakademi)	MINC Forskningsprojekt.	MINC Forskningsprojekt.	Forskningsprojekt, ex Shadowplay
Kreativa processer:	Designprocessen för interaktiva medier	Flervetenskapliga samspel för att skapa berättande i nya medier	Spelprocessen för att hitta nya sätt att producera och kommunicera på.
Platscase: ska präglas av platsens särskilda förutsättningar för kreativitet.	Utformning av interaktiva medier relevanta för i olika UI-områden utifrån en designprocess.	Gestaltande av berättande i nya medier. Ex storytelling on demand via mobil, framtidens nyheter, att marknadsföra kulturprojekt på nya plattformar.	Produktion och kommunikation av nya medier utifrån speldesignprocessen (hur det går att använda lärdomar från social interaktionsdesign av virtuella världar och spelkontexter).

Örebro universitet/Mötesplats Hällefors

	Måltid
Studiebesök:	Måltidens Hus Kokboksmuseet Grythyttans Gästgiveri Loka Brunn
Föreläsningar:	Måltidsupplevelsen, Måltidens fem aspekter (FAMM), Måltiden i samhället, Sensorik
Gränsöverskridande:	Måltidsakademien
Kreativa processer:	Estetisk måltidsgestaltning
Platscase:	Gestaltande av en måltid utifrån en designprocess

”Hur UI fungerar – upplevelsekunskap” Inventering

”Hur UI fungerar – upplevelsekunskap” behandlar alltså de kunskaper som UI aktörer använder när de producerar sina produkter, varor och tjänster. Dessa brukar benämnas som de ”mjuka” – förklaringstermerna av en bransch. Den inventering som gjordes inledningsvis finns under Bilaga 3. Här finner ni de områden som man in nuläget valt att arbeta vidare med. (inom parantes finner ni de som man kan assistera inom):

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn: Spel; Kunskapsnätverk; digital teknik; (Ethno-research och innovationssystem); (Spel); (Nya medier och berättande)

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred: Kulturell ekonomi; Entreprenörskap i upplevelseindustrin; Omvärldsanalys, populärkultur, ungdomskultur och sociokulturella faktorer; Hållplatser inom den kulturella ekonomin; (Upphovsrätt inom upplevelseindustrin); (Kulturell ekonomi)

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan: Medieproduktion; Filmproduktion med 3D teknik och konstnärlig gestaltning (dramaturgi)

Konstfack/Stockholm: Rumsgestaltning, Entreprenörskap

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå: Värdskap inom turism, Rumslig gestaltning; (Upplevelsekunskap); (Entreprenörskap)

Malmö högskola/Mötesplats Malmö: Klassiskt berättande och relationen till (nya) medier; Digital storytelling; Rumslighetens betydelse för berättande; Etnografiska angreppssätt (Entreprenörskap)

Örebro universitet-RHS/Mötesplats Grythyttan: Måltidsupplevelse, produkt, mötet, rummet, styrsystem; (Måltidsupplevelse)

När väl inventeringen var klar så valde varje lärosäte att inledningsvis fokusera på vissa delar. Dessa delar är närmre presenterade här i tabeller. Upplägget ser även här ut på det viset att den horisontella axeln presenteras olika kurser. De kan studeras var för sig eller samtliga i en serie. Varje kurs kan vara en 5-poängskurs eller minimum en kort kurs omfattande två dagar. På den vertikala axeln presenteras olika metoder för kunskapsöverföring

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn

	Spel	Berättande	Digitalt hantverk
Studiebesök	Spelföretag: Game Port, Custom Red, Avalon, Serious Games, Adver Games SOFE, Digitala spel Kreativum: upplevelselärande & spel	Sagomuseet Marinmuseum SOFE, Digitala spel Spelföretag	
Föreläsningar	Svenska spel – en framgångssaga Hur görs spel? Datorspelets värdekedja Interaktiv underhållning On-line spel och dess möjligheter The Devil made me do it! Spel farliga? Spel och upplevelsebaserat lärande Spel och affärs- & produktutveckling Spel för lek & rörelse: gps, sensor, dator	Berättande i spel Interaktiv litteratur: hypertext Digital Story Telling Web 2.0 Digital multimedialpoesi Genus & digitala media Crossmedialt berättande Remediations: text, film, dataspel – retorik, representation, teknik	
Gränsöverskridande	Hands-on-spel med studenter på BTH Rollspel lajv	Workshop Patchwork girl - hypertextroman Workshop berättande i spel	Workshop Video Ljud Musik Spel Webb 2D 3D
Kreativa processer	Kreativa processer i speldesign Kreativt ledarskap i kreativa processer	Konceptutveckling icke-linjärt berättande & crossmedialt dito	Digitalt hantverk Gestaltning
Platscase	Skärskåda ett givet spel och ge förslag på användning utanför det nuvarande	Skapa egen crossmedial och/eller interaktiv berättelse	Egen digital mini produktion
Assistans	Högskolan i Kalmar: Spel som marknadsföring? Musik/video/spel Högskolan Väst: Film i relation till spel	Högskolan Malmö: Berättande	

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred

Högskolan i Kalmar har tillsammans med Mötesplats Hultsfred arbetat fram ett upplägg för AHA-akademin. Vi erbjuder fyra teoretiska block som kan användas antingen i en två dagars upplevelsefylld utbildning, i en ren föreläsningsserie eller i en utbildning via webben. När föreläsningarna ligger under två dagar med fokus på ett upplevelsebaserat lärande kan det se ut på följande vis. Företagen kommer till RockCity och tanken är då att de under 48 h ska driva en festival. De får bland annat comradio och delas upp i olika team som i princip tävlar mot varandra. Som assisterande högskolor kan flera vara aktuella. Tex BTH med ämnet ”spel som affärsutveckling”. Men även övriga är absolut aktuella i detta koncept. Under dagarna får eleverna hantera konkreta händelser såsom ex att ungdomar bojkottar festivalen. Efter några teoretiska block får sen deltagarna konkret lösa caset och avslutningsvis diskuterar man kring hur denna kunskap kan användas i deras egen verksamhet. Nästa tilltänkta händelse är att festivalen går dåligt trots att alla biljetter är slutsålda. Hur skapar man mervärde och ur kan man affärsutveckla inom upplevelseindustrin? Samma ordning följer: teoretiska block, case och reflektion.

	Kulturell ekonomi	Populärkultur/ ungdomskultur	Platsmarknads- föring/ kulturella hållplatser	Affärsutv. inom upplevelse- industrin
Studiebesök	Festivalen. RockCity bygget Konsthallen Astrid Lindgrens Värld. Rookie	Festivalen Rock City	Hultsfred	Rock City Festivalen
Föreläsningar	Susanne Johansson ”Ny ekonomi – Ny kunskap” Lars Aronsson ”Transformations- ekonomi”	Jonas Bjälesjö ”Hi, my name is Hultsfred”	Lars Aronsson ”Hållplatser i den kulturella eknomin” Susanne Johansson ”kultur som lokaliserings- faktor”	Max-Mikael Björling ”Gör affärer av en upplevelse” Susanne Johansson ”Attraktionskraft med stöd av upplevelser” Lars Lindqvist ”Ledarskap och kreativitet”
Gränsöver- skridande	RockCity	RockCity	RockCity	RockCity
Kreativa processer	Deltagarna får agera festivalledare. Olika händelser inträffar och utifrån teoretisk kunskap ska sen deltagarna lösa praktiska case.	Samma	Samma	Samma
Platscase		Problemlösning. Vad gör man om ungdomar ratar festivalen på exempelvis bloggar. Hur kan vi arbeta med populär- och ungdomskultur	Problemlösning. Vad gör man om ungdomar ratar festivalen på exempelvis bloggar. Hur kan vi arbeta med populär- och ungdomskultur	Affärsutveckling av festivalen baserat på olika händelser Affärsutveckling av nya event i Hultsfred
Assisterande			Luleå- Upplevelseproduk tion	BTH-affärsutveckling genom spel

