

KK-miljö Nya medier som strategiskt profilområde, Malmö högskola

Underlag inför inriktningsbeslut i KK-stiftelsens styrelse (förkortad version)

Hur planeringsarbetet har bedrivits

Den 12 september 2008 tilldelades Malmö högskola en KK-miljö med inriktning mot nya medier och samproduktion. En styrgrupp bestående av rektor, vice rektor, tre dekaner och ordföranden i arbetsgruppen tillsattes och denna styrgrupp utsåg i sin tur en arbetsgrupp, som fick det konkreta uppdraget att utarbeta ett underlag för inriktningen på arbetet inom miljön. Gruppen har i sin tur haft kontakter med ytterligare forskare och lärare på Malmö högskola och de har varit i kontakt med centrala externa aktörer från bland annat näringsliv och myndigheter för att få ytterligare perspektiv och insikter. Arbetet har kontinuerligt diskuterats med styrgruppen. Slutresultatet av arbetet presenteras i detta dokument.

Innehåll i detta dokument

1. En kort introduktion till Nya medier
2. Malmö högskolas vision för KK-miljön
3. Förverkligandet av visionen
4. Långsiktig handlingsplan
5. Verksamhetsplan för år 2009
6. Kvalitetssäkring och utvärdering av verksamheten
7. Organisation av verksamheten inklusive relationen mellan Malmö högskola och KK-stiftelsen

1 Området Nya medier – vad är speciellt?

Nya medier är ur samhällsperspektiv, ur näringslivsperspektiv och ur forsknings- och utbildningsperspektiv ett av dagens mest centrala områden, både nationellt och internationellt. Det utgör en av de viktigaste delarna 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. Nya medier har också stor och växande betydelse för utvecklingen av effektiv kommunikation inom andra sektorer av såväl privat som offentlig verksamhet.

Sverige har ett stort antal företag inom området nya medier. Dessa företag är ofta verksamma på en global marknad och är genomgående framgångsrika. Men området förändras snabbt och företagen är i stort behov av ständigt nya former för innovation och kunskapsutveckling – liksom av kontinuerlig kompetensutveckling. Utmaningen för dessa företag är såtillvida större än inom de flesta andra branscher. Samtidigt visar utvecklingen vägen framåt även för mer traditionella branscher; de affärs- och innovationsmodeller som gäller här kommer att gälla för allt fler branscher i framtiden.

Framför allt är två faktorer centrala för utvecklingen. För det första är det uppenbart att traditionella modeller för innovation, där företag på egen hand utvecklade produkter och tjänster, inte fungerar. I stället är en hög grad av samarbete mellan olika aktörer, med olika kompetenser, nödvändigt. Nyckelordet för branschen är ”*open innovation*”, dvs utveckling där så många aktörer som möjligt är delaktiga i innovationsprocesserna, inklusive aktörer som i någon bemärkelse kan vara konkurrenter. Men även om open innovation på en principiell nivå kan verka logiskt – vilket studier av branschen visar – är det inte alldeles lätt i praktiken. Hur mycket av idéerna kan man släppa till konkurrenter? Hur långt kan man samarbeta?¹. I relation till nya medier är den mjukvarautveckling som görs genom *open source* speciellt viktig.²

För det andra är det uppenbart att företag i allt större utsträckning är tvungna att vända sig utåt mot människors vardagsliv för att förstå vilka produkter och tjänster som människor efterfrågar. Det är där, i vardagen, som medietjänster och –produkter används och vidareutvecklas; det är där kreativiteten finns. Denna utveckling gäller de flesta branscher men är speciellt viktig för IT och nya medier. *User driven innovation* – innovationer baserade på brukares kompetenser och intressen – är i detta sammanhang det centrala begreppet.³

Vidare har nya medier blivit allt viktigare för människor. Det gäller utan tvekan den roll nya medier spelar som underhållning (den tid som t ex läggs ner på dataspel ökar ständigt). Men det gäller också den roll som nya medier spelar i samhällsprocesser. Människor skapar hemsidor, skriver bloggar, filmer och lägger ut sina alster på Internet. Och man organiserar sig på nya sätt. Man skapar nya gemenskaper, gemenskaper som både kan vara fysiska och virtuella. Och man skapar vad som kan kallas för nya offentligheter; nya platser för möten.⁴

