



RAPPORT- inom Projektet:
”Centrum för turism och upplevelseproduktion”
för delprojektet:

Evenemangsforskning för hållbar evenemangsturism – IceLab och TestLab Acusticum

Hans Gelter
Inst. För Musik och Medier
Luleå tekniska universitet



Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion",
som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län



Innehållsförteckning

Innehållsförteckning.....	2
Sammanfattning	2
Bakgrund	3
Projektets syfte:	5
Metod	5
Tidsplan:.....	6
Budget:	6
Aktiviteter:	6
Resultat.....	7
Delprojekt 1 "IceLab"	7
Slutsatser	12
Delprojekt 2 "Testplats Acusticum"	13
Acusticum.....	15
Nulägesanalys av Acusticum miljön	19
TestLab Acusticum	22
Upplevelselab som första steg till TestLab Acusticum.....	28
Slutsatser	29
Referenser.....	29

Foto framsidan. Studio Acusticum invigningskonsert med WeiWei: Foto: Hansi Gelter

Sammanfattning

Vid Acusticum och Institutionen för musik och medier finns förutom de personella resurserna i form av konstnärliga och vetenskapliga professorer, doktorander och lärare även omfattande materiella resurser o form av studios, teknikutrustning och konsertsalar. Forskarmiljön i Piteå har även LTU's uppdrag att koordinera utvecklingsområdena musikalisk gestaltning och upplevelse, turism och fritid inom filosofisk fakultet. Inom CTU-projektet har därför avsatts medel för att utifrån upplevelseproduktion initiera och stimulera forskning och utveckling inom evenemangsturism med anknytning till denna miljö i Piteå. Syftet med satsningen är att genom en koordinerad forskningsinsats kring evenemang och festivaler stimulera och utveckla evenemangsturism lokalt, regionalt och nationellt. Denna rapport beskriver två initiativ som tagits för att initiera evenemangsforskning vid LTU.

Delprojekt "IceLab" har syftat till att samla de erfarenheter som gjort vid LTU kring innovationsprojektet "IceDome Concert Hall" och "IceMusic" som LTU 2004-2006 varit involverade i och att utifrån dessa erfarenheter utveckla et koncept av "IceLab" för fortsatt innovativ utveckling av vinterevenemang kring ismusik. Delprojekt "TestLab Acusticum" har utifrån de resurser som finns inom LTU och Acusticum initiera utvecklingen av Mötesplats och TestLab Acusticum för experimentell evenemangsforskning inom upplevelseproduktion.



Bakgrund

Svensk turism har utvecklats till en av de nya basnäringarna som med en omsättning på 191 miljarder under 2005 (NUTEK 2007) motsvarande 2,8 % av BNP. Tillväxttakten är hög och uppvisar en ökning med 10,7 % från 2004 till 2005. Turism sysselsatte samma år 138 166 (årsverk) med en ökning på 9 % från 2004 och 35 % från 1995. Turism sysselsätter därmed fler än jordbruk, skogsbruk och fiske tillsammans. Exportintäkterna från inkommande turism under 2006 motsvarade 62,3 miljarder från 10,9 miljoner internationella besökare. Export av turism överstiger därmed export av Svensk bilindustri vilket visar att svensk turismnäring numera har samma ekonomiska värde som andra basnäringar för vår välfärd. Enligt NUTEK visar framtidsutsikterna för turism på fortsatt kraftig tillväxt.

Evenemangsturism (Ali-Knight & Chambers 2006, Edström et al. 2003, Picard & Robinson 2006) utgör för många destinationer ett viktigt inslag och tillväxtfaktor i det lokala turistutbudet och vissa destinationer såsom Hultsfred, Jokkmokk m.fl. har bygg sitt varumärke kring evenemang och festivaler (Bjällesjö1999). Inom turism i petrifiera regioner (Brown & Hall 2000, Sahlberg 2001) har evenemangsturism såsom Jokkmokks marknad, Piteå Dansar och Ler, Fästspelen i Pite Älvdal, Noliämässan, Pite Summer Games, Rallarfestivalen liksom många vinter-, stads- och gatufestivaler blivit ett viktigt komplement till natur- och kulturturism för en ort, både för befolkningens livskvalitet på orten och för inkommande turism. De flesta evenemang har en kort tidsrymd vilket ställer stora logistiska och infrastrukturella krav på en ort under festivaltiden (Allen et al. 2005, Edström et al 2003, Van Der Wagen & Carlos2005). Hög kapacitet för transport, boende, mat m.m. under ett evenemang kan under mellantiden skapa en stor överkapacitet på en liten ort.

För en liten ort som Piteå med 41 000 invånare kan stora evenemang som Piteå Dansar och Ler (120 000 besökare), Noliämässan (100 000 besökare) och Pite Summer Games (30 000 besökare) liksom Pite Havsbad (500 000 besökare) ha en stor ekonomisk betydelse. Som evenemangsstad kommer huvuddelen av besökarna till destinationen Piteå under sommarhalvåret och den turistiska infrastrukturen står därför till stor utnyttjad stor del av året. För att mer optimalt kunna utnyttja den turistiska kapaciteten hos evenemangsdestinationer utgör en säsongsförlängning en viktig strategi för destinationsutveckling (Rsenberg & Wahlberg 2004. Exempel på destination som satsar hårt på året runt evenemang är Åre (Ref) och ett bra exempel på lyckad säsongsförlängning av ett megaevent är Vasaloppet (ref.)

En hållbar utveckling av arrangemang både över tid och i ett året runt perspektiv är starkt efterfrågat inom evenemangsbranschen. Ännu är festival och evenemangsforskning relativt marginell inom turismforskningen, men nyligen hade projektet European Festival Research Project (EFRP) en konferens med temat "What makes festivals Sustainable?". Vid det 16 Nordiska forskarsymposiet "Tourism and Hospitality Research" i Helsingborg 27-30 september 2007 var nio konferensföredrag av totalt 61 uppdelade i tre konferenssessioner dedikerade temat "Advances in Festival Research" medan året innan vid konferensen i Savonlinna var endast 2 av 64 konferensbidrag med anknytning till evenemang och festival.

Forskning kring hållbar evenemangsturism kräver en bred tvärvetenskaplig ansats med analys av delkomponenter såsom produktutveckling, entreprenörskap, varumärkesbyggande (branding), marknadsföring, omvärlds- och gästanalyser, marknadskommunikation, branschens kunskapsbyggande och nätverkande, innovation och kreativitet m.m. Ett centralt område inom evenemangsforskning är gästens upplevelse och upplevelseproduktion utifrån gästperspektivet.



Vid Institutionen för musik och medier IMM, Luleå tekniska universitet, och tillhörande Acusticum pågår för närvarande en utveckling av utbildning, forskning och utvecklingsprojekt med anknytning till evenemang och upplevelseproduktion. Flera olika projekt är redan initierade såsom Testplats Acusticum för medier, festivalforskning (en doktorand), interaktiva installationer (Interaktiva Institutet) m.m. En utbildning i upplevelseproduktion startades 2002 och ett flertal examensarbeten har och kommer att adressera frågor kring evenemangsturism. Vid Institutionen har även pågått utveckling av evenemang kopplade till snö och is genom ismusik. Färdigställandet av Studio Acusticum hösten 2007 öppnar nya möjligheter för forskning och utveckling av upplevelseproduktion inom evenemang. Ämnet upplevelseproduktion kan här få en central roll i att samla och koordinera olika aktörer, forskare och materiella resurser för en kraftsamling kring utvecklingen av evenemangsforskning.

Som ett led i detta har projektet "CTU – Centrum för Turism och Upplevelseproduktion" bland sina mål haft inrättandet av forskarutbildningsämne och professor i upplevelseproduktion. Ett av CTUs delprojekt har arbetat med detta mål (Gelter 2007a). Delprojektet har utvecklat en arbetsdefinition på upplevelseproduktion:

Ämnet upplevelseproduktion inriktar sig på de processer och metoder som används vid produktion av upplevelser inom det nya upplevelsesamhället. Den post-moderna samhällsutvecklingen har nått den översta nivån av Maslow's behovshierarki där drömmar och självförverkligande har blivit ett nytt kommersiellt utbyte och en egen ekonomi, upplevelseekonomin. Iscensatta meningsskapande upplevelser baserade på individuella drömmar och känslor utgör värdet för konsumtion som syftar till att skapa personlig image och livsstil. Upplevelseproduktion inom upplevelseindustrin bygger därför på andra och delvis ännu outforskade principer än produktion av varor och tjänster inom serviceindustrin.

Upplevelseproduktion består av en mångdimensionell process som baseras på design och styrning av materiella och immateriella resurser. Dessa leder en person genom en fördefinierad upplevelseprocess som tematiskt byggs upp av grundkomponenterna underhållning, lärande, estetik och eskapism.

Upplevelseproduktion som forskningsämne studerar olika dimensioner i denna producerade upplevelseprocess. Dessa dimensioner består av

- *Upplevelseproducenten och dennes arbetsformer, verktyg och resurs.*
- *Upplevelseproduktionsprocessen med iscensättandet och design av de materiella och immateriella resurserna.*
- *Upplevelseprodukten som ekonomiskt utbyte inom upplevelseindustrin.*
- *Den personliga upplevelsen och dess kvaliteter som individen förnimmar vid konsumtion av upplevelseprodukten,*
- *Den efterfråga på upplevelser människan har utifrån sin sociokulturella kontext."*

Forskarutbildningsämnet i upplevelseproduktion kommer att vara knuten till Institutionen för musik och medier. Här finns i dag en forskningsmiljö med sex konstnärliga professorer i ämnet musikalisk gestaltning och två vetenskapliga professorer i musikpedagogik. En professor i MKV är under tillsättning. Dessutom finns lektorer i musikpedagogik, ljudteknik och upplevelseproduktion och i MKV under tillsättning och en professor i upplevelseproduktion under inrättande. I forskarmiljön finns även fem doktorander inom musikpedagogik och musikalisk gestaltning. Vid Acusticum och Institutionen för musik och medier finns förutom

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





de personella resurserna även omfattande materiella resurser i form av studios, teknikutrustning och konsertsalar. Forskarmiljön i Piteå har även LTU's uppdrag att koordinera utvecklingsområdena musikalisk gestaltning och upplevelse, turism och fritid inom filosofisk fakultet.

