

Programförklaring KK-miljöer

Malmö högskola: Nya medier som strategiskt profilområde

Målbild. Vision för det profilerade och samproducerande lärosätet

Förutsättningarna och formerna för kunskapsproduktion håller på att förändras. Den gamla idealmodellen för vetenskaplig produktion – en enskild forskare sitter i sitt laboratorium och producerar kunskap som sedan sprids till allmänheten – är inte längre allenarådande. Idag finns det experter utanför universitet och högskolor inom näringsliv, myndigheter och organisationer. Och medborgare producerar själva ny kunskap; innovationer startar allt oftare ”på gatan”. Dessa förändringar ställer nya krav på akademisk verksamhet. Det krävs en förmåga att samarbeta – och samproducera.

Malmö högskola har stor erfarenhet av samarbete med näringsliv och offentlig sektor och har enligt en av Högskoleverket nytutgiven rapport tillsammans med två andra lärosäten haft den bästa utvecklingen under senare år vad gäller samverkan med omvärlden inom området ”kunskapsutveckling och tillväxt”. Målsättningen med denna ansökan om en KK-miljö är att utveckla denna kompetens ytterligare, och detta på två sätt. Syftet är:

- 1) att konkret utveckla samproduktionsförmågan inom profilområdet *nya medier*
- 2) att genom detta arbete skaffa en *generell kunskap* kring samproduktion; att skapa modeller för samproduktion även för andra områden än nya medier.

Valet av nya medier som strategiskt profilområde är enkelt att motivera. Områdets ekonomiska betydelse ökar ständigt. Nya medier är en del av upplevelseindustrin, en industri som enligt KK-stiftelsens beräkningar redan år 2002 utgjorde ca fem procent av Sveriges BNP, och som då sysselsatte nästan 300 000 människor. Enligt EU-kommissionen var tillväxten inom denna sektor under den första delen av 2000-talet mer än tio procent högre än för den övriga industrin. Och inom ramen för upplevelseindustrin blir nya mediers roll allt viktigare, inte minst vad gäller mobil kommunikation och dataspel. Sverige har ett stort antal företag inom området. Dessa företag, ofta verksamma på en global marknad, är i stort behov av nya former för innovation och kunskapsutveckling. Men området är också viktigt ur ett demokratiseringsperspektiv. Från att tidigare ha varit enbart mediekonsumenter har nya medier möjliggjort för människor att också bli medieproducenter; man skapar hemsidor, skriver bloggar, filmer och lägger ut sina alster på Internet. Den generella förändringen där medborgare, näringsliv, myndigheter och organisationer i allt ökande grad bedriver kreativ verksamhet och skapar innovationer blir med andra ord speciellt tydlig när man fokuserar på nya medier; om det är något område som lämpar sig för – eller till och med förutsätter – samproduktion, så är det nya medier.

Malmö högskola har definierat nya medier som ett prioriterat profilområde, ett område med högsta strategiska betydelse. Satsningen är inte ny. När Malmö högskola startade 1998 skapades Konst, kultur och kommunikation (K3) för att bedriva forskning kring detta område och forskargruppen har även ur ett internationellt perspektiv unik kompetens och lång erfarenhet av design-orienterad och brukar-driven innovationsforskning (i en form som brukar betecknas ”participatory design”). Och även vid andra delar av högskolan har besläktad och relevant forskning bedrivits under en längre tid, vid Lärarutbildningen, Urbana studier, Centrum för teknikstudier samt Hälsa & samhälle.

Det som utmärker forskningen kring nya medier vid Malmö högskola är att den:

- 1) bedrivs i större, kollaborativa projekt där både humanister, samhällsvetare, tekniker, designern och konstnärer deltar
- 2) både handlar om kritisk granskning och om utveckling av nya digitala produkter och tjänster
- 3) är inriktad mot utveckling av nya offentligheter och nya deltagandeformer
- 4) till stor del utförs i offentliga miljöer i formen av samproduktion tillsammans med näringsliv, myndigheter och allmänheten
- 5) hämtar impulser från konstnärlig forskning.

Forskningen har med andra ord ett tydligt fokus på att utveckla nya former för samproduktion, och ett tydligt fokus på att utveckla nya produkter och tjänster, liksom kritiska insikter. Detta är unikt, även ur ett internationellt perspektiv.