2 Vision för KK-miljön ”Nya medier”

Något av de mest centrala har inledningsvis varit att utarbeta och formulera den vision som ska styra arbetet inom KK-miljön. Utgångspunkten har varit KK-stiftelsens egen vision för KK-miljöerna, vilken är att de ska vara i världsklass, vara till nytta för forskning och utbildning och lämna stora bidrag till näringslivets tillväxt och samhällets utveckling (se <http://kks.se/templates/StandardPage.aspx?id=12621>). En annan viktig utgångspunkt har varit de kompetenser som finns vid Malmö högskola idag, de projekt som finns och som håller på att starta, och de idéer som har funnits kring vad det är vi vill utveckla och bli. En tredje och lika viktig grundförutsättning har varit förekomsten av och möjligheten att utveckla samverkan med lämpliga aktörer i den närmaste omvärlden – företag inom nya medier, andra företag, offentliga organ etc.

¹ Se t ex Henry Chesbrough (2003) *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard: Harvard Business School Press.

² Se t ex Ron Goldman och Richard P. Gabriel (2005) *Innovation Happens Elsewhere. Open Source as Business Strategy*. San Francisco: Morgan Kaufmann.

³ Se t ex David Moschella (2003) *Customer Driven IT: How Users are Shaping Technology Industry Growth*. Harvard: Harvard Business School Press.

⁴ Se t ex Charles Leadbeater (2008) *We-Think. Mass Innovation. Not Mass Production*. London: Profile Books, Clay Shirky (2008) *Here Comes Everybody. The Power of Organizing Without Organizations*. New York: The Penguin Press.

Nya medier är ett prioriterat profilområde vid Malmö högskola, ett område av största strategiska betydelse. Arbetet inom området har sedan högskolans start för tio år sedan haft ett fokus på designorienterad och user driven innovationsforskning i en form som brukar kallas ”participatory design”. Kännetecknande är att arbetet:

- 1) bedrivs i större, kollaborativa projekt där humanister, samhällsvetare, tekniker, designer 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 haft ett tydligt fokus på att medverka till att utveckla nya former för samproduktion, och ett tydligt fokus på att utveckla nya produkter och tjänster, liksom kritiska insikter hos olika deltagande aktörer. I stor utsträckning har den skett i form av samproduktionsprojekt både med andra akademiska partners och med partners i näringslivet.

Exempel på tidigare och pågående projekt (med ett flertal forskare och andra aktörer inblandade):

- *Avatopia (Ungdomligt samhällsarrangemang genom kollektivt berättande)*, finansierat av Framtidens kultur
- *Atelier* (EU-finansierat projekt om skapandet av nya digitala mediemiljöer)
- *New Millenium, New Media* (EU-finansierat projekt om icke-linjär medieproduktion och – konsumtion)
- *Shadowplay* (om ljussättning i datorspel, finansierat av KK-stiftelsen)
- *Palpable Computing* (EU-finansierat projekt om teknologi och användning av datorer)
- *Assisting Democracy* (EU-finansierat projekt om användning av digitala medier i relation till distansutbildning)
- *Paperworks* (EU-finansierat projekt om nya former för fysisk och digital medieproduktion)
- *Malmö Living Lab för nya medier* (finansierat av Vinnova)
- *Deep Play* (KK-stiftelsen finansierat projekt om datorspelkulturer)
- *Nya produktions- och konsumtionsmöjligheter för gränsöverskridande medier* (finansierat av KK-stiftelsen)

Som redan påpekats, och som också framgår av listan med exempel, rör det sig till stor del om samproduktionsprojekt. Några exempel kan lyftas fram för att belysa tillvägagångssättet.

New Millenium, New Media var ett EU-projekt där forskargruppen vid MAH samarbetade med tekniska partners och medieproducenter, från både universitet och näringsliv, från ett flertal europeiska länder, bland andra Cambridge University, Goldsmiths College, London, Konstindustriskolan, Helsingfors, British Telecom, Telefonica, Spanien och Sony Netservices. Tanken var att skapa nya produktionsverktyg för icke-linjärt berättande i nya medier. Arbetet vid MAH bestod dels i att utveckla idéer om berättande i interaktiva mediemiljöer, dels i att skapa nya format för produktion och konsumtion av nyheter och sport.