Inom CTU-projektet har därför avsatts medel för att utifrån upplevelseproduktion initiera och stimulera forskning och utveckling inom evenemangsturism med anknytning till denna miljö i Piteå. Syftet med satsningen är att genom en koordinerad forskningsinsats kring evenemang och festivaler stimulera och utveckla evenemangsturism lokalt, regionalt och nationellt.

Projektets syfte:

Syftet med detta arbete har varit att inom två delprojekt initiera och stimulera forskning kring hållbar evenemangsturism inom LTU. Projektet har utförts inom två delprojekt

- Delprojekt 1: "IceLab": Projektet har syftat till att samla de erfarenheter som gjorts vid LTU kring innovationsprojektet "IceDome Concert Hall" och "IceMusic" som LTU 2004–2006 varit involverade i och att utifrån dessa erfarenheter utveckla ett koncept av "IceLab" för fortsatt innovativ utveckling av vinterevenemang kring ismusik.
- Delprojekt 2: "TestLab Acusticum": Att utifrån de resurser som finns inom LTU och Acusticum initiera utvecklingen av Mötesplats och TestLab Acusticum för experimentell evenemangsforskning inom upplevelseproduktion.

Målet för delprojekt 1 har varit att få fram en rapport som beskriver bakgrund, utveckling och erfarenheter av IceDome Concert Hall projektet. Rapporten kommer att ligga till grund för ansökningar för fortsatt utveckling av IceMusic konceptet i form av ett IceLab inom LTU's utvecklingsområde Upplevelse, turism och fritid i samverkan med utvecklingsområdet Musikalisk gestaltning.

Målet för delprojekt 2 har varit att göra en inventering och analys av de personella och materiella resurserna vid LTU och Acusticum och utifrån denna göra en konceptutveckling för en innovativ forsknings- och utvecklingsmiljö evenemangsturism för vid Acusticum. Resultatet presenteras i denna rapport och kommer att ligga till grund för ansökningar för att etablera ett TestLab Acusticum vid LTU.

Metod

Inom delprojekt "IceLab" sammanställdes tillgänglig dokumentation i form av tidningsartiklar, reportage, intervjuer m.m. och författarens egna erfarenheter kring IceMusic och IceDome Hall projektet. Processens aktiviteter dokumenterades och dokumentation i form av foto, film och inspelningar sammanställdes. Diskussioner och informella och ostrukturerade intervjuer med olika aktörer och intressenter till projektet har genomförts under själva IceDome Hall projektets genomförande och under detta delprojekt. Representanter för IceHotel, Piteå Kommun, Acusticum, Institutionen för musik och medier, studenter, musiker, gäster och media har kontaktats för samtal och diskussion under projektets genomförande. Dessa samtal, egna erfarenheter, medieartiklar, foto och filmdokumentation och annan dokumentation har systematiskt samlats för att sammanställas i en rapport "IceDome Concert Hall – Innovative border cross experience production (Gelter 2007b)

Inom delprojekt "TestLab Acusticum" gjordes en nulägesanalys genom att samla in dokumentation, samtala och intervjua intressenter och genom deltagande i en rad möten och

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





diskussioner kring Acusticum, Studio Acusticum, destinationen och IMM utveckling. Representerar för Acusticum, Studio Acusticum, Testplats Acusticum, Utvecklingskontoret vid Acusticum, företag vid Acusticum, Interaktiva Institutet, Mötesplats upplevelseindustrin i Piteå, destinationen Piteå Presenterar, Tillväxtrådet och tillväxtkontoret vid Piteå kommun, prefekt, lärare, forskare och studenter och teknisk personal vid Institutionen för musik och medier, forskare inom utvecklingsområdet Musikalisk gestaltning samt Upplevelse, turism och fritid m.fl. har i olika sammanhang varit involverade i diskussioner kring utveckling av Mötesplats Acusticum och utvecklandet av en TestLab Acusticum. Förslaget har presenterats vid personalmöte för IMM, för de två utvecklingsområdena Musikalisk gestaltning och Upplevelse, turism och fritid vid LTU, för Mötesplatsen Upplevelseindustrin i Piteå samt vid workshops anordnade av CTU. Utifrån dessa diskussioner och insamlat material har en konceptutveckling av "TestLab Acusticum" utförts och som presenteras i denna rapport. I samband med invigningen av Studio Acusticum under oktober 2007 har även benschmarkinganalys av ett evenemang utförts som redovisas i separat rapport (Gelter 2007c).

För utvecklandet av ämnesövergripande forskningsprojekt inom evenemangsturism har nordisk forskning och forskarmiljöer kring evenemangsforskning identifierats, bl.a. genom deltagandet vid två nordiska forskningskonferenser, 15th and 16h Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research" i Savonlinna, Finland 19-22 okt 2006 och Helsingborg 27-30 sept 2007. Vidare har Sidsel Carlsen doktorand vid IMM deltagit i European Festival Research Project (EFRP) konferens "What makes festivals Sustainable? den 10 nov 2006 i Le Mans. Vid organisationens senaste möte i Barcelona 19-20 okt 2007 med temat "Festival Policies of Public Authorities in Europe" representerande Bengt Lidström detta utvecklingsområde. Projektet har även diskuterat partnerskap med "Svenska EventAkademin" för upplevelseproduktion i Piteå till EventAkademins partnerskapgrupp kring utbildning och forskning kring events.

Både IceLab och TestLab Acusticum koncepten kommer att ligga till grund för forskningsprojekt och forskningsansökningar från LTU där forskare och aktörer från olika miljöer är inbjudna att delta. Kontaktperson för projektet är Hans Gelter, Upplevelseproduktion, LTU Piteå.

Tidsplan:

Projektet genomfördes huvudsakligen under våren 2007 och redovisas hösten 2007. Skrivarbetet med de vetenskapliga rapporterna beräknas vara klara under december 2007.

Budget:

Till projektet avsattes från CTU 100 000:- för genomförandet enligt projektplan. Resurserna har använts för arbetstid (179 timmar, 96%) och litteratur m.m. (4%)

Aktiviteter:

Resurserna för projektet ha använts för mötet med forskare, aktörer och intressenter med anknytning till de två delprojekten. Resurser har även använts för research, omvärlds- och nulägesanalys samt utveckling och skrivning av rapporter och underlag för ansökningar.



Resultat

Delprojekt 1 "IceLab"

Den 4 April 2004 genomförde Musikhögskolan i Piteå världens första isorgelskoncert vid Icehotel, Jukkasjärvi efter ett unikt border-cross projekt mellan den amerikanske iskonstnären Tim Linhart, Icehotel, Grönlunds orgelbyggeri och Musikhögskolan i Piteå. Efter tre månaders konstruktion av en 54 pipars orgel helt i is (utom klaviaturtangenter och luftpump) inne i Icehotel genomfördes den 4 April två konserter med orgel spelad av Prof. Hans-Ola Ericsson och sträng- och slaginstrument i is spelade av musikstudenter studenter från Piteå. Ismusiken komponerad av Jan Ferm var uppbackad av körmusik från Musikskolans kammarkör. Hela produktionen av iskonserterna var led av upplevelseproducent Jennie Lindström med temat "The re-emergence of Ymer".



Figur 1. Isorgel konserten vid Icehotel, Jukkasjärvi 2004, Vid Orgeln Prof. Hans-Ola Ericsson.
Foto: Hans Gelter

Konserten väckte stor uppmärksamhet och Musikhögskolan blev intresserad att gå vidare med konceptet "ismusik". Icehotel kände dock på grund av arbetet med Ice Globe Theatre att de inte hade resurser vidare medverka i ismusikprojektet.

Undertecknad fick i uppdrag av Tillväxtrådet för turism och arrangemang i Piteå Kommun att skriva en projekttidé "Gestaltning av Piteå vinterstad i snö och is" som 18 okt 2004 överlämnades till tillväxtkontoret. I projekttidén lanserades "IceMusic" och tankarna på en egen iskonserthall i Piteå, en tanke som ursprungligen växte fram i en diskussion mellan undertecknad och Tim Linhart under förberedelserna av isorgelkonserterna på Icehotel.

I ett PM den 10 jan 2005 från Kultur och Fritid vid Piteå Kommun gavs en budget och projektbeskrivning för uppförandet av en "IceDome Concert Hall" i Piteå under temat "Musik från Snö och is". I projektet skulle Tim Linhart anställas av Piteå Kommun under januari till mars 2005 för att bygga isinstrument och konserthallen i snö och is. Konserthallen

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





skulle till en början enbart utrustas med trum- och stränginstrument i snö och is, och en Isorgel byggas kommande år när mer erfarenhet av projektet erhållits. Studenter på upplevelseproduktion på gestaltningskursen MEK30 skulle gestalta konserthallen och isskulpturer och musikstudenter och studenter från Arena musik, media och teknik skulle utveckla isinstrument och ismusik under Tim Lindharts ledning. Projektet planerades med en budget på 105 000 där Piteå kommun via EU-projektet Destination Piteå gick in med 50 000, Musikhögskolan med 25 000, Piteå Kommun genom Kultur och Fritid 20 000 och Piteå Presenterar Handel med 10 000.

En konserthall i snö och is i form av två sammanbyggda snöigloos (figur 2) bygges bakom kårhuset i Piteå av Tim Linhart, upplevelsestudenter och frivilliga från Piteå. Is till instrument hämtades från Piteälven av Piteå Kommun och en särskild uppblåsbar ballong inköptes av Tim Linhart för att bygga konserthallen.



Figur 2 Iskonerthallen vid Musikhögskolan i Piteå vintern 2005/06. Foto: Hans Gelter

Inga Arena- eller musikstudenter engagerades dock vid Musikhögskolan, och de studenter som skulle uppträda med isinstrumenten rekryterades med kort varsel inför konserten. Två konserter var planerade med musiker från Musikhögskolans studenter, men den andra konserten avbröts drastigt av Tim Linhart när han ansåg musiken inte höll tillräckligt hög klass. Avbrottet fick stor medial uppmärksamhet och ledde till att hela projektet gick i stå. Dåvarande prefekt från Musikhögskolan tog avstånd från all samverkan med Tim Linhart vilket gjorde att även kommunen drog sig ur projektet. Konflikten löstes dock av undertecknad genom att upplevelseproducenternas studentförening erbjöds att ta över iskonerthallen och driva den vidare med hjälp av Tim Linhart. Ett antal konserter gavs med hjälp av inhyrda musiker från södra Sverige och frivilliga musikstudenter från Musikhögskolan. Samtidigt kunde världens första isfiol presenteras till konserten "Snöyran, ismusik och aktiviteter" med kringaktiviteter som genomfördes under påsken 25/3. Isinstrumenten bevarandes för kommande år i ett fryshus i Öjebyn bekostat av Piteå kommun.