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan

	Filmproduktion med 3D teknik och konstnärlig gestaltning	Medieproduktion
Studiebesök	Film i väst Stenebyskolan och 3D animations -utbildningen	Film i Väst, Innovatum AB; Här ryms medieföretag och verksamheter inom hela filmproduktionsprocessen.
Föreläsningar	Den konstnärliga processens innehåll, syfte, metoder och verktyg Introduktion av mediet 3D Introduktion av konstnärlig gestaltning	Designprocessen ur konstnärligt, ekonomiskt och mottagarperspektiv. Medieteknik som möjliggörare för upplevelser Distributionskanalens påverkan på produkten
Gränsöverskridande	Fiktiva rum- vad är verkligt- Den mentala realismen Offentliga Virtuella rum-	Lärande underhållning eller underhållande lärande
Kreativa processer	Idégenerering Konceptutveckling och personlig tolkning vid gestaltandet Den kreativa processen Metoder att arbeta med under den kreativa processen vid Designutveckling och visualisering av historier, känslor stämningar etc.	Konceptdesign, idégenerering, prototyping
Platscase	<u>Mini3D modellering</u> : prova på teknikens grundläggande tekniker och metoder	Visualisera i VR-studion? Minifilm: prova på hela processen?
Assisterande	Malmö, BTH	

Konstfack/Mötesplats Stockholm

	Rumsgestaltning	Entreprenörskap
Studiebesök	Olika offentliga miljöer. Konsthantverksverkstäder.	Investor, Riskkapitalbolag, Handelshögskolan i Stockholm, SSES
Föreläsningar	Det offentliga rummet. Textil i rummet, Keramik och glas i rummet, Rymden i rummet. Ljudet i rummet.	Relaterat till kreativa näringar: Strategi, Organisation, Entreprenörskap, Ledarskap, Marknadsföring, Att tolka och analysera affärsrevisning
Gränsöverskridande	Samarbete med KTH-Arkitektskolan och Digitalstudion (ljud)	Samarbete med Handelshögskolan I Stockholm och SSES
Kreativa processer	Den kreativa processen i skapandet av det offentliga rummet	Att starta företag i kreativa näringar
Platscase	Forma det offentliga rummet.	Att starta företag i kreativa näringar
Assisterande	Högskolan i Kalmar: BTH: Spel som marknadsföring Musik/video/spel Högskolan Väst: Film i relation till spel	

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå

	Värdskap inom turism	Rumslig gestaltning
Studiebesök:		Piteå Havsbad Jävregården
Föreläsningar:	Värdskap TQM och TEM Kroppsspråk Kundförståelse Upplevelsekunskap	Rumslig gestaltning Design och arkitektur Upplevelseproduktion TEM Sensoritik
Gränsöverskridande:		Design och upplevelse
Kreativa processer:	Case analys	Anläggningsdesign
Platscase:	Värdskap inom festival och events	Affärsutveckling av den egna anläggningen

Malmö högskola/Mötesplats Malmö

De fyra områden som presenteras här finns alla i redan utvecklade kurser men kommer i det här sammanhanget att ytterligare finna en bra mötespunkt mellan högskola och näringsliv. Områdena har valts i samråd med Media Mötesplats Malmö där samproduktionsmöjligheter varit styrande – att inte bara högskolan ska agera kunskapsinnehavare utan även Mötesplatsen bidrar i ”kunskapandet”. Ett metodförsök, så kallade Blixtseminarium för att väcka intresse för hur UI fungerar, har redan genomförts. Utveckling av områdena kan ske med start våren 2007.

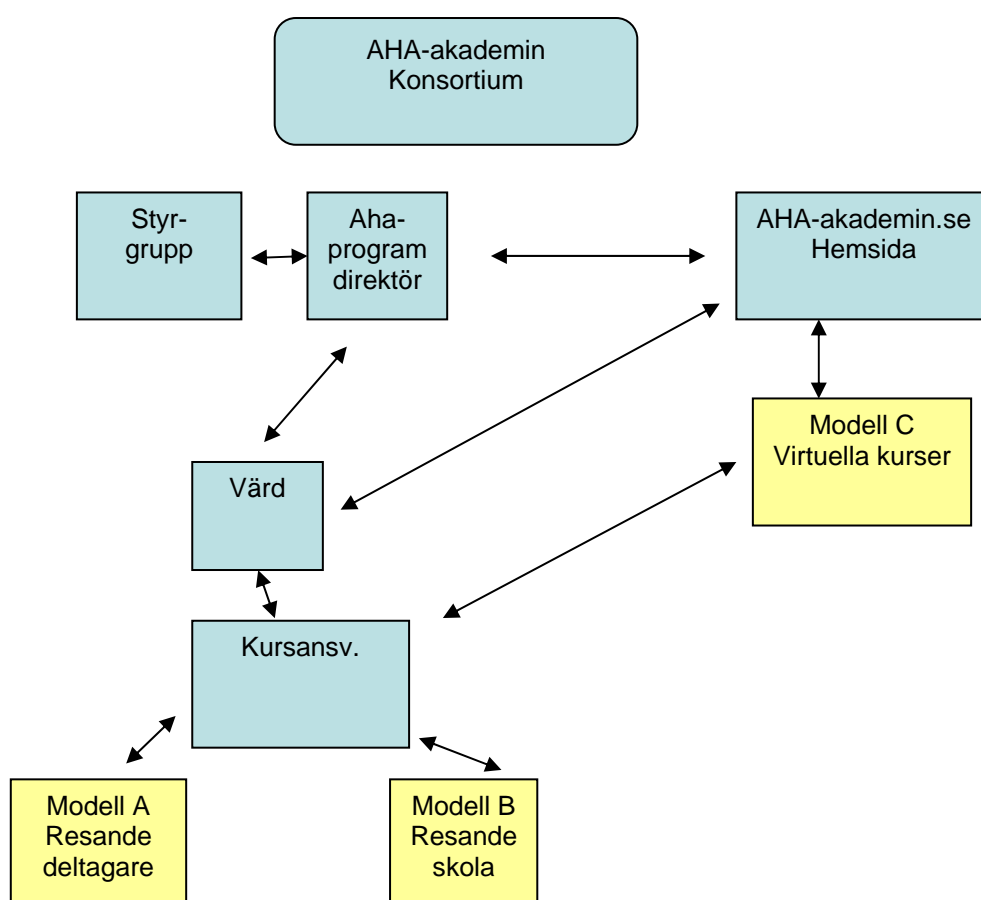
	Klassiskt berättande och relationen till (nya) medier	Digital storytelling	Rumslighetens betydelse för berättande	Etnografiska angreppssätt
Studiebesök	Ex Mediekoncernen Egmonts sätt att arbeta med den här relationen. Ex Damancos sätt att arbeta med konceptuell och konstnärlig kommunikation som både kan vara visuell och processinriktad.	Ex Instant Infotainment Scandinavia om tjänsten Instant Phone guides – storytelling on demand.	Ex SMHI om nya vädertjänsten.	Ex forskningsprojektet Day-to-day Learning Within Healthcare With the Support of Mobile IT (Erling Björgvinsson, Per-Anders Hillgren, Pelle Ehn). Se http://www.creativeenvironments.mah.se/project.asp?page=projects&id=58
Föreläsningar	Retorik och medier. Litteratur och medier. Berättande i litteratur och film. Spel och berättande.	Digital storytelling Kollaborativt berättande Digital journalism	Vardagslivet dialektiska samspel mellan det lokala och det globala. Platsbundet berättande i litteraturen. Det filmiska berättandets påverkan på planeringens praktik och sätt att se på staden	Etnografiska designmetoder Etnografi och nya medier
Gränsöverskridande	Teaterhögskolan.	NM2 – forskningsprojektet	Malmö stad	Ex marknadsföringsföretag, olika enheter på högskolan.
\$Kreativa processer	Berättande som kreativ process	Hur tillämpa digital storytelling i olika UI-områden	Att gestalta rumslighet med berättande, och tvärtom	Etnografi
Platscase	Gör om en skönlitterär bok till ett spel.	Utveckla traditionell SVT-verksamhet utifrån digital storytelling-processen.	Berättelsen om Malmö i Malmö	Affärsutveckling genom etnografi
Assisterande	Karlshamn, BTH.	Karlshamn, BTH.	Karlshamn, BTH. Grythyttan. Konstfack.	Karlshamn, BTH.