Formatet utvecklades i samarbete med Sveriges Television.⁵

Malmö Living Lab för nya medier är ett exempel på projekt som har som syfte att skapa både nya produkter och tjänster och nya modeller för samproduktion. I *Living Labs* arbetar forskare, designer och utvecklare tillsammans med blivande användare utanför högskolans väggar. Man experimenterar med nya idéer och möjligheter genom att bygga prototyper tillsammans och pröva dem under olika förutsättningar i olika miljöer valda för att komplettera varande (fysiska miljöer, sociala miljöer, användargrupper etc). Deltagarna bidrar med sina olika kompetenser till det gemensamma målet: att skapa, testa och förfina nya idéer. I projektet samarbetar högskolan med bland andra Sveriges Television, Ericsson, medieproduktions-bolaget Good World, teknik- och designföretaget The Astonishing Tribe (TAT) och kulturföreningen Inkonst.⁶

Som framgår av exemplen finns stor erfarenhet av samproduktion. Det bör påpekas att forskarna i dessa projekt inte enbart haft den traditionella rollen att tillföra teoretisk kunskap utan även praktisk erfarenhet, bland annat inhämtad i andra liknande projekt. De har därmed haft en viktig förmedlande roll. Viktigt är vidare att påpeka att kompetensen både avser design och teknologi – och inte minst samspelet mellan dessa båda fenomen; ett samspel som är av uppenbar betydelse för t ex utveckling av mobiltelefoner.

Bland nu aktuella projekt kan, förutom *Malmö Living Lab*, särskilt nämnas *Nya produktions- och konsumtionsmöjligheter för gränsöverskridande medier*⁷, vilket bedrivs inom ramen för KK-stiftelsens satsning på utökad samproduktionskompetens. Som namnet antyder handlar projektet om att utvidga potentialen hos bland annat mobiltelefoner och Internet genom att utveckla nya funktioner och tjänster. Arbetet har hittills t ex ägnats åt att utforska hur mobiltelefoner kan användas som filmkameror i direktsändningar som kan följas över nätet. Relevant är också det arbete som bedrivs med utveckling av open source-hårdvara, som nyligen uppmärksammades i en stor artikel i tidskriften *Wired*, den utan tvekan mest betydelsefulla tidskriften inom fältet nya medier och IT.⁷

Viktiga erfarenheter kommer att dras av den av KK-stiftelsen finansierade profilen *Biofilmer - forskningscentrum för biologiska gränsytor*. Detta gäller både erfarenheter kring hur samproduktionsprojekt kan ledas och styras samt generella kunskaper kring hur man bedriver samproduktion. Arbetena med externa aktörer vid Centrum för fastighetsföretagande, Institutet för hållbar stadsutveckling och de olika tankesmedjorna vid Lärarutbildningen kommer också att tillföra värdefulla kunskaper.

Vidare startar våren 2009 inom ramen för samarbetet *Mobile Heights* (en satsning på trådlös kommunikation och mobila tjänster i Skåne och Blekinge) ett nytt Industrial Excellence Centre kring användning av digitala medier. Samarbetspartners kring detta centrum är bland andra Ericsson, Sony Ericsson, Telia, Malmö högskola, Lunds tekniska högskola, Blekinge tekniska högskola och Region Skåne. Denna verksamhet kommer också att kopplas till KK-miljön. Bland annat kommer ett så kallat User Value Lab att startas, en labbmiljö där mediebrukares kompetenser tas tillvara i utvecklingen av nya digitala tjänster och produkter.

⁵ Se projektets hemsida, <http://www.ist-nm2.org/>.

⁶ Se projektets hemsida, <http://www.malmolivinglab.se/>.

⁷ Arbetet i Malmö leds av David Cuartielles. Se http://www.wired.com/print/techbiz/startups/magazine/16-11/ff_openmanufacturing

På grundval av dessa kompetenser, förutsättningar och möjligheter är vår vision för KK-miljön följande:

KK-miljön ska vara en internationellt ledande miljö vad gäller samproduktionsförmåga samt utveckling av nya kunskapsformer och innovationsmodeller inom området nya medier. Detta inbegriper utveckling av teorier och produkter/tjänster/produktioner, med speciellt fokus på nya gemenskaper, nya offentligheter och nya gestaltungsformer. KK-miljön ska bidra till Malmö högskolas och de övriga medverkande aktörernas generella samproduktionskompetens.