Figur 3. Världens första isfiol vid "IceDome Concert Hall" Hall i Piteå 2005. Foto: Hans Gelter

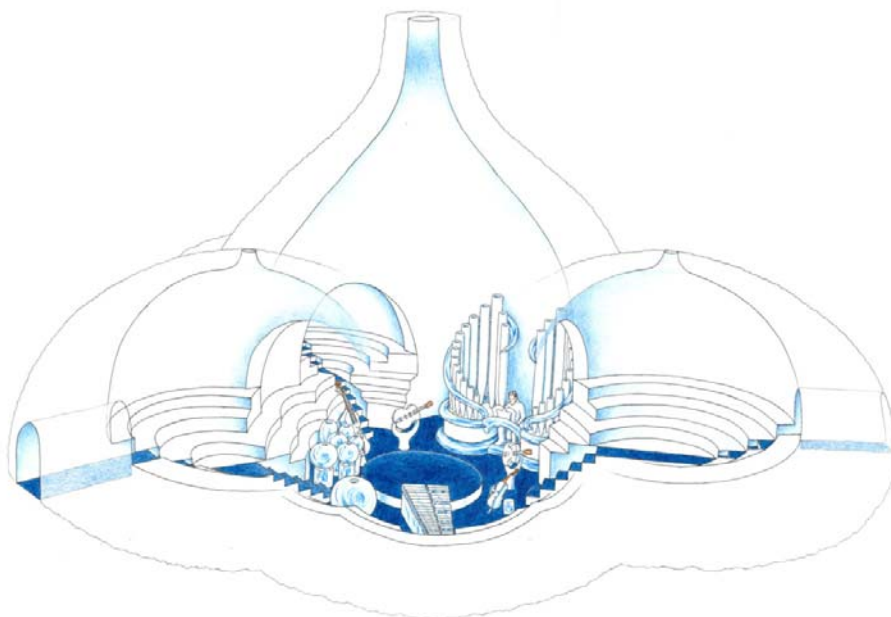
Efter förhandlingar mellan tillväxtkontoret vid Piteå Kommun, Piteå Havsbad och Tim Linhart uppfördes en iskonserthall vid Piteå Havsbad året därpå. Ett antal konserter gav men Havsbadet ansåg att investeringskostnaden var för hög för att ensamma bygga konserthallen. Eftersom ingen projektorganisation fanns kring IceDome Concert Hall och ingen enskild aktör (Piteå Kommun, Piteå Havsbad, Musikhögskolan m.fl.) ville ta på sig projektledarskapet kunde inga medel säkras för en fortsatt utveckling av konceptet. För att kunna fortsätta sin utveckling av ismusik kontaktade då Tim Linhart entreprenörer i Sydtyrolen och den 18 mars 2007 invigdes en IceDome Concert Hall med konserten "Musik in Eis" på 3200 meter höjd på glaciären i Schnalstaler i Sydtyrol. Även under vintern 2007/08 kommer det att hållas konserter på glaciären i Sydtyrolen.

Intresset för vidareutveckling av ismusik och vinterevenemang genom border-cross av musik, snö och is finns kvar vid Inst. för musik och medier liksom inom destination Piteå. Även Prof. Sven Knutsson vid Geoteknik, Inst. för samhällsbyggnad är intresserad av projektet utifrån konstruktionsteknik. Varken musikstudenter eller Arena musik, media och teknik fick den förankring i projektet som planerats varför en fortsatt utveckling av konceptet med eller utan Tim Linhart anses ha goda möjligheter. Intressenterna kommer genom utvecklingsområdet upplevelse, turism och fritid att på nytt samlas för att koordineras till en i första hand EU mål-2 ansökan med en tydlig projektledningsorganisation för utveckling av innovationsprojektet.

Detta CTU-projekt har därför dokumenterat denna innovativa utveckling fram till 2007 som kommer att presenteras i en separat rapport och ligga till grund för mål-2 ansökan. Rapporten kommer att innehålla en inventering av vinterfestivaler nationellt och internationellt för att studera innovationsgraden och hållbarhet inom vinterfestivaler. Vidare kommer ett konceptförslag för ett "IceLab" att presenteras för test och utveckling av isinstrument, ismusik och isupplevelser som sedan kan vidareförädlas till turistiska produkter inom vinterevenemang.



Figur 4. IceDome Concert Hall vid Piteå Havsbad vintern 2005/06. Foto: Hans Gelter



Figur 5. IceDome Concert Hall som det visualiserats av Tim Linhart.

IceLab-koncept

IceLab planeras att bestå av en eller flera snöigloos enligt modell efter de i Piteå uppsatta IceDome Concert Hall. Dessa IceLab igloos placerade runt Acusticum. Flera separata snöigloors möjliggör test- och utvecklingsverksamhet av olika karaktär i varje igloo. Denna forskning och utveckling skulle bl.a. kunna utgöras av:

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län



- Utveckling a nya former av isinstrument genom Arena musik, media och teknik och avdelningen för geoteknik i Luleå.
- Konstnärlig utveckling av speciellt isinstrument baserad musik genom musikkomposition Musikhögskolan.
- Utvecklandet av körmusik anpassad till IceDome Concert Hall akustik genom körverksamheten vid Musikhögskolan.
- Test och utveckling av ljudteknik för inspelning i snö- och ismiljöer genom ljudteknik vid Inst. för musik och media..
- Test av ljussättning och upplevelseproduktion i IceDome-miljöer genom utbildningen i upplevelseproduktion vid Inst. för musik och medier.
- Test av gestaltning och utsmyckning av IceDome Concert Hall genom upplevelseproduktion och mediedesign vid Inst. för musik och medier.
- Test och utveckling av interaktivitet i ljud och ljus i IceDome-miljöer genom Interaktiva Institutet i samverkan med ljudteknik och upplevelseproduktion.
- Test och utveckling av konstruktion i snö och is genom geoteknik vid LTU.

Konstruktion av en snögloob med hjälp av snökanoner tar ungefär en vecka och kompetens och erfarenhet har byggts upp i Piteå under de två åren IceDome Concert Hall uppfördes här.



Figur 6. Uppförande av en snögloob för IceDome Concert Hall med hjälp av snökanon och uppblåsbart tält. Foto: Hans Gelter.

Delprojektet IceLab har utfört följande aktiviteter:

- Inventering och omvärldsanalys av vinterevenemang
 - Analys av vinterevenemang som presenteras på destinationers och kommuners hemsidor i Norrbotten
 - Förfrågan om vinterevenemang till Turistbyråer i respektive Norrbottenskommun
 - Googler-sökning på vinterevenemang
- Dokumentation av
 - IceMusic vid Icehotel

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





- IceDome vid Musikhögskolan
- IceDome vid Piteå Havsbad
- Konceptutveckling av "IceLab" som försöksarena för ismusik och isupplevelser.



Figur 7. Test av isinstrument i IceDome Concert Hall Foto: Hans Gelter.

Slutsatser

Genom att samla forskare och projekt kring vinterevenemang för en hållbar åretruntverksamhet i nordliga klimat, bl.a. genom studier av innovativa processer kring utveckling av konceptet av "ismusik" och gestaltandet av en "IceDome Concert Hall" får forskarmiljön inom CTU och utvecklingsområdet Upplevelse, turism och fritid en naturlig anknytning till LTU's profil kring snö och is och sitt nordliga läge. Genom att beskriva och diskutera konceptet "IceLab" som en miljö för forskning och utveckling av vinterevenemang baserat på snö, is och musik har en god grund lagts för kraftsamling inom CTU kring utvecklingsområdet Upplevelse, turism och fritid.



Delprojekt 2 "Testplats Acusticum"

Detta projekt syftar till att samla forskare och evenemangsaktörer kring det nya Studio Acusticum i Piteå för att utveckla ett "TestLab Acusticum" för forskning kring evenemangsproduktioner. Syftet med "TestLab Acusticum" är att utveckla resurserna vid Studio Acusticum till ett regionalt och internationellt nav för forskning och utbildning inom evenemang.

I och med invigningen av Studio Acusticum den 6 oktober – 6 November 2007, avslutas en intensiv byggnadsfas i utvecklandet av Acusticum och Inst. för musik och medier vid LTU. Musikhögskolan i Piteå är en av Sveriges sex musikhögskolor och växte fram ur Framnäs folkhögskola som startade 1953. Musikhögskolan blev 1978 en del av dåvarande högskolan i Luleå, numera Luleå tekniska universitet. 1991 utökade Musikhögskolan i Piteå sina utbildningar med ett program i ljudteknik, det första i Sverige som examinerade sin första doktor 2003. Under 2002 påbörjades den största mediesatsningen någonsin inom universitetsvärlden i Sverige med inrättandet av dåvarande Akademisk MedieCenter (AMC) vid Musikhögskolan. Tre magistermedieutbildningar inom media och en magisterutbildning i upplevelseproduktion startades utifrån en kombination av vetenskaplig och konstnärligt förhållningssätt och nära samarbete med branschföretag. Samma år invigdes Acusticum, en företagsmiljö och inkubator för företagande inom musik, media och upplevelser.