De interna förutsättningarna för denna forskning är att det finns en sammanhållen forskargrupp kring nya medier vid Konst, kultur och kommunikation (K3) samt ytterligare forskare med kompetens vid andra delar av högskolan. Forskargruppen vid K3 består av fyra professorer, tre docenter, drygt 20 lektorer och knappt 10 doktorander. Gruppen kommer från interaktionsdesign, medie- och kommunikationsvetenskap, litteraturvetenskap, filmvetenskap, industridesign och grafisk design. K3 har vidare ett betydande antal av Vetenskapsrådet finansierade projekt kring konstnärligt forsknings- och utvecklingsarbete. Flera av dessa projekt handlar om nya medier. Vid andra områden finns forskare med intresse av nya medier från discipliner som kulturgeografi, etnologi, IMER, psykologi, ekonomi, historia, humanekologi och pedagogik.

Forskargruppen vid K3 har ett stort internationellt nätverk och forskare har hittills medverkat i fem större, EU-finansierade projekt, med deltagare från både universitet och näringsliv. Som exempel kan nämnas det nyligen avslutade projektet *New Millennium, New Media*, i vilket medieforskare från Malmö högskola samarbetade med bland andra Cambridge University, Goldsmiths College, London, British Telecom och Telefonica om att skapa nya produktionsverktyg för icke-linjärt berättande i nya medier. Andra viktiga samarbetspartners är bland andra Creative Industries, Queensland University of Technology, Simon Fraser University, Vancouver, Ontario College of Art and Design, Toronto och Konstindustriskolan i Helsingfors. Även inom andra delar av MAH har personal viktiga internationella kontakter. Till exempel inrättade Malmö högskola för ett år sedan ett så kallat Learning Technology Innovation Center tillsammans med Microsoft – ett experimentlaboratorium i skärningen mellan lärande och ny kommunikationsteknik. Centret är det första av sitt slag i Skandinavien. Vid Lärarutbildningen finns även Malmö University Center for Game Studies.

Också på den nationella nivån finns det stor erfarenhet av att bedriva projekt tillsammans med företag och offentliga aktörer. Ett 40-tal företag och offentliga aktörer ingår som strategiska samarbetspartners i MAHs nätverk. Det handlar om företag inom *IT och telekommunikation* (Ericsson, Siemens, Sony Ericsson, TeliaSonera, Sigma, m fl), *medier* (Sveriges Television, Sveriges Radio, Good World, m fl), *offentliga aktörer* (Interactive Institute, Universitetssjukhuset MAS, Malmö Citysamverkan, m fl) och *kulturaktörer* (Inkonst, Riksställningar, Form/Design Center, m fl). En speciell roll spelar Media Mötesplats Malmö (MMM), som finansieras av KK-stiftelsen, Malmö stad och Region Skåne. Sedan starten år 2005 har MMM medverkat till att skapa förutsättningar för tillväxt inom nya medier i regionen genom att utgöra en mötesplats för högskolor, näringsliv och offentliga institutioner. För närvarande är MMM till stor del sysselsatta med uppbyggnaden av Moving Media City – en ny fysisk plats för nya medier i Malmö, dit olika aktörer inom mediesektorn kommer att

flytta, bland andra Sveriges Television. Moving Media City kommer i princip att ligga vägg i vägg med K3, Lärarutbildningen och Centrum för teknikstudier, vilket kommer att ytterligare förenkla möjligheterna till samproduktion. Detta gäller såväl för forskare som för studenter. Nämnas kan också att förutsättningarna för att skapa ett mer omfattande FoU-center kring olika gruppers användningar av nya medier för närvarande utreds. Samarbetspartners är MAH, Ericsson, Sony Ericsson, Telia, Lunds tekniska högskola, Blekinge tekniska högskola, Region Skåne m fl. Enligt företagen finns just nu en möjlighet att bygga en internationellt slagkraftig FoU-miljö i Sydsverige kring dessa frågeställningar. Malmö högskola spelar en viktig roll i dessa planer.

Ambitionsnivån för forskningen kring Nya medier vid Malmö högskola är enkel att uttrycka: Visionen är att:

- vara en internationellt ledande forskningsmiljö vad gäller utvecklingen av nya teorier och nya produkter/tjänster inom området nya medier
- vara en internationellt ledande forskningsmiljö när det gäller utvecklingen av nya sätt att bedriva kollaborativ forskning på (flervetenskaplig, samt i samspel med andra aktörer)
- i samarbete med andra aktörer utveckla produkter och tjänster med hög samhällsrelevans inom ett flertal olika samhällsområden
- framstå som en självständig, kritisk samhällsrost i offentligheten

För att kunna förverkliga denna vision krävs det en samlad, välorganiserad forskningsmiljö, och det krävs samarbete med externa aktörer. Det är intressant att notera att det även ur ett internationellt perspektiv är svårt att hitta tydliga "role models". Man kan visserligen nämna miljöer som The Media Lab, MIT, The Center for New Media at University of California, Berkeley, The Royal College of Art, London och Domus Academy, Milano som alla är viktiga aktörer inom området, men ingen av dessa arbetar efter en tydlig, utvecklad modell för hur samproduktion kan integreras med akademisk verksamhet. Här finns en position för Malmö högskola att sträva efter.