Med *samproduktion* menar vi här en verksamhet där olika partners tillsammans producerar ny kunskap, nya produkter och nya tjänster inom ett specifikt område. Verksamheten leder vidare till ökad förmåga hos de olika aktörerna att samproducera samt till nya kunskaper om samproduktionsprocesser. I fallet nya medier handlar det om samspelet mellan teoriutveckling och utveckling av produkter, tjänster och produktioner (samtliga tre delar är centrala) men också om speciellt fokus på nya gemenskaper, nya offentligheter och nya gestaltungsformer. Detta fokus är valt av tre skäl. Det är områden där Malmö högskola redan nu står stark. Det är områden som står i centrum för mycket av diskussionen om produkt- och tjänsteutvecklingen inom nya medier (att i samarbete med brukare skapa produkter och tjänster som människor kan använda i vardagen på ett sätt som är meningsfullt för dem). Slutligen är det områden som bedömts centrala för samarbetspartners i den närmaste omvärlden.

Med *nya kunskapsformer* menar vi experiment med nya sätt att generera och presentera kunskap. Detta är centralt inom nya medier. Till exempel handlar det om utveckling av nya former för visualisering.

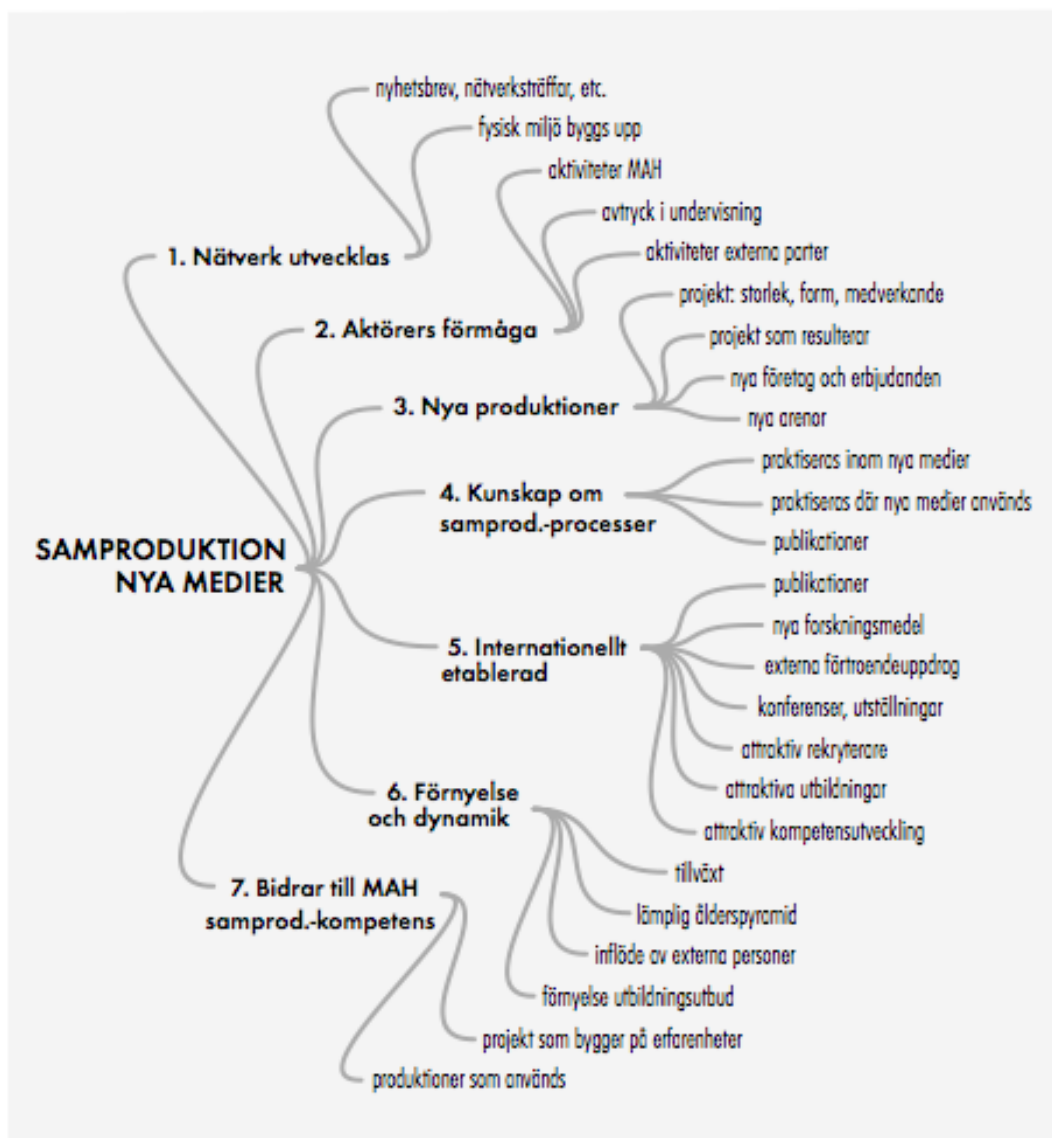
Att KK-miljön avser inte bara forskning utan också undervisning behöver kanske inte särskilt understrykas. Malmö högskola erbjuder för närvarande ett 20-tal program på grundnivån med inslag av nya medier, fem program på avancerad nivå samt två forskarutbildningar, en i Interaktionsdesign (i samarbete med Blekinge tekniska högskola) och en i Medie- och kommunikationsvetenskap (i samarbete med Karlstads universitet). En viktig del av arbetet inom KK-miljön kommer att gälla utvecklingen av dessa utbildningar och, inte minst, att utveckla och erbjuda utbildningar och kompetensutveckling för aktörer inom näringsliv, offentlig verksamhet osv.