Figur 8. Institutionen för Musik och medier och Acusticum. Foto: Acusticum

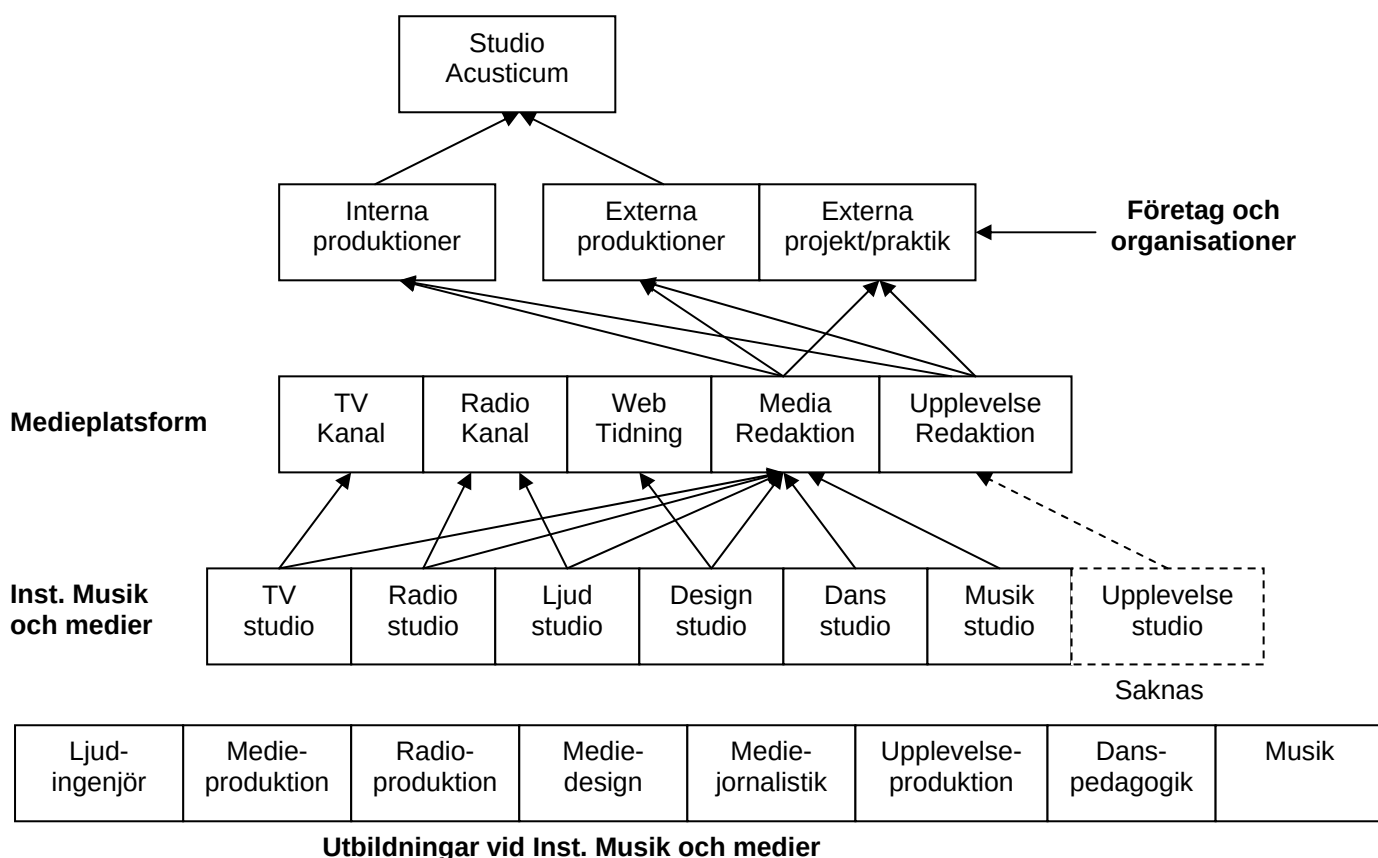
Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





År 2003 invigdes de nya lokalerna för AMC utrustade med den modernaste digitala utrustning för medieproduktion, inspelning och sändning av radio och TV. Till utbildningarna kopplades en **medieplattform** som består av en radio- och tv-station och en webbtidning. Dessutom finns ett designlab för mediedesignutbildningen. AMC fick därmed unika resurser för utbildning och forskning inom medieproduktion, figur 9. För upplevelseproduktion avsattes inga resurser i form av upplevelsestudio eller upplevelselab varför utbildningen polariserades mot en starkare teoretisk förankring och fler skarpa case tillämpningar i branschen än övriga utbildningar.

Under 2003 påbörjades även en danspedagogutbildning vid Musikhögskolan som därmed fick en i världen unik bredd av konstnärliga och vetenskapliga utbildningar i musik, musikpedagogik, ensambleledning, filmmusik, kör, musikkomposition, dans, ljudteknik, media, journalistik och upplevelseproduktion. Konstnärlig utveckling genom sex konstnärliga professorer och vetenskaplig forskning genom två professorer i musikpedagogik vidgas nu med tillsättandet av en professor i media och kommunikationsvetenskap och inrättandet av en professor i upplevelseproduktion. Under 2007 bytte institutionen namn från Musikhögskolan i Piteå till Institutionen för musik och medier med två avdelningar, Musikhögskolan i Piteå och avdelningen för medier och upplevelseproduktion (figur 8). Utvecklingen ingår i en vision om att år 2010 vara Europas mest innovativa mötesplats för musik, media och upplevelser.



Figur 9. Resurser vid Institutionen för Musik och medier.



Acusticum

Hösten 2002 invigdes Acusticum, en företagsmiljö och inkubator för företagande inom musik, media och upplevelser i anknytning till Musikhögskolan. Acusticum pryds av ett 70 meter höga upplyst torn som en uppkäftig uppstickare för den nya upplevelseindustrin och som därmed blivit ett symboliskt riktmärke för Piteås nya näringslivs- och kunskapscentrum. I Acusticumområdets fyra företagsbyggnader ryms idag ett 30-talet företag med anknytning till ljud, musik, media och upplevelser, dessutom finns sju studentföretag (tabell 1).

Tabell 1. Företag i Acusticum Oktober 2007 (enligt www.acusticum.se)

1. Atea Sverige AB
2. AudioNord
3. CMiT
4. Darub Närradio AB
5. Darub Radiotidningar AB
6. Darub Produktion AB
7. Digital Awakening
8. Digiwall Technology AB
9. Direktutbildning
10. DITRA
11. Drummerboy International
12. Event & Design Ltd
13. Idéhuset
14. Interactive Institute
15. Lidström Consulting
16. Massa Media
17. MEB Invest
18. More Media Sverige AB
19. MUIP
20. Norrbotten NEO
21. Norrbottens Kammarorkester
22. Norrbottens-Kuriren
23. Norrbottens Musiken Piteå
24. OMY! AB
25. Piteå Kammaropera
26. Piteå Studiecetrum
27. Restaurang Valdino Acusticum
28. Studentföretag
29. Thoréngruppen
30. Tomas Riklund AB
31. Vocal Devotion
32. YouCall

Nyetabletrade studentföretag (oktober 2007)

1. Webbdesign/-programmering ljudproduktion (Jesper Gustin)
2. Jennie Lindström Upplevelseproducent (Jennie Lindström)
3. Tindra Film (Maria Wikström, Hanna Höglén)
4. Konsult Upplevelseindustrin (Daniel Jarblad)
5. Björn Dahlfors, text, bild och form (Björn Dahlfors)
6. Axel Aldercreutz Produktion (Axel Aldercreutz)
7. Cemion (Michael Ottosson)

Vid Acusticum finns en business inkubator/drivhus under namnet ”go business”, även kallad **Idéhuset/IdéLabbet** vars syfte är att stötta och inspirera studenter, forskare och lärare med rådgivning och stöd i att starta företag och att etablera kontakter med befintliga näringsliv. Drivhuset anordnar i samverkan med Piteå Företagarcentrum kurser och anlitat föreläsare från näringslivet. Inkubatorn erbjuder subventionerade kontorsplatser för nystartade företag.



Målsättningen är att vara en av de främsta verksamheterna i Sverige för start av kreativa samt tjänste- och kunskapsintensiva företag inom musik, media och upplevelsebranschen.

Vid Acusticum finns ett **utvecklingskontor** som sammanför ekonomiska och personella resurser från Institutionen för musik och medier, Acusticum, Piteå Kommun och Piteå Näringsfastigheter. Utvecklingskontoret arbetar med styrning och ledning från Institutionen för musik och mediers ledningsgrupp och prefekt samt Acusticum's styrelse.

Utvecklingskontorets huvudarbetsuppgifter är följande;

Företagsutveckling
Etableringar
Utveckling av befintliga företag
Nystarter/avknoppningar
Projektsamordning
Finansiering av strategiska projekt
Samordning av marknadsföringsinsatser
Nationellt och internationellt nätverksarbete



I Acusticum finns även lokaliserat **Mötesplats Upplevelseindustrin Piteå, MUIP**. KK-stiftelsen utsåg 2002 Piteå som en av åtta nationella mötesplatser för upplevelseindustrin (KK-stiftelsen 1999, 2001, 2002, 2003). Piteås kärnområde är turism, kompletterat med media och musik. Syftet är att stödja upplevelseindustrin lokalt, regionalt och nationellt så att dess konkurrenskraft ökar.

Projektet baseras på en samverkan mellan akademi, näringsliv och det offentliga, s.k. trippel – helixsamverkan för att generera nya innovativa utvecklingar inom upplevelseindustrin. Piteå kommun och dess tillväxtkontor är huvudman för projektet, som finansieras via kommunen, KK-stiftelsen, Länsstyrelsen i Norrbottens län och EU:s strukturfonder. Piteå kommun står som huvudman utifrån att kommunen vill att Piteå ska vidareutvecklas som en av Sveriges mest spännande och innovativa platser för turismupplevelser, media och musik. Det åstadkoms genom de många aktörer som samverkar inom MUIP: Institutionen för musik och medier/LTU, Acusticum och dess olika företag, Piteå Presenterar (över 100 företag inom handel, turism och arrangemang) samt Piteå kommun. En stark kreativ process lokalt/regionalt är en förutsättning för att MUIP ska kunna vara ett stöd för upplevelseindustrin nationellt. KK-stiftelsen har under hösten 2007 beviljat nya anslag för vidareutveckling av mötesplatsen och en namnförändring för att bättre möta det regionala och nationella uppdraget diskuteras: "Mötesplats Acusticum – Upplevelseindustrin i Norr".