Örebro universitet-RHS/Mötesplats Grythyttan

	Måltids- upplevelsen	Rummet	Mötet	Produkten	Styr- systemet
Studiebesök	Måltidens Hus Grythyttans Gästgiveri Loka Brunn	Måltidens Hus Grythyttans Gästgiveri Formens Hus	Måltidens Hus Grythyttans Gästgiveri Loka Brunn	Grythyttans Vin Bredsjö ost	
Föreläsningar	Måltidsupplevelse n Måltiden i samhället Måltidens 5 aspekter (FAMM) Sensorik	Rumslig gestaltning vid olika måltider, Design, färg och form	Värdskap vid måltider, Servicekvalitet, Kroppsspråk , Vett och etikett, Språkbruk	Sensorik, Mat och dryck, Hygien Kulinariskt hantverk	Ekonomist yrning i restaurang, Budget och redovisning
Gränsöver- skridande	AB Måltidsupplevelse r	Formens Hus	Teaterpedag ogik	AB Måltidsupplev elser	AB Måltidsupp levelser
Kreativa processer	Att gestalta en måltid	Måltidsdesign	Scenografi	Produkttester i sensoriklab.	Företagssp el
Platscase	Case Årshögtiden och måltidsprocessen	Affärsutveckli ng av måltiden och rummet baserat på olika idéer (storytelling)	Case gestaltande måltidssitua tioner genom rollspel	Produktutveck ling i forskningslab och sensoriklab	Affärsutve ckling och lönsamhet
Samarbete med andra högskolor i AHA- akademin	Dramaturgi, Högskolan Väst	Narrativitet, Malmö Högskola	Retorik, Malmö Högskola		

Organisation/Upplägg

I uppdraget från KK-stiftelsen ingick att formulera en organisation för AHA-Akademien. Frågan diskuterades vid båda mötestillfällena och vi kom fram till att för att en AHA-akademi ska bli verklighet krävs en genomtänkt organisation. Gruppen la stor vikt vid att arbeta fram modellen för hur organisationen ska se ut. Deltagarna kom fram till att för att arbetet ska vara genomförbart krävs det att ett lärosäte är ansvarig för koordinationen. Detta lärosäte ska också anställa den programdirektör som ska leda arbetet och som är kontaktperson för verksamheten. Figuren visar organisationsstrukturen och de olika delarna är mer detaljerat beskrivna nedan.



Programdirektör

Programdirektörens ansvarar för följande:

- Ekonomi
- Att göra ansökningar till externa finansiärer
- Marknadsföring
- AHA-akademin.se
- Verksamhetsplanering
- Vara kontaktperson för verksamheten.

Kravspecifikation på programdirektören

- Disputation och/eller forskningserfarenhet är önskvärt
- Omvärldsbevakare
- Näringslivskontakter
- Erfarenhet av att utveckla utbildningar
- Vana från olika samverkansprojekt
- Förankring i upplevelseindustrin
- Säljare/Kontaktskapande

Värd

Vid arbete med modell B så är varje högskola värd för ett område. Det innebär att det bör finnas en person på varje högskola som är ansvarig. Denna person ska vara samma som medlem i styrelsen och även den som är kontaktperson för högskolan mot programdirektören. På koordinerande lärosäte ska detta inte vara samma som programdirektören.

Värden ska också koordinera de kurser som utvecklas lokalt tillsammans med övriga medverkande lärosäten. Detta innefattar utveckling, planering, budget, lokal marknadsföring, genomförande och uppföljning. Arbetet ska ske i samarbete med minst ett annat lärosäte samt programdirektören.

Utveckling av kurser

Varje högskola ska utveckla den kursen som den är värd för tillsammans med minst en annan högskola. Tanken är att högskolorna ska delfinansiera utvecklingen av dessa kurser. Anledningen till det är att det blir ett sundare resonemang ang. nyttan av den specifika kursen. Från den kursavgift som sen tas ut av högskolorna ska en viss summa avräknas för den övergripande administrationen. Detta påbörjas främst när utvecklingen är klar och kurser anordnas mer löpande

Styrgrupp

En representant från varje högskola samt programdirektören kommer att utgöra en styrgrupp för akademien. Gruppen ska träffas fyra gånger per år och är beslutande när det gäller ekonomi och planering. Den person som representerar högskolan är också samma som är ansvarig för verksamheten inom AHA-akademien på just den högskolan. Däremot kan uppgifter sedan delegeras på platsen men ansvaret kvarstår. Styrgruppen ska också godkänna samtliga kurser så att AHA-akademins koncept kan upprätthållas.

Styrgruppen kommer att bestå av en representant från varje högskola samt en person från det nationella nätverket för mötesplatserna. Detta innebär att det blir 7+1+Programdirektör. = 9 personer. Deltagare i styrgruppen från respektive högskola som också är ansvarig för värdskapet på orten är:

Blekinge Tekniska Högskola	Pirjo Elovaara.
Högskolan i Kalmar	Susanne Johansson
Högskolan Väst	Lena Pareto
Konstfack	
Luleå tekniska universitet	Hansi Gelter
Malmö högskola	Pernilla Severson
Örebro universitet/RHS	Tobias Nygren

Konsortium

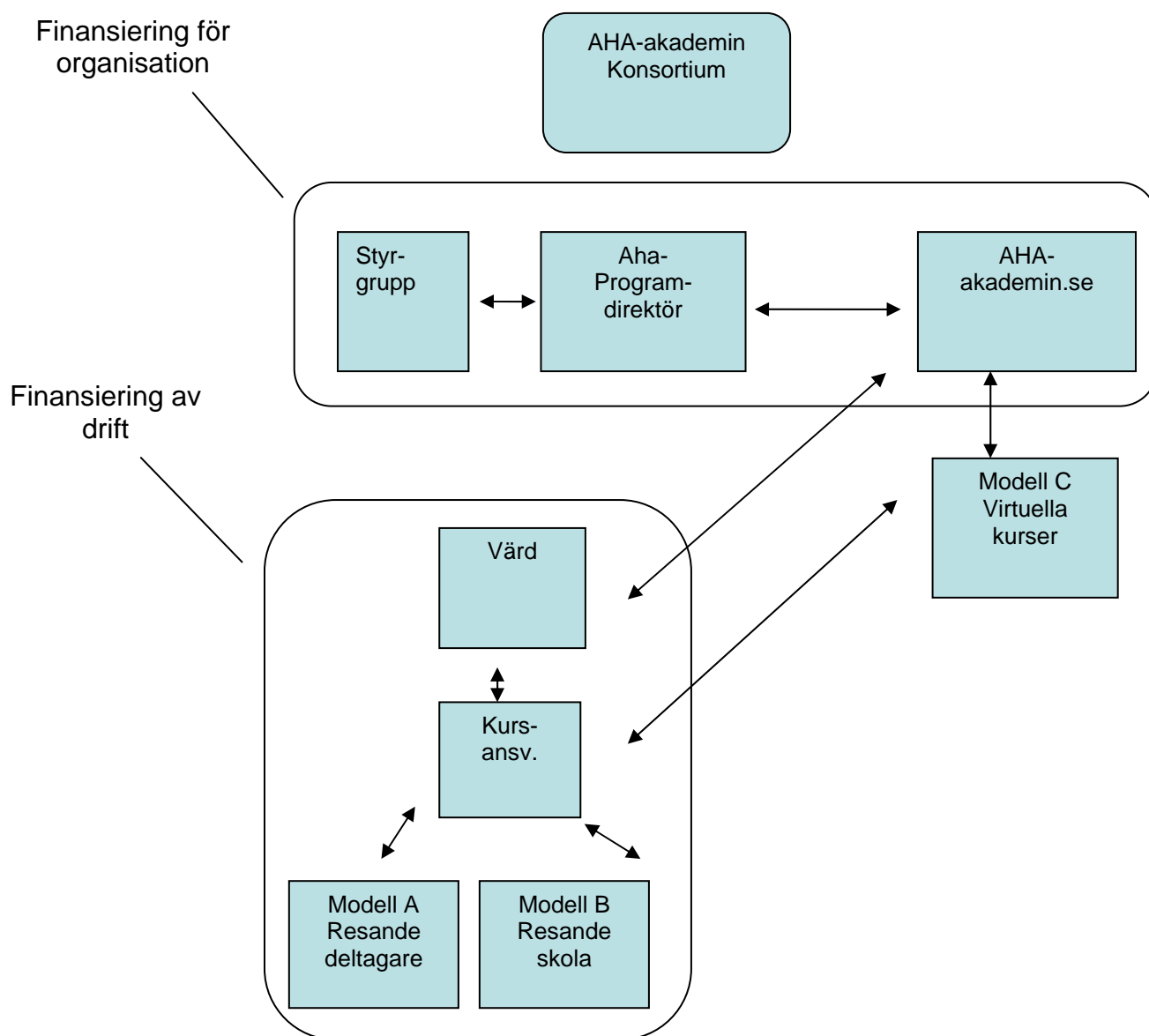
Detta är samlingen av deltagande högskolor, mötesplatser och finansiärer. Här möts akademi och näringsliv. Mötena är i första hand informativa och äger rum en gång om året. Möjligen skulle det kunna vara organiserat som ett forum.