3 Förverkligandet av visionen

För att effektivt kunna driva arbetet på att förverkliga visionen för KK-miljön har vi satt upp ett antal *framgångsfaktorer* eller styrfaktorer. De utgör grundval för arbetet och styr de löpande val vi gör. De är ledstjärnor för såväl aktörerna vid Malmö högskola som de olika partners som kommer att ingå i miljön under åren.

Framgångsfaktorerna är emellertid inte så konkreta att det utifrån dem går att avgöra hur framgångsrikt arbetet har varit vid en viss tidpunkt. Därför har vi också satt upp ett antal konkreta och avläsbara *indikatorer på faktisk framgång*. Från visionen har vi alltså formulerat framgångsfaktorerna som styr inriktningen av kommande verksamhet och med indikatorerna på framgång bedömer vi fortlöpande verksamhetens konkreta resultat och kvalitet.

Figur 1 visualiserar relationen mellan vision, framgångsfaktorer och indikatorer på faktisk framgång. Visionen är nedbruten till sju framgångsfaktorer. För varje framgångsfaktor finns sedan ett antal olika indikatorer på framgång.



Figur 1. Vision, framgångsfaktorer och indikatorer på framgång

Framgångsfaktorer

Arbetet med att ta fram framgångsfaktorerna har utgjort både ett av de viktigaste och ett av de svåraste arbetsmomenten i produktionen av detta dokument. Framgångsfaktorer följer inte med automatik från en vision. Det handlar om att noga tänka igenom och identifiera faktorer som är både önskvärda och realistiska; önskvärda i meningen att de på allvar bidrar till att uppfylla visionen, och realistiska i meningen att arbetet med dem faktiskt kan bli framgångsrikt. En utgångspunkt för arbetet har naturligtvis varit de kompetenser som finns och de möjligheter som finns att tillföra ytterligare kompetens. En andra utgångspunkt har varit betydelsen av att identifiera faktorer som är betydelsefulla för alla aktörer som ingår i

miljön. Alla faktorer är naturligtvis inte lika viktiga för samtliga aktörer, men det har varit att finna faktorer som alla kan ställa sig bakom. Dessutom har det varit viktigt att göra klart att inga faktorer står i motsatsställning till varandra. En tredje utgångspunkt har varit viljan att "sträcka ut" förmågorna; att med det realistiska mena något som kanske kan verka ligga en bit utanför vad som kan verka vara inom räckhåll, men som med fokuserat och målmedvetet arbete kan nås.