Våren 2005 startades en av EU-strukturfonder medfinansierat projekt av Inst. för musik och medier, **Testplats Acusticum** (Lidström 2007) med syfte att verka för utvecklingen av en testplats för TV, Internet och mobila tjänster. Målet har varit att 2007 vara en utvecklingsmotor för kommersiell testverksamhet. Efter en inledande kartläggning av olika kundbehov initierades två delprojekt, direktsänd media över IP (Internet) och nya metoder för mätning av upplevelser och tittarreaktioner via IPTV. Inom det första projektet av direktsänd media har syftet varit att studera möjligheterna att med befintlig infrastruktur skapa kostnadseffektiva metoder för överföring av media från en extern sändningsplats (stadshus, idrottsarena, olycksplats etc.) direkt till en central TV-station som ett komplement till traditionell sändning med länkbussar m.m. Genom samarbete med TV4 Norrbotten och teknikleverantör Intinor genomfördes testsändningar från bl.a. Coop Arena hockey matcher. Projektet ledde till teknikutveckling och produktifiering av konceptet och skarp drift hos olika

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





TV-operatörer. Det andra projektet för mediamätning (Option Channel) kombinerade etablerad metodik för kvalitativa tester och IPTV-teknik för att mätning av tittarreaktioner (figur 10). Ett antal provutvärderingar tillsammans med olika TV-kanaler (SVT, anal 5, TV3, TV400) genomfördes. Projektet visade att tittarmätningkonceptet är tillämpbart i hemmamiljö efter försök i Kista och Hudiksvall. Metoden har använts för att studera om publiken blir berörd och engagerad av TV-sändningen genom att under sändningens gång lämna positiva och negativa reaktioner direkt via fjärrkontrollen på innehållet och efter programmet svara på en enkät. Vid Acusticum finns ett "media showroom" där testpiloter kan ta del av nya TV-format och direkt från soffan lämna sina åsikter via mentometer och utvärderingsfrågor. Projektet Testplats Acusticum avslutades augusti 2007 och konkluderar att det finns många spännande utvecklingsområden utifrån projektets resultat.



Figur 10 . Koncept för interaktiv mediemätning via IPTV utvecklat av Testplats Acusticum.

Under oktober månad 2007 invigdes **Studio Acusticum** som norra Europas mest moderna och välutrustade multifunktionella konserthus och studio. Stora konsertsalen har plats för 779 åhörare och en scenyta på 10x18 m. Genom ett specialkonstruerat höj- och sänkbart tak kan de akustiska förhållandena varieras beroende på arrangemang. Efterklangstiden kan justeras från maximalt 2,1 s ner till 1,1 s vilket ger unika akustiska möjligheter och "Akustik i världsklass".



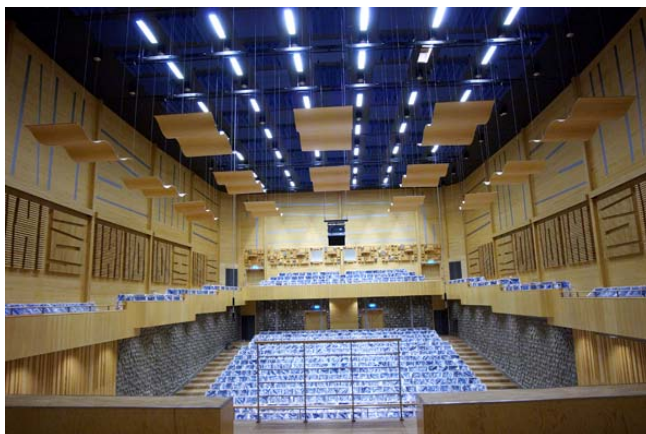
Figur 11. Modell av det nybyggda Studio Acusticum i anslutning till Acusticum: Källa www.acusticum.se

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





Här finns även en "blackbox" – en multiarena för upplevelseproduktioner för allt från musikteater till dans, installationer och olika former av performancearrangemang. Upp till 300 personer får plats stående och lokalen är utrustad med ett orkesterdike och kopplingar till kontrollrum och IMM's bild- och ljudstudios. I Studio Acusticum finns även kontrollrum till stora konsertsalen och blackboxen för bild- och ljudinspelning. Själva byggnadens arkitektur är inspirerad av den nordiska estetiken och världens finaste konsertsalar och utvecklades i samarbete med ledande forskare inom ljudteknik och akustik för att utarbeta akustiken i världsklass. Studio Acusticum har som mål att under de närmaste 10 åren bli ledande i gränssnittet musik, media och ljudteknik i Europa och utvecklas till en katalysator för förändring inom dessa områden. Visionen är att skapa en dynamisk miljö för studenter, företag och för regionen.



Figur 12 Exteriör och interiör för Studio Acusticum. Foto: www.acusticum.com

Studio Acusticum är ett samverkansprojekt mellan Institutionen för musik och medier/LTU, Piteå Näringsfastigheter och Piteå Kommun. Institutionen för musik och medier kommer att vara den största hyresgästen under dagtid för undervisning, utveckling och forskning. Studio Acusticum erbjuder med sina unika lokaler och egenskaper studenter och forskare en kreativ och innovativ tvärvetenskaplig utbildnings- och forskningsmiljö inom områdena musik, ljud,

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





media, teknik och upplevelseproduktion. På kvällstid och helger erbjuder Studio Acusticum lokala, regionala, nationella som internationella aktörer att sätta upp både traditionella och nyskapande evenemang.

Vid Acusticum finns även **DITRA**, en studio med högteknologisk utrustning för distribuerat arbete och virtuell mötesplats i studior för samarbete oberoende av geografiskt avstånd. Studior med överföringshastighet på flera hundra megabit per sekund finns i Luleå, Skellefteå, Älvsbyn, Gällivare, Arvidsjaur, Piteå, Umeå, Jokkmokk, Arjeplog, Malå, Stockholm och Göteborg.

I november 2001 etablerades vid Acusticum **Interaktiva Institutet** med Sonic Studio för forskning och utveckling i skärningspunkten där ljud och musik möter det narrativa, spel och interaktivitet i digitala medier. Interaktiva Institutet arbetar med innovativa idéer som kan ge nya produkter, metoder, tjänster och i förlängningen företag.

De forskningsområden som studion i Piteå fokuserar på är:

- Musik och ljud i interaktiva miljöer
- Nya verktyg för musikaliskt skapande
- Ljudmiljöer

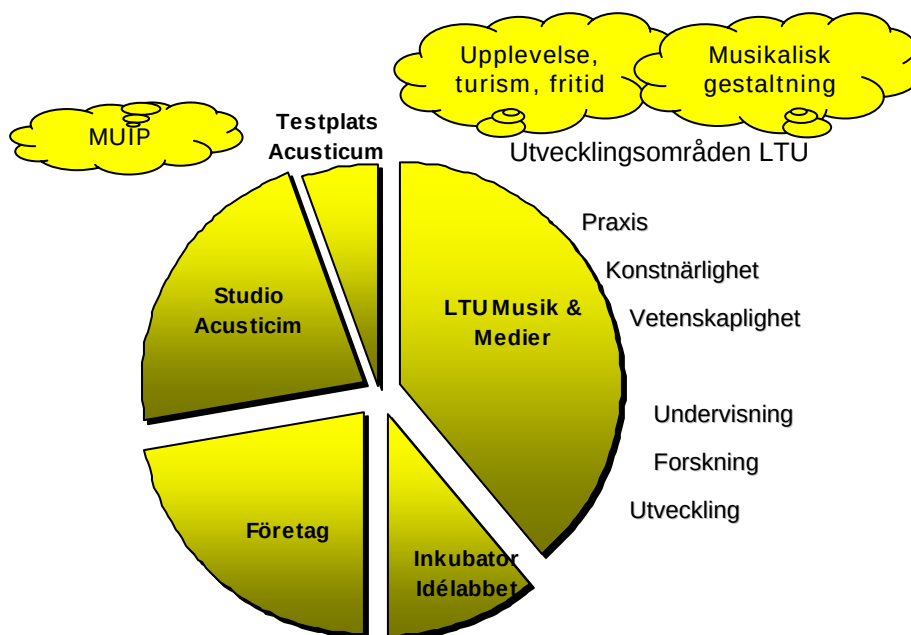


Med 6 anställda och 18 gästforskare har 45 projekt genomförts inom området för ljud och musik i digitala interaktiva miljöer. Syftet är att stärka och visa på de ökade möjligheterna för multimediala applikationer genom att ge ljud och musik en större roll. All forskning har fokus på människan och förutsätter interaktivitet.

Nulägesanalys av Acusticum miljön

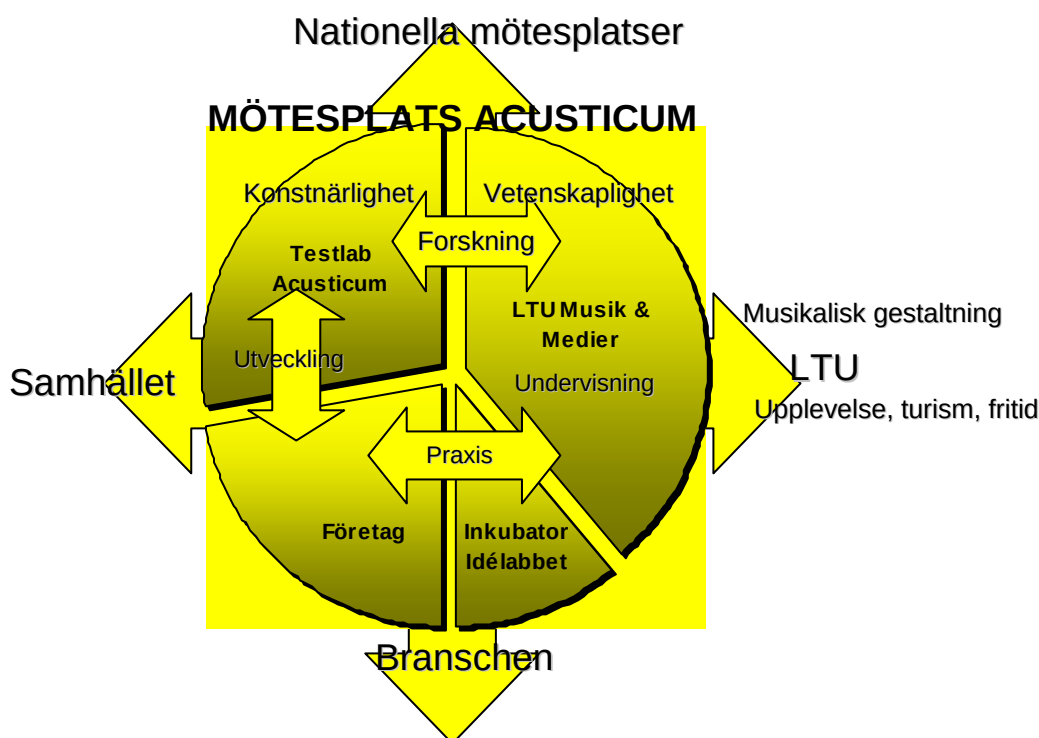
I dag finns som ovan beskrivits en rad intressanta aktörer vid Acusticum - LTU med stor och unik potential för intressant samverkan inom utbildning, forskning och utveckling. I dagsläget är samverkan mellan de olika aktörerna såsom företag – akademi, inkubator – utbildningar, m.m. ännu begränsad och outvecklad (Viklund 2007). Avsaknad av en sammanhållande organisation och resurser för samverkan har medfört att de naturliga mötena och interaktionen och en gemensam vision för detta arbete har saknats. Verksamheten kan därför betraktas som fristående "tårtbitar" enligt figur 13 som ännu inte har kopplats ihop till en "läcker" integrerad tårta enligt figur 14 och 15