AHA-akademien.se

Innan man går vidare och utvecklar gemensamma webbutbildningar kommer aha-akademien.se enbart att vara en informativ sida och fungera som ett verktyg i marknadsföringen. Där kommer de utbildningar som finns på respektive lärosäte/mötesplats att marknadsföras och man kommer också att presentera projektet. Givetvis blir fokus att på hemsidan få fram information om de utbildningspaket som man nu utvecklar inom AHA-akademien.

Finansiering/Budget

Under de dagar då deltagarna träffats har budgetfrågan diskuterats ingående. Vi har kommit fram till att projektet är unikt och nyskapande i sin form och alla är intresserade av att fortsätta arbetet. För att genomföra AHA-Akademien var arbetsgruppen enig att det behövs utvecklingsresurser för i första hand organisationen. Arbetsgruppen identifierade två budget delar en för finansiering av organisationen och en för finansiering av driften för de olika utbildningarna. När det gäller driften ska denna del i framtiden vara helt självfinansierande men i ett utvecklingskede krävs det att en externpart tillsammans med högskolorna själva är med och finansierar. Till utvecklingen av organisationen krävs det en extern finansiär till fullo innan verksamheten på sikt kan finansiera administrationen.



Vi föreslår en utvecklingsmodell på fem år där man ser att arbetet år sex ska vara självfinansierande. Budgeten för de fem första åren ser ut på följande sätt.

	Kurs							Finansiering		KK-stiftelsen
	utv	Pr dr	Styrgr.	Webb	Resor	Mf	Övr.	Högskolorna		
År1	700	500	250	50	200	200	100	2000	350	1650
År2	700	1000	250	10	140	200	100	2400	350	2050
År3	700	1000	250	5	100	200	100	2355	350	2005
År4	600	750	250	5	100	200	100	2005	300	1705
År5	400	500	250	5	100	200	100	1555	200	1355
	50% av kostnaden täcks av högskolorna							10315	ex moms	

Majoriteten av lärosätena har fått ett godkännande när det gäller deras finansiering men det saknas fortfarande från vissa.

Prissättning

Prissättning av kurserna diskuterades ingående under workshop-2 utifrån den erfarenhet medverkande högskolorna har av uppdragsutbildningar. Det framkom att en kurs kostar minst 25 000 kr per dag att genomföra förutom mat och logi för deltagarna. Utifrån kostnadsaspekterna för deltagarna föreslås AHA-Akademien under modell A (resande kursdeltagare) och modell B (resande "akademi") att varje kurstillfälle lämpligen omfattar två dagar och inom ett utbildningspaket max 10 dagar per år. Erfarenheten visar att mindre företag och entreprenörer kan tänka sig betala kring 2000 kr per dag. Ingen exakt prissättning för kurser bestämdes med utifrån föreslagna budget är det möjligt att genomföra utbildningar till rimliga kostnader för deltagarna. Föreslagna budgetmodell baseras på att prissättning på utbildningarna på sikt även kommer att täcka den administrativa delen av AHA-akademien. Den föreslagna budgeten täcker dock inte uppbyggnaden av organisationen för AHA-Akademien. För detta krävs någon form av extern finansiering.

Extern finansiering

Gruppen diskuterade olika former av framtida finansieringsformer och listade de aktörerna som man kunde tänka sig.

- KK-stiftelsen
- Nutek
- Rådet för Högscoleutveckling
- Lokala utvecklingsfonder
- Regionförbund

Marknadsföring/försäljning

Uppdragsutbildning och kommersiell vidareutbildning är hårt konkurrensutsatt och antalet aktörer som marknadsförs sig mot AHA-akademins målgrupp är många.

Den kunskap som AHA-akademien kan erbjuda är dock unik och det är vår mening att det finns ett stort behov. Både hos kundgruppen men även hos lärare och forskare som verkar inom området. Kunskapsområdet kring upplevelseindustrin är nytt och teoriutveckling behöver ske i nära samarbete mellan högskolorna. AHA-akademien är ett incitament för den utvecklingen.

Att hitta kunder är dock avgörande för att lyckas med denna typ av verksamhet. Programdirektören har där en viktig roll men arbetet måste ske i samarbete med mötesplatserna och dess nätverk. Branschorganisationerna kommer att vara en nyckel när det gäller att hitta till kunderna. Det är också programdirektörens ansvar att ta fram en plan för hur utbildningarna ska säljas in. Denna plan ska sen godkännas av styrgruppen.

Aha-akademien.se kommer att vara ett viktigt redskap i försäljningsprocessen. Vår förhoppning är att såväl offentliga aktörer som mötesplatser och högskolor ska länka till sidan. På så vis når man enklare den målgrupp som vi vänder oss till. De som tidigare genomgått piloten kommer också att vara goda ambassadörer för utbildningen.

Målgrupp

Utbildningen kommer att rikta sig till yrkesverksamma inom Upplevelseindustrin men även till de som kan ha nytta av den kunskap som finns i denna industrin. I många fall är de som arbetar inom upplevelseindustrin kunskapsgivare. En stor målgrupp är också alla de som arbetar inom det offentliga speciellt i närheten av utvecklings- och näringslivsenheter där de kommer i ständig kontakt med upplevelseindustrin.

Deltagarnas tankar om hur man når målgruppen

Blekinge Tekniska Högskola

Kunskapsnätverk som beställare av uppdragsutbildning och som kompetensresurser:
Blekinge Tekniska Högskola, BTH, har en lång tradition av att driva kunskapsnätverk bestående av regionalt verksamma företag, kommuner, institutioner samt högskolan. Nätverken kan vara tematiserade och/eller geografiskt avgränsade på olika sätt. De bestämmer tillsammans då de områden de vill arbeta med och alla träffar har en del där företagen rapporterar och utbyter erfarenheter. Den andra delen består av en eller två personer (ofta en från ett företag och en från högskolan) som inleder träffens tema och sedan följer en diskussion. Koordinator är anställd av högskolan och nätverken träffas cirka 6-8 gånger per år och företagen och högskolan turas om att vara värd.