Genomförande. Vägen till visionen

En förutsättning för att kunna bedriva internationellt ledande forskning är naturligtvis både kompetens och resurser. Genom sitt fokus på nya medier har Malmö högskola redan god kompetens inom området, men den behöver förstärkas ytterligare. Det handlar både om forskar- och doktorandtjänster. Forskningen har hittills framför allt varit baserad på medel från forskningsorgan, både från nationella organ (Vetenskapsrådet, KK-stiftelsen, Vinnova, m fl) och från EU. Det är emellertid svårt att skapa en kontinuitet i en verksamhet som ständigt är beroende av nya medel, och av nya forskningsansökningar. Det är också svårt att kunna tänka strategiskt under sådana omständigheter; för detta krävs en stabil och hållbar miljö.

Som tidigare beskrivits, bedrivs forskningen kring nya medier dels relativt sammanhållet vid Konst, kultur och kommunikation, dels i lite olika former vid andra delar av MAH. Vad som krävs för genomförandet av visionen är skapandet av en tydligare organisation. Tanken är att skapa ett samproduktionsråd bestående av aktörer från högskolan (både forskare inom nya medier och inom andra områden, så att samproduktionskompetensen sprids), från företag, myndigheter och organisationer som tillsammans med en mindre operativ ledningsgrupp ansvarade för profilen. Tillsammans skulle rådet samla forskningen, bevaka den internationella vetenskapliga utvecklingen av fältet, genomföra omvärldsanalyser, analysera företags och myndigheters behov, göra prioriteringar mellan olika tänkbara forskningsinsatser

samt bedöma behovet av nya forskningskompetenser. Rådet skulle sålunda ha det yttersta ansvaret för att visionerna ska förverkligas.

En central fråga för rådet är naturligtvis utvecklandet av former för samproduktion mellan akademiska och andra aktörer. Detta arbete behöver emellertid inte starta *från scratch*. Ett stort antal samproduktionsprojekt har redan genomförts från 1998 och framåt, där forskare samarbetat med näringsliv och offentliga aktörer kring gemensam kunskapsproduktion för ömsesidig nytta. Speciellt kan den av KK-stiftelsen finansierade profilen *Biofilmer – forskningscentrum för biologiska grönsytor*, där forskare vid Odontologiska fakulteten, Hälsa & samhälle samt Centrum för teknikstudier arbetar tillsammans med företag i regionen, nämnas. En modell för samproduktion som just nu tilldrar sig stort intresse är så kallade *Living Labs*, miljöer där forskare, designer och utvecklare arbetar tillsammans med blivande användare utanför högskolans väggar. I ett *Living Lab* experimenterar man med nya idéer och möjligheter genom att bygga prototyper tillsammans och pröva dem på olika sätt. Deltagarna bidrar med sina olika kompetenser till det gemensamma målet: att skapa, testa och förfina nya idéer. *Living labs* kan förläggas till olika användningsmiljöer som väljs ut så att de kompletterar varandra: olika fysiska miljöer, sociala miljöer, användargrupper och så vidare. Högskolan driver sedan snart ett år *Malmö Living Lab för Nya medier*, finansierat av Vinnovas pilotsatsning, och samarbetar där med bland andra Sveriges Television, Ericsson, medieproduktionsbolaget Good World, teknik- och designföretaget The Astonishing Tribe (TAT) och kulturföreningen Inkonst. Nämnas kan också att MAH har inlett ett samarbete med IKEA kring nya medier och kompetensutveckling, där vi gemensamt ska driva ett utvecklingsarbete. Modellerna för samproduktion kommer med andra ord att bygga på redan samlade erfarenheter.