1. Nätverk utvecklas (skapas, vårdas, växer) bland medverkande aktörer.
2. Utveckling av medverkande aktörers förmåga till samproduktion inom nya medier
3. Nya produkter, tjänster och produktioner skapas
4. Utveckling av kunskap om samproduktionsprocesser inom nya medier
5. Miljön är internationellt etablerad inom utbildnings- och forskningsfältet nya medier
6. Miljön kännetecknas av dynamik och förnyelse
7. Miljön bidrar till Malmö högskolas generella samproduktionskompetens

Utvecklandet av framgångsfaktorer har genomförts i samarbete med externa aktörer. Detta är alltså faktorer som Malmö högskola och strategiska partners är eniga om. Faktorerna 2-4 utgår från hur vi ser på vad som menas med samproduktion – att utveckla förmåga, att skapa produkter, tjänster och produktioner, samt att utveckla kunskap om samproduktionsprocesser. Till detta lägger vi utveckling av nätverk, att utbildnings- och forskningsmiljön nya medier blir internationellt etablerad, att miljön karakteriseras av dynamik och förnyelse samt att den konkreta verksamheten inom området nya medier får betydelse för Malmö högskolas generella samproduktionskompetens. Man kan diskutera om utvecklingen av nätverk är en framgångsfaktor i sig eller bara ett medel för andra mål. Att få aktörer att delta i nätverk kan i vissa lägen vara en enkel och harmlös verksamhet; en verksamhet som kanske framför allt genomförs för att på en yttlig nivå peka på samarbete. Men de aktörer som idag arbetar med nya medier har inte tid att sitta av meningslösa möten. De kommer enbart att ingå i nätverk om de märker att de får något ut av dem. Vi menar därför att om vi lyckas hålla igång nätverk *är* det ett självständigt tecken på framgång. Och den verksamhet som bedrivs inom nätverket består i att hålla igång en gemensam kunskapsprocess. Att miljön får en internationell position är betydelsefullt i sig (utöver det faktum att ett sådant genomslag är en indikator på kvalitén på verksamheten). En dynamisk och föränderlig miljö är på motsvarande sätt både ett medel för att bedriva kreativ verksamhet och ett mål. Att KK-miljön ska ha betydelse för annan verksamhet vid Malmö högskola, slutligen, är utan tvekan ett av de viktigaste målen för verksamheten.

Indikatorerna för de respektive framgångsfaktorerna framgår i Tabell 1. De är valda för att ge en så heltäckande bild som möjligt av respektive framgångsfaktor. De är emellertid inte kvantifierade. Vi säger t ex inte att en indikator på att vi har varit framgångsrika med att bedriva samproduktion är att vi har skapat exakt x projekt under tio år. Indikatorerna visar istället vilka faktorer det är som är viktiga och som kan bedömas. Det är vidare viktigt att påpeka att indikatorerna berör både Malmö högskolas verksamhet och verksamheten bland övriga strategiska partners.