Vi på BTH tänker oss att nätverken kan utgöra baser för att skapa kurser om/för UI. Som en del i att undersöka vad framtida beställare av uppdragsutbildning har för behov har vi tillsammans med kunskapsnätverkens koordinator samt mötesplatsens representant, diskuterat vad som är på gång i nätverken och vilka önskemål de har framöver. Vi har också påbörjat en diskussion om en modell för det fortsatta kursutvecklingsarbetet. Nedan följer några exempel:

Ett vd-nätverk med tillverkande företag i regionen är nystartat. De vill bland annat arbeta med omvärldsbevakning och omvärldsanalys av skilda slag. En kurs skulle kunna skapas med fokus på vad vissa delområden inom UI, exempelvis berättande, spel och digitala medier, kan tillföra tillverkande industrier. Kursen skulle kunna ges som a) en kurs som utgör ett resande sällskap eller b) som en längre kurs med kortare träffar där akademiker från AHA-akademins högskolor och yrkesverksamma inom UI kommer till vissa av nätverkets träffar. Formerna bör vara de blandade former som piloten AHA-akademien hade. Tanken med detta är att nätverken kan vara med och ta fram innehållet, men också att de kan förbereda AHA-utbildningen och också efterbearbeta den i nätverket. Inom spelbranschen finns ett vd-nätverk inom ramen för Spelplan med 20 företag som har cirka 1300 anställda, som på liknande sätt som ovan kan interagera med AHA-akademien. Här ligger önskat fokus mer på olika former av affärsutveckling för unga, små och medelstora företag.

Kunskapsnätverken kan både fungera som rekryteringsbas för deltagare i AHA-akademins utbildningar men också som kompetensresursnätverk när det gäller spetskompetens inom specifika områden.

Högskolan i Kalmar

Som framgått har CCE ett brett kontaktnät med näringsliv och samhällsorgan i hela länet. Kalmar län har starka varumärken inom turism-, upplevelse- och kulturområdet. Vi verkar i ett upplevelsekluster och har därmed ”empirin runt hörnet” Det gäller visstaden Västervik, Vimmerby akademi, Ljusstaden Oskarshamn, designverksamhet och turism i Glasriket, kulturarv och turism i Kalmar samt på Öland och inte minst musikproduktion i Hultsfred.

Dessa nätverk, inte minst genom mötesplatsen kommer användas för att kommunicera med tänkbara målgrupper och branscher. Vi har också ett gott samarbete med norra länets lärocenter i Vimmerby, Hultsfred och Vimmerby där utbildningar via flexibelt lärande utvecklats och utgör därmed ytterligare kanaler för att sprida information om AHA-akademien.

CCE är flervetenskapligt och ansvaret delas mellan Handelshögskolan BBS och Humanvetenskapliga institutionen sedan årsskiftet 2007. Det innebär tillgång till nya kontaktnät som är utarbetade och kommer att arbetas upp inom de humanvetenskapliga ämnena.

Konstfack, Stockholm

Konstfack har alltid haft ett mycket nära samarbete med industrin och omvärlden i övrigt. Detta nätverk av kontakter är sannolikt ett utmärkt redskap för att nå målgruppen och möjliga deltagare till utbildningen. Av tradition har dock dessa kontakter alltid varit decentraliserade, alltså hanterats av Konstfacks institutioner och lärare och professorer och aldrig institutionaliserats. De flesta kontakter är därmed personliga och mer eller mindre flyktiga, bland annat på grund av att förordnandena på Konstfack omfattar 5 + 5 år. För att kunna utnyttja nätverket på bästa sätt skulle en kartläggning av det behöva göras. På så vis får Konstfack en personlig ingång till alla de företag och organisationer som i nätverket skulle kunna utgöra målgruppen. Ett sådant arbete pågår också som syftar till att bygga upp en kunskapsbank över alla de samarbeten och kontakter som Konstfacks medarbetare och institutioner har och har

haft under senare år. Detta kommer att bli ett oerhört starkt redskap i detta arbete med att nå ut till en intresserad och stor målgrupp.

Högskolan Väst

De kontakter som knutits inom ramen för Mötesplats film och media i Trollhättan kommer att vara viktiga för att nå målgruppen för Aha-akademin. I detta arbete är Film i Väst och dess företagskluster viktiga aktörer. Västra Götalandsregionen satsar resurser bl a på utvecklingen av såväl film- som TV- och dataspelsindustrin och som en konsekvens av detta har initiativ tagits till nya samarbeten mellan lärosäten i VGR. Härmed når vi varandras studenter, lärare och deras nätverk. Vid Innovatum, som verkar för utveckling av innovationssystem i regionen, bedrivs ett samarbete mellan industrin, Högskolan Väst och övriga samhället. Här har det skapats en mötesplats för utveckling av verkstads- och medieindustri. Många som är intresserade av att starta företag inom mediesektorn söker sig till Inkubatorn på Innovatum.

Genom att Högskolan Västs profil är Arbetsintegrerat lärande (AIL) har samtliga utbildningsprogram inom upplevelsesektorn regelbundna samarbeten med representanter inom branschen. De kan ha formen av t ex programanknutna branschråd, studenter som gör projektarbeten på uppdrag och i samarbete med företag och organisationer eller att studenterna praktiserar under en period. Studenterna fungerar på så sätt som ambassadörer och kunskapsspridare för vår verksamhet på högskolan.

Studenter och lärare organiserar 'events' där studenterna på de tre medieprogrammen visar upp vad de har producerat. Till dessa arrangemang inbjuds både nya och etablerade arbetare inom de olika branscherna.

Alla dessa nätverk och kontakter kan användas för att få ut våra erbjudanden till målgruppen.

Luleå tekniska universitet

Aha-Akademien i Piteå kommer att kommuniceras dels via Mötesplats upplevelseindustrin i Piteå och dess kontaktnät, dels via CTU, Centrum för Turism och upplevelseproduktion vid LTU. Båda är väl förankrade i branschen lokalt och regionalt. Turistbranschen kommuniceras vidare genom Norbotten-Lappland (Swedish Lapland) regionalt och nationellt via Visit Sweden och Nutek.

Örebro universitet/RHS campus Grythyttan

Vår målgrupp är i första hand hotell och restaurangbranschen. Kanaler är SHR:s kommunikationsnät främst. Info på vår webbsida och ev. utskick av nyhetsbrev. Vårt ordinarie kursutbud kan ibland ges som fristående kurser i mån av plats. Dessa sökes på vanligt sätt av målgruppen.

Malmö Högskola

Diskussion kring hur man tänker sig kommunicera med målgruppen och hur kopplingen till bransch/er kan ske.

Vi kommer att utnyttja Malmö högskolas existerande kontakter med målgrupp och branscher genom den samverkan som sker. Samverkansuppgiften för Malmö högskola är nämligen vidsträckt. Den handlar om fortbildning av yrkesverksamma, forskningssamverkan med näringsliv och offentliga organ, medverkan i samhällsprojekt, fortlöpande kontakter med viktiga externa aktörer och deras olika organ och sammanslutningar eller forskningsinformation till skola och allmänhet. Med K3 som exempel finns samverkan och möte med branschen i flera olika former, allt från gemensamma utbildningsinsatser till stora branschevenemang som Moving Images

Vi kommer också att fortsätta vårt goda samarbete med Media Mötesplats Malmö. Inte minst utifrån de kontakter vi har etablerat genom Mötesplatsens workshops kring FUNK-modellen, där flertalet företag och branscher fanns deltog tillsammans med representanter från K3, Malmö högskola.

Kopplingen till branscher anser vi har fått en stor möjlighet genom den nybildade stiftelsen Mecena, där högskolan tillsammans med företagen kan gå in i projekt som tidigare inte varit möjliga. Med stiftelsen erhålls klara spelregler för samverkan, vilket är nödvändigt för näringslivet. Stiftelsen är allmänt också en bra utgångspunkt för en fördjupad dialog. Som styrelseordförande har stiftelsen Lennart Olausson, rektor för Malmö högskola. I Mecena ingår också Malmö stads stadsdirektör Inger Nilsson, men i övrigt utgörs styrelsen av företrädare för det lokala näringslivet.