Det är viktigt att forskningsmiljön förankras i organisationen som helhet, och att den får stöd av ledningen. Vad gäller den interna förankringen, är det viktigt att se miljön som något som i sig kommer att stärka sammanhållningen inom organisationen. Som redan påpekats bedrivs nya medier-relaterad forskning inom flera delar av högskolan. En mer sammanhållen forskningsmiljö skapar nya möjligheter till samarbeten över de olika institutionsgränserna. Lika viktigt är det att poängtera att miljön och dess arbetssätt kommer att fungera som modell för andra former för samproduktion inom högskolan. I detta arbete ingår att skapa kunskap om hur man mer generellt kan skapa infrastrukturer för samverkan. Det ingår också att hitta nya indikatorer för hur man kan mäta kvalitet för icke-traditionell akademisk verksamhet. Att bygga upp denna generella samproduktionskompetens är det andra huvudsyftet med profilen.

Ur ledningsperspektiv är det uppenbart att miljön spelar stor strategisk roll i högskolans arbete med profilering; samproduktion är en viktig profil för högskolan. Det är därför viktigt att ledningen engagerar sig i verksamheten. Högskolans vicerektor kommer därför att ingå i miljöns samproduktionsråd.

De första insatserna

För att de tidigare presenterade visionerna ska kunna förverkligas krävs det redan från starten tre typer av insatser. Det krävs:

- (1) förstärkning av den redan slagkraftiga forskningsmiljön
- (2) utveckling av en innovativ modell för samarbete och samproduktion med aktörer utanför akademien, baserad på erfarenheter av tidigare genomförda samarbeten
- (3) konsolidering av miljöns position inom det internationella forskningsfältet

En slagkraftig och hållbar forskningsmiljö förutsätter först skapandet av en organisation, styrd av ett samproduktionsråd och en mindre, operationell ledningsgrupp. Rådet har det övergripande ansvaret för miljön. Det kommer att ansvara för en seminarieriserie, regelbundna workshops, en hemsida och en serie med *Working Papers in New Media* (med artiklar kring teori, empiri och metodologi, skrivna av forskare i miljön tillsammans med andra aktörer).

Rådet ansvarar vidare för startandet av ett antal konkreta samproduktionsprojekt. Generellt kommer fokus i projekten att ligga på både design och användning av nya medier, och då framför allt avseende samproduktioner där brukare är med och skapar nya tjänster och produkter. Exempel på områden som samproduktionsprojekten kommer att inrikta sig mot är:

- 1) tjänster och produkter som är centrala inom ramen för nya medier
 - mobila tjänster
 - cross-media (utveckling av medieprodukter som utspelas på olika medieplattformar)
 - icke-linjära medier (där material från traditionella medieproducenter blandas med material producerat av icke-professionella aktörer)
 - kollektiva produktionsprocesser baserade på open source
 - hållbar design
- 2) tjänster och produkter där nya medier utgör ett viktigt stöd för annan verksamhet
 - stadsplanering
 - nya medier som stöd för kompetensutveckling i näringslivet
 - lärande
 - hälsa

Samproduktionsrådet ansvarar generellt för samarbetet med aktörer utanför högskolan. Men Media Mötesplats Malmö förväntas spela en viktig roll i att realisera ambitionen om en bred förankring och ett fortlöpande utbyte över organisationsgränserna, detta genom speciella arrangemang med särskilt fokus på näringsliv och externa aktörer. En annan viktig samarbetspartner är inkubatorn MINC, som tillsammans med högskolan stöder utvecklingen av nya affärsidéer. MINC utvecklar f n en särskild kompetens inom området Nya medier.

Rådet kommer också att göra en översikt över den kompetens som finns i miljön, detta för att bedöma vilka tillskott som krävs för att ytterligare höja kompetensen. Detta kommer att leda till utlysning av professurer (som under projektiden finansieras av KK-stiftelsen, därefter av MAH), forskarassistenttjänster och doktorandtjänster.

För att kunna göra ett intryck i det internationella forskningsfältet krävs ett antal åtgärder. Inledningsvis innebär detta inrättande av en internationell referensgrupp med internationella forskare, som regelbundet kommer till Malmö för att medverka och utvärdera verksamheten, en internationell konferens med inriktning mot nya medier samt startandet av en internationellt orienterad tidskrift, *Journal of New Media Politics*. Tidskriften ges inledningsvis ut av Malmö högskola men målsättningen är att den relativt snart tas över av ett internationellt förlag, t ex Routledge, Sage eller Intellect. Ett annat sätt att göra intryck är att miljön kommer att ta initiativet till startandet av ett internationellt nätverk för forskningsmiljöer kring nya medier. Något sådant finns inte för närvarande, men behovet finns och Malmö högskola skulle med sina internationella kontakter vara en självklar ko-ordinator i ett sådant nätverk.

Kostnaden för verksamheten beräknas år ett uppgå till cirka fem miljoner. Från och med år två stiger kostnaden till cirka tio miljoner.