Inom Institutionen för musik och medier pågår ett aktivt arbete med att samverka mellan olika utbildningar, mellan vetenskaplighet och konstnärlighet och med praxis från branschen, och mellan undervisning, forskning och utveckling. De två utvecklingsområdena Musikalisk gestaltning och Upplevelse, turism och fritid som nu tilldelats institutionen kommer att underlätta denna interna samverkan och samverkan med andra institutioner inom LTU. Förutom den interna samverkan inom LTU finns även ett behov av samverkan med företagsinkubatorn, etablerade företag vid Acusticum, Testplats Acusticum och den nya verksamheten vid Studio Acusticum. Här har i min mening KK-stiftelsens mötesplatsprojekt en viktig sammanlänkande funktion. Mötesplatsen har tidigare inte betraktats som det naturliga kittet för de olika aktörerna och har därför inte tidigare funnit sin naturliga funktion i denna miljö. Ingen annan aktör såsom Pnf/Acusticum, LTU, Piteå Kommun eller företagarna kan på egen hand ta det länkande funktionen. I dagsläget finns det därför två möjligheter, att Mötesplatsen axlar uppgiften eller att de olika aktörerna bildar ett konsortium med egen VD och styrelse.



Figur 13 Resurser vid Acusticum och Inst. för musik och medier som i dag inte är integrerade.

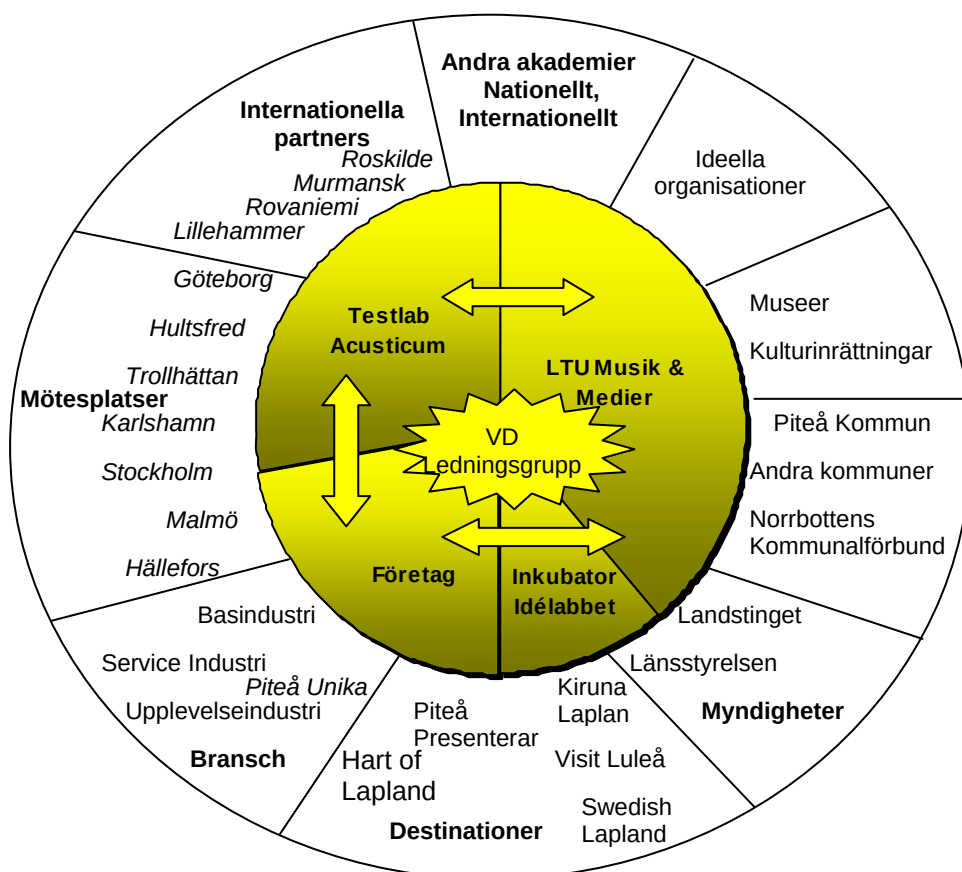
Jag föreslår att Mötesplatsen under nytt namn, "Mötesplats Acusticum – upplevelseindustrin i norr" är den mest naturliga aktören för att skapa en gemensam vision och kraftsamling med tydliga mål för samverkan av samtliga involverade aktörer vid Acusticum. Miljön skulle då kunna bli en slagkraftig aktör för entreprenörskap, utbildning, forskning och utveckling inom turism, musik och media både regionalt och nationellt.



Figur 14 Förslag på samverkan av resurser vid Acusticum och Inst. för musik och medier genom Mötesplats Acusticum



Mötesplats Acusticum skulle därmed bli ett naturligt kitt och aktör för samverkan av upplevelseindustrin i norr enligt figur 14. Med en kraftfull samverkan **inom** Acusticum skulle fler externa aktörer och finansiärer bli intresserade att samverka med Acusticum och bidra till utbildning, forskning och utveckling (figur 15).



Figur 15 Förslag på organisation av Mötesplats Acusticum för maximal samverkan internt och externt med olika intressenter.

En framtida utveckling av Mötesplats Acusticum efter den nya förlängda projektiden skulle kunna vara bildandet av ett konsortium av medverkande intressenter med en VD, ledningsgrupp och en styrelse. Olika projektgrupper kan tillsättas kring olika pilotprojekt/utvecklingsprojekt inom Mötesplats Acusticum. Inst. för musik och medier får ett naturligt internt ansvar inom LTU för forskning och utbildning genom Ltu's två utvecklingsområden Musikalisk gestaltning och Turism, upplevelse och fritid. Inom dessa utvecklingsområden kan centrumbildningar såsom t ex. CTU – "Centrum för Turism och upplevelseproduktion" skapas. Mötesplats Acusticum blir då en naturlig dörr för LTU's samverkan med andra aktörer utanför akademien inom upplevelseindustrin.

Företagsinkubatorn kan bli en central aktör för Mötesplatsen för att kommersialisera affärsidéer som utvecklas ur forsknings-, utvecklings- och pilotprojekt. Genom en proaktiv inkubator stimuleras studenter, lärare och forskare i entreprenörskap och företagande. Inkubatorn bör då

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län

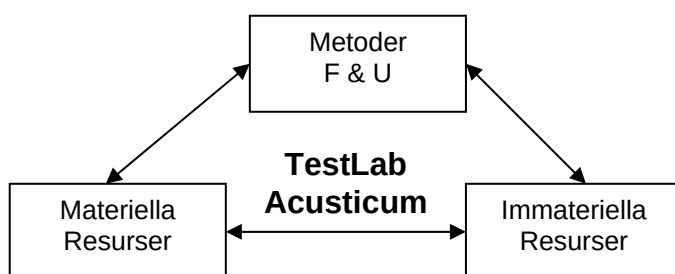




blir mer aktivt integrerad med undervisningsprojekt, pilotprojekt och forskning. Inkubatorn blir även en naturlig kanal för kontaktskapande av nya studentföretag med mentorer, samarbetspartners, finansiärer m.m. Genom aktiv integrering av Inkubatorn i Mötesplats Acusticum blir nyföretagandet en naturlig fortsättning för studenterna på Institutionen för musik och medier och bidrar därmed till utvecklingen av det lokala och regionala näringslivet. Utan ett sådant proaktivt engagemang i studentföretagande lokalt försvinner de flesta i södra Sverige rekryterade studenterna åter söderut efter avslutade studier.

TestLab Acusticum

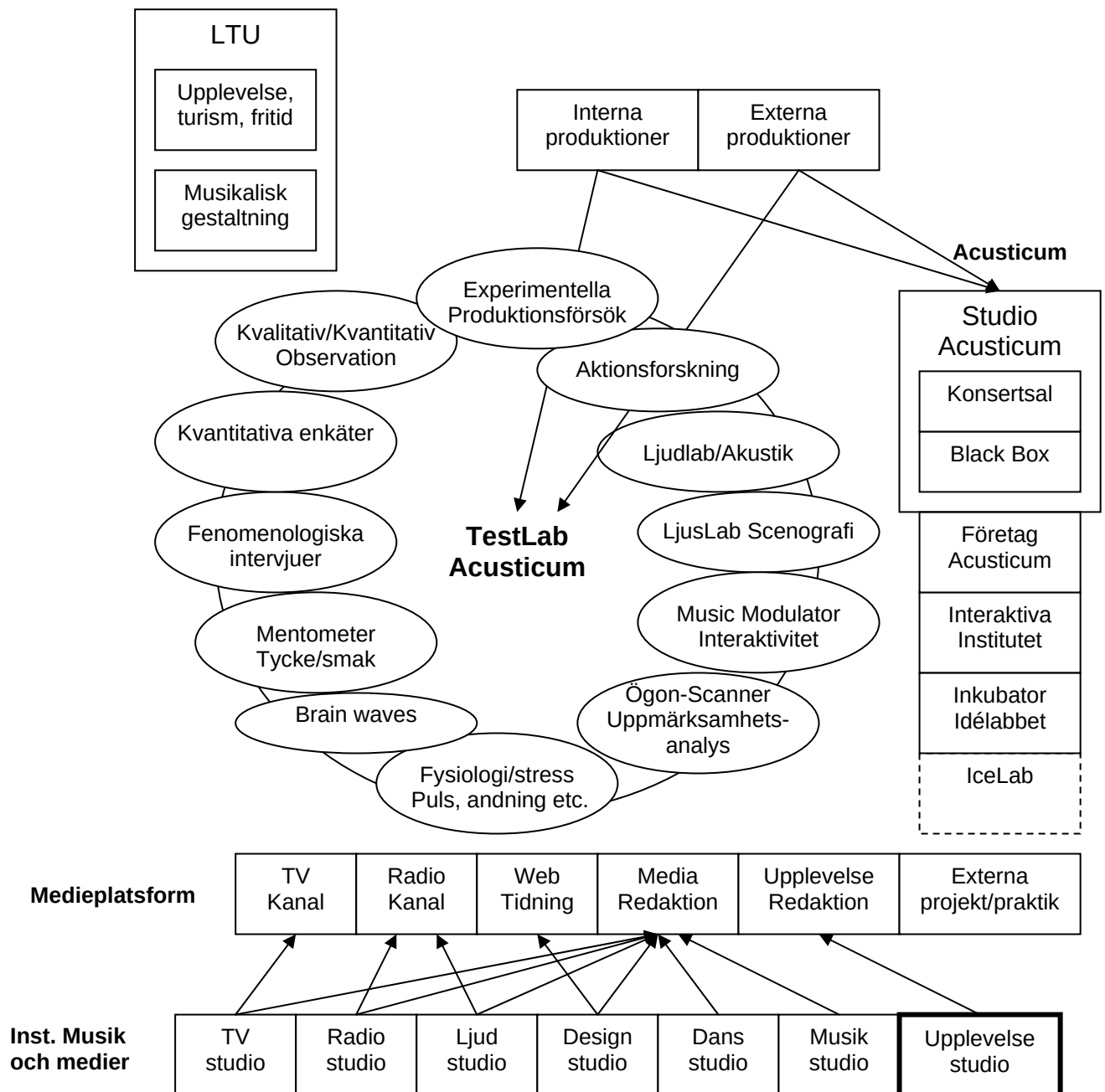
En viktig utvecklingsfaktor för etablering och utveckling av evenemangsforskning och forskning inom upplevelseproduktion vid LTU är etablerandet av ett **TestLab Acusticum**. Konceptet är en utvecklingsidé från undertecknad som baseras på en vidareutveckling av Testplats Acusticum genom en integrering och samverkan med Studio Acusticum och de övriga materiella och immateriella resurser som finns inom Acusticum och Inst. för musik och medier enligt figur 16 och 17.