Förutom kontakter med näringslivet krävs också speciellt riktade kommunikationsinsatser. Det menar vi kan kräva en uppsökande verksamhet på ett helt annat sätt än tidigare. Riktade kommunikationsinsatser kan därför till exempel vara att helt enkelt informera om AHA-akademin på olika företag.

Deltagare, förankring

Blekinge Tekniska högskola/Mötesplats Karlshamn

Deltagare i processen	
Gunnel Andersdotter	Projektledare BTH
Sten Selander	Mötesplats Karlshamn
Pirjo Elovaara	Lektor i teknovetenskap
Kari Rönkkö	Lektor i datavetenskap och chef för tvärplattformen ”Berättande och digitala medier” BTH
Anna Olsson	Adjunkt Crossmedia och upplevelseproduktion, bidragit med en inventering av grundutbildningar och fristående kurser
Jan Björkman,	koordinator för de kunskapsnätverk som samlar BTH, företag i regionen och offentlig sektor. Jan har inte deltagit i mötena men bidragit till processen genom sin förankring bland företagen och den offentliga sektorn i sydöstra regionen.

Förankring	
Lars Haikola	rektor BTH
Eva Öresjö	Chef för sektionen för Teknokultur, humaniora och samhällsbyggnad
Lena Trojer	Professor i Genus och IKT, Teknovetenskapliga studier
Craig Lindley	Gästprofessor vid Gotlands högskola i Gestalning och produktion i digitala medier-inriktning spel och spelutveckling
AHA-akademin är även förankrad bland de lärare på BTH som är tänkta att utveckla och genomföra kurser	(namnlista se bilaga två kontaktpersoner)

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred

Deltagare i processen	
Hanne Lindqvist (ett möte)	Center for Cultural Economy (CCE)
Lars Rönnlund (två möten)	Business and strategy development, Municipality of Hultsfred
Yvonne Hammarberg (ett möte)	Rock City AB, samordnare av forskningsfrågor
Susanne Johansson	Verksamhetsansvarig Centrum för kulturell ekonomi

Bidragit till processen	
Lars Lindkvist	Professor, företagsekonomi: Organisation och ledarskap
Lars Aronsson	Professor, Kulturgeografi. Vetenskaplig ledare CCE
Jonas Bjälesjö	Doktorand, etnologi. Forskare Rock City
Ingegerd Alatalo	Rock City, ansvarig för utbildning
Max-Mikael Björling	Universitets adjunkt, företagsekonomi
Nils Nilsson	Prefekt Baltic Business School (HIK)
Kjell Arvidsson	Doktorand Företagsekonomi

Förankring	
Agnetha Bladh	Rektor vid Högskolan i Kalmar
Nils Nilsson	Prefekt, Handelshögskolan BBS, Kalmar
Ingrid Runesson	Prefekt Humanvetenskapliga institutionen

Konstfack/Mötesplats Stockholm

Deltagare i processen	
Ivar Björkman	rektor Konstfack
Eric De Groat	Forskningsansvarig vid Konstfack. Ansvarig för Konstfacks företagsinkubator/starthus samt för frågor om externfinansiering och samverkan
David Öhman	Projektledare och ansvarig vid Konstfack för utvecklingen av Konstfacks nya magisterprogram
Björn Thor	Professor med ansvar för Konstfacks uppdragsutbildningar
Helena Söderberg	Prefekt

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan

Deltagare i processen	
Marita Johansson (två möten)	Prorektor Högskolan Väst
Louise Martin (ett möte)	Film i Väst
Lena Pareto (ett möte)	Programansvarig Digitala Media, Högskolan Väst
Margaretha Herrman	Programansvarig Filmproduktionsprogrammet
Bidragit till processen	
Agneta André	Programansvarig 3D-animation
Lars Dahlqvist	Filmproduktion
David Wingate	
Mikela Lundahl	Idéhistoriker
Fredrik Sundmark	
Pernilla Josefsson	Digitala Media
Lars Johansson	Digitala Media
Lennarth Bernardsson	Digitala Media
Förankring	
Lars Ekedahl	Rektor, Högskolan Väst
Gunnar Petersson	Avdelningsledare Digitala media programmet, Högskolan Väst
Ingrid Tano	Avdelningsledare filmproduktionsprogrammet, Högskolan Väst
Peter Korp	Avdelningsledare kulturvetenskap, Högskolan Väst
Agneta André	Programansvarig 3D-animation
Lars Dahlqvist	Filmproduktion
David Wingate	Filmproduktion
Mikela Lundahl	Idéhistoriker
Fredrik Sundmark	Idéhistoriker
Pernilla Josefsson	Digitala Media
Lars Johansson	Digitala Media
Lennarth Bernardsson	Digitala Media

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå

Deltagare i processen	
Hans Gelter (två möten)	Lektor, Programkoordinator för upplevelseproduktion, Inst. för Musik och Medier
Bidragit till processen	
Oskar Gedda (inspel inför Sigtunamötena 1&2)	Utbildningsansvarig Inst. för Musik & Medier, Ltu
Lars Hallberg, (inspel inför Sigtunamötena 1&2)	Avdelningschef Inst. för Musik & Medier, Ltu
Förankring	
Hansi Gelter	Lektor, Programkoordinator för upplevelseproduktion, Inst. för Musik och Medier, Ltu
Caroline Stenbacka	Lektor upplevelseproduktion, Inst. för Musik och Medier, Ltu
Sidsel Karlsen	Doktorand, Inst. för Musik och Medier, Ltu
Krister Efvertström	Lärare upplevelseproduktion, Inst. för Musik och Medier, Ltu
Oskar Gedda	Utbildningsansvarig Inst. för Musik och Medier, Ltu
Lars Hallberg	Avdelningschef Inst. för Musik & Medier, Ltu, inspel inför Sigtuna mötena 1&2
Karin Ljuslinder	Prefekt Inst. för Musik och Medier, Ltu
Sture Brändström,	Prof. Musikpedagogik, Forskningschef inst för Musik och Medier, Ltu
Christina Rådelius	Projektledare Centrum för turism och upplevelseproduktion (CTU), LTU
Bengt Klevsjö	Prof. Kvalitetsteknik, IES, ledningsgrupp CTU vid Ltu
Håkan Yllinenpää	Prof. Entreprenörskap, IES, ledningsgrupp CTU vid Ltu
Lars Elenius	Docent Historia, IES ledningsgrupp CTU vid IES

Information om AHA-akademin med upprop till medverkan och inspel har gått ut inför varje workshop till hela Institutionen för Musik och Medier samt Institutionsnätverket kopplat till CTU.

Malmö högskola/Mötesplats Malmö

Deltagare i processen	
Pernilla Severson (två möten)	Lektor i medie- och kommunikationsvetenskap KR, Malmö högskola
Emma Estborn (ett möte)	Koordinator, Media Mötesplats Malmö
Bidragit till processen	
Jonas Löwgren	Professor i interaktionsdesign, K3 Malmö högskola
Magnus Thure Nilsson	Projektledare, Media Mötesplats Malmö
Förankring	
Bo Reimer	Professor i medie- och kommunikationsvetenskap
Christel Brost	Undervisar i grafisk design på materiell och virtuell design
Bo Peterson	Chef för enheten Design
Erling Björgvinsson	Doktorand i interaktionsdesign
Inger Lindstedt	Docent i medie- och kommunikationsvetenskap
Ingrid Elam	Prefekt
Kathrine Winkelhorn	Ansvarig för programmet Kulturproduktion
Kristoffer Gansing	Doktorand i medie- och kommunikationsvetenskap
Michael Svedemar	Ansvarig för kaospilotutbildningen
Pelle Ehn	Professor i interaktionsdesign
Tommy Lindholm	Undervisar i film- och genusvetenskap
Ylva Gislén	Chef för enheten Kultur och medier
Åsa Harvard	Ansvarig för programmet materiell och virtuell design
Eva Engqvist	Vicerektor (ansvarig för omvärldskontakter med fokus på näringslivet)
Carina Brorman	SVT:enhetschef
Sofie Rolf	Informationschef