Framgångsfaktorer	Indikatorer på framgång
1. Nätverk utvecklas (skapas, vårdas, växer) bland medverkande aktörer.	1.1 Intensiteten på nyhetsbrev, nätverksträffar och andra nätverksvårdande aktiviteter.
2. Utveckling av medverkande aktörers förmåga till samproduktion inom nya medier.	1.2 Fysiskt miljöbyggande (t.ex. att parter väljer att samlokalisera verksamheter inom nya medier). 2.1 Aktiviteter syftande till utveckling av MAH-medarbetares förmåga till samproduktion inom nya medier. 2.2 Avtryck i undervisningen kring nya medier och besläktade ämnen. 2.3 Aktiviteter hos externa parter syftande till utveckling av förmåga till samproduktion inom nya medier.
3 Nya produkter, tjänster och produktioner skapas.	3.1 Antal samproduktionsprojekt inom nya medier, variation i storlek, arbetsform, karaktär på medverkande aktörer, m.m. 3.2 Antal projekt som resulterar i nya produkter, tjänster och produktioner (från koncept till fullskalig utveckling). 3.3 Antal nya företag och kommersiella erbjudanden som skapas grundat på arbetet i samproduktionsprojektet. 3.4 Antal nya arenor som fungerar som mötesplatser för gemenskaper och offentligheter, virtuella eller fysiska.
4 Utveckling av kunskap om samproduktionsprocesser inom nya medier.	4.1 Relevanta innovationsprocesser praktiseras i samproduktionsprojekt inom nya medier. 4.2 Relevanta innovationsprocesser praktiseras i samproduktionsprojekt där nya medier används. 4.3 Publikationer om innovationsprocesser inom nya medier.
5 Miljön är nationellt och internationellt etablerad inom utbildnings- och forskningsfältet nya medier.	5.1 Publikationer i erkända vetenskapliga fora. 5.2 Nya forskningsmedel från nationella och internationella finansörer. 5.3 Externa akademiska förtroendeuppdrag nationellt och internationellt. 5.4 Anordnande av workshops, konferenser och utställningar. 5.5 Nationell och internationell uppmärksamhet vid rekrytering, post-doc, m.m. 5.6 Nationellt och internationellt attraktiva utbildningar. 5.7 Nationellt och internationellt attraktiva kompetensutvecklingserbjudanden.
6 Förnyelse och dynamik i miljön.	6.1 Personell och ekonomisk tillväxt. 6.2 Lämpligt formad ålderspyramid. 6.3 Inflöde av externa personer vid rekrytering, post-doc, m.m. 6.4 Förnyelse av utbildningsutbudet inom nya medier.
7 Miljön bidrar till Malmö högskolas generella samproduktionskompetens.	7.1 Antal nya samproduktionsprojekt inom andra områden än nya medier som utnyttjar erfarenheter från KK-miljön. 7.2 Antal produkter/tjänster/produktioner från KK-miljön som används i samproduktionsprojekt inom andra områden än nya medier.

Tabell 1. Framgångsfaktorer och indikatorer på framgång

4 Långsiktig handlingsplan

I fokus för den långsiktiga handlingsplanen står naturligtvis den vision och de framgångsfaktorer som är identifierade. Arbetsgruppen arbetar med hjälp av styrgrupp och de rådgivande grupperna mot de uppställda målen. Omvärldsanalyser, som behandlar samhällsförändringar, förändringar inom mediebranschen, den lokala/regionala utvecklingen samt den akademiska utvecklingen, kommer att genomföras kontinuerligt. Det första årets verksamhet får av naturliga skäl till viss del karaktären av planering av den långsiktiga verksamheten (se nedan). Från och med år två kommer arbetet att planeras i form av rullande treårsplaner.

Basen för verksamheten kommer att vara ett antal konkreta samproduktionsprojekt, av olika längder och med olika inriktningar. Men dessa kommer att kompletteras med andra verksamheter. Olika typer av regelbundet återkommande workshops med fokus på för fältet viktiga problemområden kommer att genomföras - här blandas akademiker med praktiker och internationella gäster bjuds in. Kurser som syftar till kompetensutveckling kommer att ges. Utställningar som visar upp verksamhetens resultat kommer att genomföras liksom en större internationell konferens. Externa utvärderingar av verksamheten genomförs vid tre tillfällen.

Under år 1-4 kommer verksamheten till stor del att koncentreras kring utvecklingen av nya produkter och medietjänster i gränslandet mellan TV, radio, mobiltelefoner och Internet, något som brukar gå under namnet *crossmedia*. Centralt kommer då att skapa ökade möjligheter för professionella och amatörer att samarbeta samt att öka möjligheterna för aktörer med relaterade intressen att finna varandra och skapa nya gemenskaper och offentligheter. Begreppen open source, open innovation och user driven innovation kommer att vara ledstjärnor. Vad inriktningen blir på längre sikt bestäms av utvecklingen inom nya medier och samhällsutvecklingen i stort.

5 Verksamhetsplan 2009

Som framgår av det ovanstående kommer år 1 delvis att ägnas åt inventering av möjligheter i den kommande verksamheten. Men vissa projekt kommer också att starta. Det gäller projekt som är baserade på redan existerande samarbeten.