Figur 16 Grunden för TestLab Acusticum, att samla och utveckla de resurser som i dag finns vid Acusticum och LTU

De materiella resurser beskrivna i figur 9 och 17 föreslås här att kombineras med de immateriella resurser i form av konstnärlig och vetenskaplig kompetens inom Acusticum och LTU som genom etablerade forsknings- och utvecklingsmetoder skapar en "labbmiljö" för test, experiment, forskning och utveckling inom evenemang, musik, ljud, media och upplevelseproduktion. Denna förening av redan etablerade resurser under ett gemensamt "paraply" skulle generera helt unika resurser för forskning och utveckling inom området. Om en upplevelsestudio kan förverkligas i anslutning till inrättandet av forskartbildningsämne och professor i upplevelseproduktion och kombineras med etablering av ett IceLab läggs en bred ämnesövergripande forskningsbas för studier av evenemang turism, musik och medier inom LTU. TestLab Acusticum kan därmed sätta LTU på världskartan för innovativ forskning och utveckling inom upplevelseproduktion, evenemang och media i världsklass och utgöra en central stöttepelare för utvecklingsområdena Musikalisk gestaltning och Upplevelse, turism och fritid.

Testplats Acusticum byggs upp kring de etablerade studios som finns vid Inst. för musik och medier, konsertsalen och blackboxen vid Studio Acusticum och genom utvecklandet av ett upplevelselab/upplevelsestudio. Den centrala arenan för olika typer av produktioner av evenemang blir konsertsalen och blackboxen. Här kan externa aktörer, forskare och studenter sätta upp produktioner som kan studeras och beforskas ur flera perspektiv samtidigt, figur 18.



Figur 17 Förslag på organisation och innehåll av TestLab Acusticum med kringresurser.

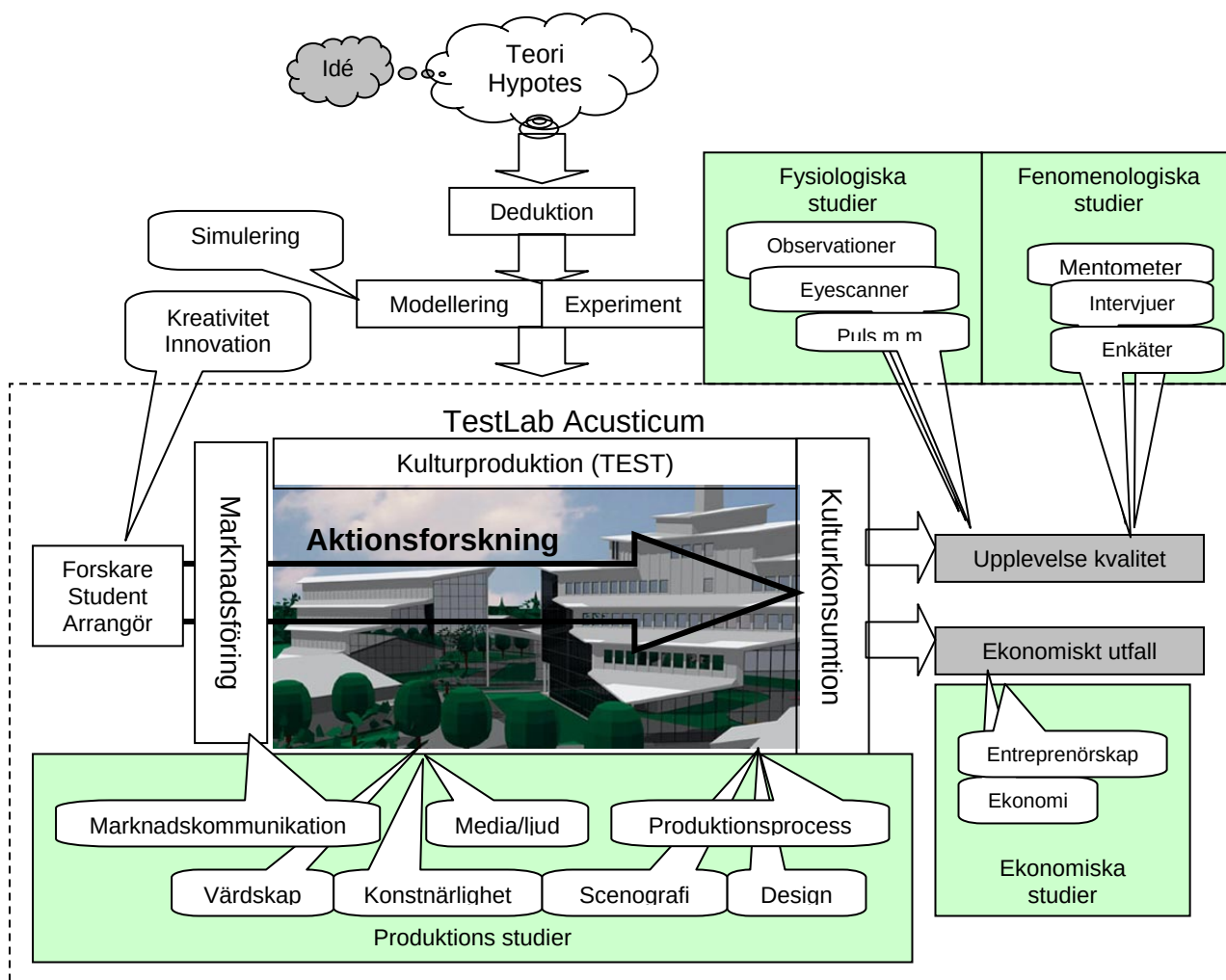
Genom t ex deltagande aktionsforskning kan forskare och studenter i form av evenemangs- och medieproducenter studera själva produktionsprocessen "inifrån" medan samtidigt andra forskare kan studera produktionsprocesser och utfall "utifrån" ur mer traditionell forskningsmetodik såsom observation, intervjuer m.m. Forskare och externa aktörer kan även samverka i form av "Living Lab" forskning där forskare och aktörer samverkar inom produktutveckling och produktionsprocesser.

Produktioner kan "testas" utifrån olika teorier och modeller för kulturproduktion och upplevelseproduktion. Utifrån olika delkomponenter av en evenemangsproduktion såsom marknadsföring, projektledning, design, framförande, dramaturgi, upplevelseproduktion,

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län



ljussättning, affärsutveckling, entreprenörskap, ekonomi, gästupplevelser m.m. kan produktionen samtidigt studeras ur många dimensioner och aspekter enligt figur 18.

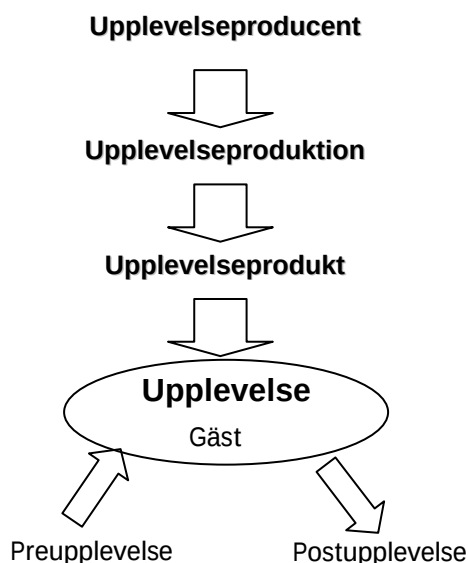


Figur 18 Förslag på innehåll av TestLab Acusticum i form av multidisciplinär forskning kring evenemangs- och kulturproduktion i Studio Acusticum.

Ur ett upplevelseproduktionsperspektiv finns det fyra grundprocesser (Gelter 2006) av intresse att studera inom evenemangsforskning (figur 19). Den första processen är de kompetenser, verktyg, metoder och resurser som krävs av en upplevelseproducent och hur producenten via sina arbetsformer (ledarskap, projektledning, samarbete, nätverkande m.m.) verkar som upplevelseproducent. Den andra processen inom upplevelseproduktion handlar om själva produktionsprocessen, hur materiella och immateriella resurser planeras, designas och iscensätts, och dramaturgiserar. Den tredje processnivån är hur själva upplevelseprodukten kommuniceras, marknadsförs, prissätts, kundanpassas etc. och slutligen den fjärde nivån är själva upplevelseprocessen hos gästen, hur upplevelseproduktionen och dess produkt upplevs. Dessa nivåer att problematisera en produktion inom evenemang eller inom media (Gelter 2006) utgör en god teoretisk grund för multidisciplinär forskning inom evenemang inom TestLab Acusticum.



UPPLEVELSEPRODUKTION



Figur 19 Fyra processnivåer inom upplevelseproduktion att beforska inom evenemangsforskning, efter Gelter 2006.