Örebro universitet/RHS campus Grythyttan

Deltagare i processen	
Inga-Britt Gustafsson (två möten)	Professor i Måltidskunskap, Institutionen för Restaurang- och måltidskunskap
Lena Mossberg	Gästprofessor, Institutionen för Restaurang och måltidskunskap
Förankring	
Tobias Nygren + kollegiet	Prefekt, Institutionen för Restaurang och måltidskunskap

Avslutning

När avtal med KK-stiftelsen slöts angående projektet som hade som syfte att stimulera till forskning och nya utbildningar för/och om upplevelseindustrin var direktiven att en handlingsplan för samverkan kring grundläggande utbildning för och om upplevelseindustrin och en handlingsplan för samverkan kring forskning skulle tas fram. Dessutom - vilket ur KK-stiftelsen poängterades som det viktigaste - skulle en verksamhetsplan för AHA-akademien utarbetas. I ansökan poängterade deltagande lärosäten att samarbete ger goda synergieffekter. I det sambandet hänvisade vi till en utvärdering¹⁰ av de redan etablerade mötesplatsernas verksamhet, som snart har pågått i tre år, om visade på många goda exempel på detta. En viktig slutsats i utvärderingen var att det behövs ny kunskap för/om upplevelseindustrin. Slutsatsen var således att det behövs forskning inom området samt att nya utbildningar behöver utvecklas. Deltagande högskolor poängterade i det sammanhanget att det kanske inte främst var nya utbildningar som behövdes utan en inventering och paketering av befintliga utbildningar. Därav beslutade gruppen att endast lista ingående högskolors/mötesplatsers utbud när det gäller grundutbildning och behandla dessa som ingående resurser i en presumtiv AHA-akademi.

Syftet med AHA-akademien är att nå de *yrkesverksamma*. Både de som är *i* UI och de som drar nytta av dess tjänster och produkter. KK-stiftelsen benämner det som **för** UI och **om** UI. Det har även varit utgångspunkten när vi presenterar tänkbara utbildningspaket i rapporten under rubrikerna kompetenser om de olika delområdena samt kompetenser om hur upplevelseindustrin fungerar. Det slogs även initialt fast att det inte nödvändigtvis formatet på den pilot som genomförts som vi måste följa. I rapporten föreslås därför olika upplägg för AHA-akademien där det delvis kommer vara behovet från de yrkesverksamma som styr och dels hur finansieringen ser ut vilket framgår av rapporten under rubrikerna resande deltagare, resande "akademi" och virtuellt resande.

Vi förband oss inte att genomföra utbildningar, forskning och AHA-akademi efter att vi genomfört denna förstudie. Men det var självfallet vår ambition när projektet inleddes. Arbetet med verksamhetsplanen har förstärkt denna önskan. Samtliga deltagare är övertygade att projektet kommer att gå att genomföra givet att det finns möjlighet till ekonomiskt stöd från KK-stiftelsen. Efter det femte året kommer verksamheten med all sannolikhet att vara självfinansierad. Arbetet med projektet har varit en spännande process och den har framförallt synliggjort respektive högskolors olika kompetenser för varandra. Alla som varit delaktiga tror att ett ytterligare steg i utvecklingen av AHA-akademien kommer att få flera nya synergieffekter. Vi är övertygade om att flera samarbeten kommer att komma utav processen.

Forskningsseminariet genererade flera tänkbara samarbeten såväl när det gäller forskningsprojekt som tankar om en gemensam masterutbildning inom upplevelseproduktion. Att samarbeta när det gäller såväl utbildning som forskning genererar ny kunskap. Vilket är ett led i att råda bot på den brist som framhävts existera när det gäller sammankoppling mellan forskning och utbildning inom. Detta kommer att uppnås i och med ett iscensättande av de framtagna handlingsplanerna samt verksamhetsplanen för AHA-akademien

¹⁰ Rapporten "Uppföljning av mötesplatserna" genomförd av FBA Holding AB. (leta på den).

Bilaga 1 Grundutbildning

Som vi skrev inledningsvis står en stor del av alla utbildningar inför en stor förändring. Samarbete kring AHA-akademin kommer att innebära att man i större utsträckning kommer att samarbeta även när det gäller grundutbildningen men i det här skedet ansåg gruppen att det mest relevanta var att inventera det som idag finns så att man lägger en grund för det framtida samarbetet.

Inventeringen gäller program och magisterkurser inom området upplevelseindustri.

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn

Program,	Poäng
Digitalt spel	120 poäng
School of future entertainment	80 KY
Spelprogrammering	120 poäng
Digitalt ljud	120 poäng
Medieteknik med inriktning mot interaktiva system	120 poäng
Literature, Culture and Digital Media	120 poäng
Crossmedia och upplevelseproduktion	80 poäng
Breddmagister i gestaltning	40 poäng

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred

Program,	Poäng
Musikindustriprogrammet	120/160 poäng
Marknadsföringsprogrammet	120/160 poäng
Turismprogrammet	120/160 poäng
Media managementprogrammet	120 poäng
Programmet för interaktiva medier	120 poäng
Programmet för medieproduktion och journalistik	120 poäng
Designprogrammet	120 poäng
Kulturarv och samhällsanalys	120/160 poäng
Magisterprogram: Internationell Marknadsföring	40 poäng
Magisterprogram: Design Management och Upplevelseekonomi	40 poäng
Magisterprogram: Sammanslagning av Design Management och Upplevelseekonomiprogrammet fr om ht 2007	
Magisterprogram: Entreprenörskap och kreativitet	40 poäng
Magisterkurser: Managing Diversity	20 poäng
Magisterkurser: Den kulturella ekonomin	20 Poäng
Magisterkurser: Företagsekonomi 61-80 poäng - Marknadsföring & Organisering- Identitet, varumärken, konst och kreativitet	20 poäng

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan

Program,	Poäng
3D-animation och konstnärlig gestaltning	120 poäng
Digitala media för lärande och underhållning	120 poäng
Filmproduktionsprogrammet	120 poäng
Digital Informationsproduktion (distans)	40 poäng
Webbdesign (distans)	40 poäng

Konstfack/Mötesplats Stockholm

Program,	Poäng
Konst	120 ECTS
Grafisk design & Illustration	120 ECTS
Inredningsarkitektur & Möbeldesign	120 ECTS
Keramik & Glas	120 ECTS
Textil	120 ECTS
Ädellab/Metallformgivning	120 ECTS

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå

Program,	Poäng
Magisterprogrammet i Upplevelseproduktion	160 poäng
Magisterprogrammet i Mediedesign	160 KY
Magisterprogrammet i Medieproduktion	160 poäng
Medie och kommunikationsvetenskap, journalistik	120/160 poäng
Datorspelsutveckling	120 poäng
Datorgrafik	120 poäng
Arena Media, musik, teknik	80 poäng

Malmö högskola/Mötesplats Malmö

Program,	Poäng
Fritidsvetenskapligt program	120
Grafisk teknik och medieproduktion	120
Informationsarkitekt	120
Intellectual property	40
Interaction design, advanced	80
Interaktionsdesign	120
Kulturproduktion	80
Läroarbildning - Kultur, medier och estetiska uttrycksformer	140
Läroarbildning - Kultur, medier och estetiska uttrycksformer	180
Materiell och virtuell design	120
Medie- och kommunikationsvetenskap	120
Produktionsledare media	120
Produktutveckling och design	120
Scen- och teaterteknologi	120
Urban utveckling och planering	40

Örebro universitet-RHS/Mötesplats Hällefors

Program,	Poäng
Kandidatprogram: Kulinarisk kock och måltidskunskapsprogrammet *	180 ECTS
Kandidatprogram: Sommelier och måltidskunskapsprogrammet *	180 ECTS
Kandidatprogram: Hotelier och hospitalityprogrammet *	180 ECTS
Magisterprogram: Creative Business Management	60/120 ECTS
Kandidatprogram: Designingenjör	180 ECTS
Kandidat/magister: Digitalmediadesign	180/240 ECTS
Mediadesign	120 ECTS
Kandidatprogram: Jazz och rockmusik	180 ECTS
Kandidatprogram: Kammarmusik	180 ECTS
Teaterpedagog	120 ECTS
Kultur och språk	180 ECTS
Retorik	120 ECTS
Kandidat/magister: Media och kommunikationsvetenskap inriktning film	180/240 ECTS
Ekologisk turism	120 ECTS
Kandidatprogram:Turism-inriktning kultur	180ECTS

*Program på Restauranghögskolan i Grythyttan.