Följande är planerat för år 2009:

- två projekt, baserade på redan utarbetade nätverk startar omedelbart
- två projekt utvecklas för start år 2
- kunskapsutveckling om samproduktion
- modeller för kvalitetssäkring och utvärdering utvecklas
- fortsatt verksamhetsplanering
- fysisk plats för samproduktion inrättas
- international advisory board inrättas, bestående av personer både från akademi och näringsliv
- rekrytering av personer med viktig kompetens

6 Kvalitetssäkring och utvärdering

Som redan beskrivits kommer arbete med att utforma modeller för kvalitetssäkring och utvärdering att genomföras under miljöns inledande halvår. Generellt kommer arbetet med kvalitetssäkring och utvärdering att bedrivas både internt och externt. Den konkreta forskning som bedrivs inom nya medier kommer i sig ha som delmål att skapa kunskap om de processer som pågår. Forskningstraditionen lutar sig mycket mot så kallad video-etnografi; själva processerna dokumenteras noga, med hjälp av videoinspelningar, och analyseras i efterhand. Detta gäller både verksamheten i lab och verksamheten ute i ”verkligheten”. Arbetet med detta material utgör en viktig del av kvalitetssäkringen,. Utöver detta kommer Malmö högskolas enhet för kompetensutveckling och utvärdering att bidra med sina erfarenheter. Vidare kommer synpunkter regelbundet att inhämtas från de referensgrupper som ska knytas till verksamheten (se kap 7, nedan). Det är viktigt att påpeka att utvärderingarna naturligtvis också ska ta hänsyn till de externa parternas intressen och önskemål. Externa bedömningar kommer att genomföras vid tre tillfällen, efter år 4, 7 och 10. Dessutom kommer vi att använda oss av peer review-system när detta behövs. Detta har redan gjorts i anslutning till de två projekt som vi vill starta verksamheten med och det är en modell vi vill fortsätta använda oss av.

7 Organisation av verksamheten inklusive relationen mellan Malmö högskola och KK-stiftelsen

KK-miljön är viktig både för utvecklingen av den specifika kompetensen kring nya medier och för den mer generella kompetensen kring samproduktion. Det är därför viktigt att hitta en organisationsmodell som möjliggör kombinationen av sakkunskap inom området nya medier med sätt att säkerställa att denna kompetens även kommer andra områden tillgodo. Det innebär att det är viktigt att högskolans ledning tar en aktiv roll i arbetet. Malmö högskola har sedan tidigare erfarenheter av att skapa organisationer av liknande slag, bland andra den av KK-stiftelsen finansierade profilen *Biofilmer. Forskningscentrum för biologiska gränssytor*, Centrum för fastighetsföretagande, Institutet för hållbar stadsutveckling samt olika tankesmedjor vid Lärarutbildningen, och dessa erfarenheter ligger till grund för organisationsuppbyggnaden.

KK-miljön kommer att vara direkt underställd rektor. Den kommer att ha en styrgrupp som består av vicerektor (ordförande) samt dekanerna för de områden på Malmö högskola som är mest involverade i nya medier, nämligen Kultur och samhälle, Lärarutbildningen samt Centrum för teknikstudier. Arbetet inom miljön kommer att styras av en ledningsgrupp, som kommer att bestå av en föreståndare med akademisk kompetens inom området (föreståndaren ingår även i styrgruppen), en administratör/producent med ansvar även för information och pr (som också ingår i styrgruppen) samt representanter för de delområden som verksamheten inledningsvis kommer att inrikta sig mot. En rådgivande grupp med representanter för samproducenterna kommer att inrättas, liksom en internationell rådgivande grupp med kompetens inom området nya medier samt samproduktion.

Relationen mellan KK-miljön och KK-stiftelsen är naturligtvis viktig. Den person som fungerar som administratör/producent för miljön kommer att ha huvudansvaret för kontakten med KK-stiftelsen. En representant från KK-stiftelsen kommer vidare att sitta i miljöns referensgrupp. Årliga seminarier där samtliga KK-miljöer träffas tillsammans med representanter för KK-stiftelsen kommer att genomföras. Frågor som inledningsvis är av

särskilt intresse är hur vi mäter resultat/effekter, finner modeller för fånga
samarbetspartnernas bedömning av samproduktionen samt kommunikation såväl internt som
externt.

ORGANISATION

REKTOR