Bilaga 2 Kontaktpersoner

Kontaktpersoner på de olika kompetensområdena på respektive lärosäte.

Blekinge Tekniska Högskola/ Mötesplats Karlshamn	
Digitala spel	Alex Eriks, Mats Persson, Sten Selander
Digital och rumslig gestaltning	Alex Eriks, Torun Ekstrand, Annika Ekdahl
Digitalt berättande	Alex Eriks, Lissa Holloway-Attaway, Monica Nilsson
Medieteknik	Peter Ekdahl
Idé- och konceptutveckling	Torun Ekstrand
Kunskapsnätverk	Jan Björkman
Etnoresearch i/för verksamheter	Pirjo Elovaara, Berthel Sutter
Kreatörs- och entreprenörskap	Sten Selander, Torun Ekstrand
Upplevelsebaserat lärande och spel	Sten Selander, Alex Eriks

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred	
Turism/Event	Susanne Johansson
Musik	Kjell Arvidsson
Design	Henriette Koblanck
Entreprenörskap inom upplevelseindustrin	Max-Mikael Björling
Journalistik/Mediaträning	Örjan Pettersson
Omvärldsanalys, populärkultur, ungdomskultur, sociokulturella faktorer	Jonas Bjälesjö
Upphovsrätt inom upplevelseind.	Daniel Johansson
Distribution/livesändningar	Daniel Johansson
Upplevelsekunskap	Susanne Johansson
Kulturell ekonomi	Susanne Johansson

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan	
Filmprod. proc	Margaretha Herrman
Filmpostproduktion med 3D teknik och konstnärlig gestaltning	Agneta André
Medieproduktion	Lena Pareto
Användbarhet	Lena Pareto, Ulrika Lundh Snis,
Designmetodik	Lena Pareto, Ulrika Lundh Snis, Tomas Lindroth
Digital ljudproduktion	Lars Johansson
Digitala videoproduktion	Lennarth Bernhardsson
Digitala berättarteknik	Pierre Gander, Pernilla Josefsson,
3D-grafik i media	Pernilla Josefsson
Upplevelsebaserad design	Lars Svensson, Lena Pareto, Ulrika Lundh Snis
Produktion och användning av E-learning	Christian Östlund, Stefan Nilsson,
Tekniker för samarbeten och möten på distans	Malin Pongolino, Christer Ljungberg
Teknopedagogiska perspektiv	Lars Svensson
Berättarteknik och filmiskt berättande	David Wingate, Lars Dahlquist
Ideologins närvaro i filmiskt berättande	Mikaela Lundahl, Fredrik Sunnermark
Filmproduktion; organisation, ekonomi, projektutveckling	David Wingate, Lars Dahlquist
Immaterialrätt	Anna Hammarén
3D modellering i Maya – Polygon, Nurbs, Subdivision	Agneta André
Visualisering - en konstnärlig gestaltning	Agneta André
Ljussättning i dataanimationer – att skapa rum och känslor	Agneta André
Visuell kommunikation; Den nya tekniken skapar perspektiv och ett seende som formar våra liv inom oss och miljön runtomkring	Agneta André
Kulturpolitisk omvärldsanalys	Roger Blomgren

Konstfack/Mötesplats Stockholm	
Materialkunskap/utveckling	Ronald Jones
Ljuddesign akustik	Björn Hellström
Rumsgestaltning	Karin Nyrén
Produktutveckling	Teo Ehnlund
Entreprenörskap	Ronald Jones
Kreatörer/Konstnärliga	Olof Glemme

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå	
Upplevelseproduktion TEM	Hans Gelter
Interpretation och guidning	Hans Gelter
Marknadsföring e-handel	Caroline Stenbacka
Omvärldsanalys	Hans Gelter
Värdskap och service	Hans Gelter
Turismkunskap, kognitiva, sensorik	Krister Efvertström, Hans Gelter

Malmö högskola/Mötesplats Malmö	
Entreprenörskap, kaos, kp	Lena Johansson, Michael Svedemar, Kathrine Winkelhorn
Lärande, pedagogik i kreativa miljöer	Pelle Ehn, Bo Peterson
Lekens kognitiva betydelse	Åsa Harvard
Berättande	Ylva Gislén, Kristoffer Gansing, Erling Björgvinsson
Medier i vardagslivet	Bo Reimer, Magnus Andersson, Jonas Löwgren, Pernilla Severson

Örebro universitet-RHS/Mötesplats Hällefors	
Sensorik	Åsa Öström
Värdskap	
Måltidskunskap produkt, mötet, rummet, stämningen, styrsystem	Inga-Britt Gustafsson

Bilaga 3 Kompetensinventering

Inledningsvis gjordes en bredare inventering över den kompetens som fanns på respektive lärosäte. När det gäller området ”Om UI – delområdeskunskap” såg den ut på följande sätt: (områden inom parentes är de man kan assistera inom)

Om UI – delområdeskunskap

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn: Digitala medier; digital design; Upplevelsebaserat lärande; Berättande, Spel (Litteratur)

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred: Turism & upplevelser; Digitala medier; Musik; (Marknadskommunikation); (Design); (Medier)

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan: Medieproduktion; Digitala medier; Filmproduktion; 3d animering.

Konstfack: Design, Industridesign, grafisk design; Inredningsarkitektur; Konst

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå: Marknadskommunikation; Digitala medier; Turism (Medier); (Turism)

Malmö högskola/Mötesplats Malmö: Litteratur,; Design; Medier; (Sport); (Spel); (film/Foto).

Örebro universitet-RHS/Mötesplats Grythyttan: Turism; Måltid

Hur UI fungerar – upplevelsekunskap

För området ”Hur UI fungerar – upplevelsekunskap” Såg den ut på följande sätt:

Blekinge Tekniska Högskola/Mötesplats Karlshamn: Upplevelsebaserat lärande; Digitalt berättande; Etno-research kollaborativt; Kreatörs- och entreprenörskap; Idé- och konceptutveckling; Digital och rumslig gestaltning, Innovationssystem.

Högskolan i Kalmar/Mötesplats Hultsfred: Entreprenörskap i upplevelseindustrin; Journalistik/Mediaträning; Omvärldsanalys, populärkultur, ungdomskultur och sociokulturella faktorer; Upphovsrätt inom upplevelseindustrin; Distribution/livesändningar; Upplevelsekunskap; Kulturell ekonomi.

Högskolan Väst/Mötesplats Trollhättan: Filmprod.proc; Filmproduktion med 3D teknik och konstnärlig gestaltning

Konstfack/Stockholm: Materialkunskap/utveckling; Ljusdesign akustik; Rumsgestaltning,; Produktutveckling; Entreprenörskap; Kreatörer/konstnärlig.

Luleå tekniska universitet/Mötesplats Piteå: Upplevelseproduktion TEM; Interpretation och guidning; Marknadsföring E-handel; Omvärldsanalys; Värdskap och service; Upplevelsekunskap (kognitiva, sensorik).

Malmö högskola/Mötesplats Malmö: Entreprenörskap (Kaospilot, Kp), Lärande, pedagogik i kreativa miljöer; Lekens kognitiva betydelse; Berättande; Medier i vardagslivet.

Örebro Universitet-RHS/Mötesplats Grythyttan: Måltidskunskap (produkt, mötet, rummet, stämning, styrsystem); Värdskap; Sensorik