Testplats Acusticum har inom sitt projekt studerat den fjärde nivån, själva upplevelsen genom mentometer-studier av hur åskådaren uppfattar en medieproduktion. Sådana mätningar baseras på åskådarens kognitiva bearbetning och formulerade uppfattning av upplevelsen. Testplats Acusticum har i sin frågeställning utgått från att försöka fänga och mäta ”tycke och smak” hos sin referensgrupp för en medieproduktion. Denna typ av studier kan genom Studio Acusticum utökas till att även innefatta musikaliska och andra kulturframföranden i konsertsalen och blackboxen.

Genom att vidareutveckla Testplatsens mentometerstudier av ”tycke och smak” med att även mäta fysiologiska parametrar såsom puls- och andningsfrekvens, hudens konduktivitet, hjärnvågornas mönster (EEG) etc. kan upplevelsens fysiologiska uttryck mätas (Csíkszentmihályi 1992). Upplevelsen av en medie- eller evenemangsproduktion kan därmed studeras på ett djupare plan än den kognitiva uppfattningen om en produktion.

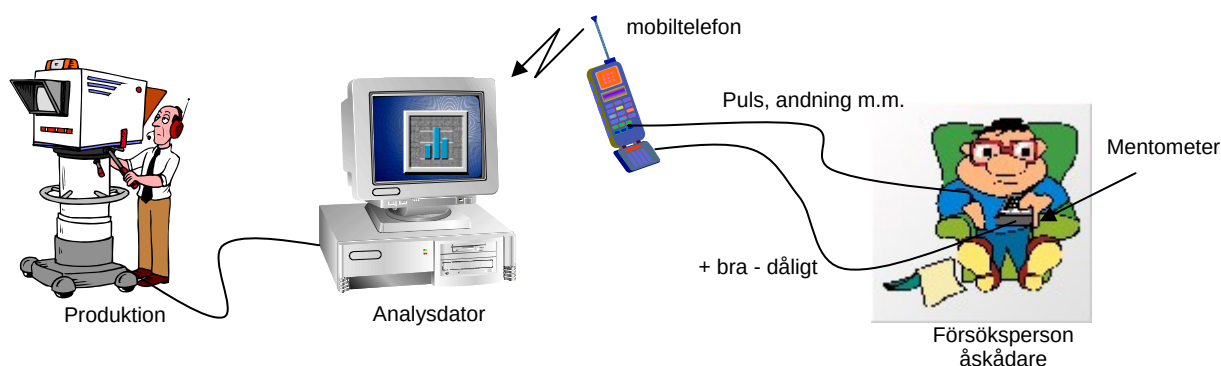
Upphetsning, stress, avslappning, känslouttryck och humör ger sig till känna med fysiologiska reaktioner som om de kombineras med en mentometer för den mentala delen av upplevelsen kan en intressant inblick i hur olika delar av ett evenemang eller medieproduktion upplevs. En sådan direkt återkoppling av publikens reaktion på en produktions dramaturgi kommer att vara ett värdefullt bidrag i förståelsen av upplevelseproduktion inom media och scenkonst. En mängd olika frågor kan studeras utifrån en sådan teknik:

- Lyckas producenten åstadkomma önskade reaktioner vid dramaturgens pitcher och olika faser?
- Lyckas producenten överhuvudtaget väcka reaktioner och känslor hos publiken?
- Vilka moment i produktionen skapar dessa reaktioner och känslor?
- Vilka segment av publiken berörs av olika inslag i produktionen?



- Finns det ett samband mellan produktionens påverkan hos publiken och dess betalningsvilja?
- Stämmer en muntlig eller skriftlig utvärdering av upplevelsen av en produktion överens med påverkandegraden och den fysiologiska och kognitiva reaktionen hos publiken?
- Finns det en korrelation mellan mentometermätningens utslag med den fysiologiska reaktionen på olika moment i produktionen?
- Etc.

Utrustning och analysmetoder för sådana studier har utvecklats inom Arena-projektet vid LTU där fysiologiska data kan samlas in av kroppssensorer och med hjälp av mobil sändas till analyserande datautrustning enligt figur 20. Tillämpningarna inom LTU har främst varit inom hälsovetenskap men skulle tillsammans med mentometerstudier skapa intressanta forskningstillämpningar inom upplevelseproduktion inom media och evenemang.



Figur 20 Testutrustning för TestLab Acusticum med mentometer och mobil mätning av fysiologiska data av reaktion på medie- eller evenemangsproduktion

Ytterligare en viktig publikaspekt för medie- och evenemangsproduktion är publikens uppmärksamhet under framförandet. Engagerande och meningsfulla produktioner (Gilmore & Pine 2007) fokuserar publikens uppmärksamhet och kan skapa Flow-upplevelser (Csikszentmihaly 1992). Davenport & Beck (2001) har visat att fångandet och styrning av uppmärksamhet är en central komponent i dagens informationssamhälle där medier slåss om publikens uppmärksamhet. På samma sätt är inom upplevelseproduktion (Gelter 2006a) en styrning av gästens/publikens uppmärksamhet till rätt komponenter i den designade och iscensatta upplevelsen av central vikt för totalupplevelsen. Att känna till på vad publiken fäster sin uppmärksamhet på under ett scenframträdande, i en TV/filminspelning, i ett foto, en broschyr, hemsida etc. är av central betydelse för att lyckas med sin upplevelseproduktion. Liksom illusionisten och trollkonstnären som aktivt styr publikens uppmärksamhet måste medie- och upplevelseproducenten kunna styra publiken till det väsentliga i produktionen för att nå fram med sin produktion.

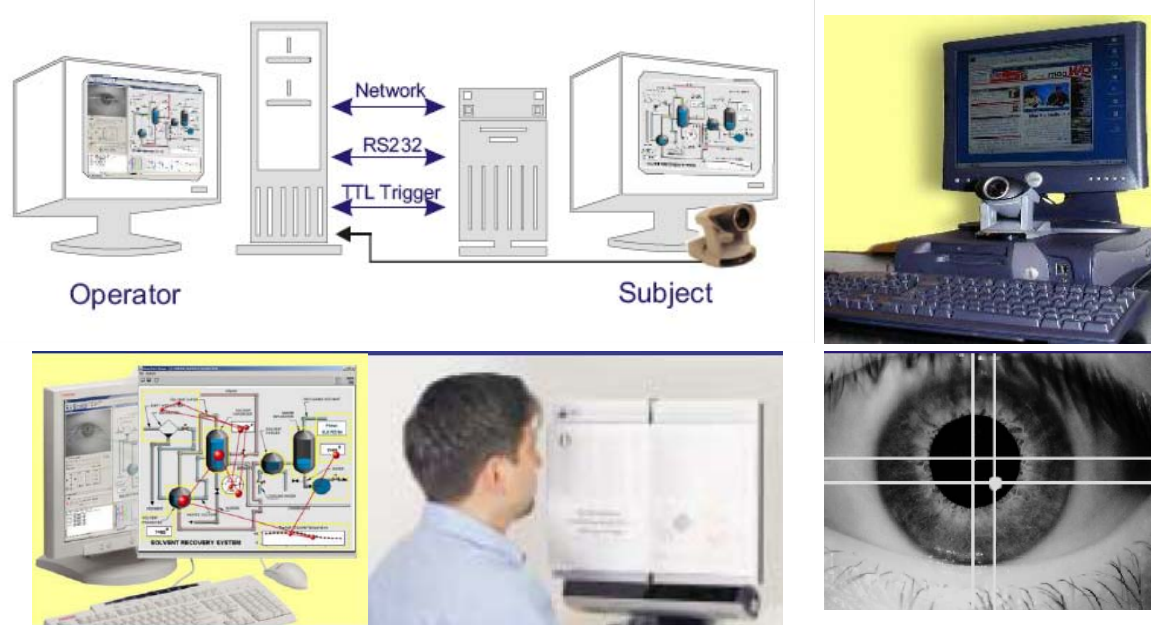
Med hjälp av en ögon-scanner kan gästens uppmärksamhet under en produktion/ evenemang följas genom att studera vad gästen tittar på, hur länge och i vilken andel av hela produktionen/processen gästen föster på speciella detaljer av designen och produktionen. Tekniken möjliggör att studera frågor såsom:

- Ser gästerna de detaljer i scenrekvisitan som producenten omsorgsfullt designat?



- Följer gästerna den sceniska dramaturgin eller fångar andra detaljer i miljön gästernas uppmärksamhet?
- Är det speciella detaljer i rekvisita, framförande m.m. som fångar intresse eller är det helheten som fångar intresset?
- Vad tittar gästerna på när intresset och engagemanget för produktionen svalnar?
- Vad tittar gästerna på i ett dansframträdande, vid ett körframträdande, vid en orkesterframträdande etc.?
- Vad betyder ljusscenografin för att fänga och bibehålla uppmärksamhet? Kan ljusscenografin distrahera uppmärksamheten?
- Hur påverkas publikens sceniska uppmärksamhet av surroundljud och olika ljudeffekter?
- Vad fångar tittarens uppmärksamhet i en TV-studiodebatt?
- Vad studerar tittaren på under en nyhetsuppläsning, m.m.?
- Hur reagerar tittaren på grafik och texter i TV-produktioner?
- Hur studerar en besökare en hemsidas design och innehåll?
- Vad krävs i en scenisk bild att fänga och bibehålla uppmärksamheten?
- Etc.

För att studera en persons uppmärksamhet för en medie- eller evenemangsproduktion används eye-tracking utrustning som följer ögonens blick. Ett eye-tracking system består av en sensor som följer ögats rörelse och en videokamera som filmar försökspersonens synfält och programvara som i realtid visar ögonrörelsen över synfältet. Med hjälp av analysprogram kan dessa data sammanställas i olika grafiska presentationer, tabeller m.m. Mätningen görs både över vad som betraktas och hur länge samt i vilken ordning olika delar betraktas. Eye-tracking utrustningen kan vara stationär för att studera bilder, hemsidor, filmproduktioner etc. enligt figur 21.



Figur 21 Stationär eye-tracking utrustning för studier av uppmärksamhet kring medieproduktioner, hemsidor, foto, tidningar, broschyrer etc.. Bilder från SensoMotoric Instruments GmbH

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





Nu mera finns även mobil eye-tracking utrustningar (figur 22) för att studera uppmärksamhet och ögonrörelser i en fysisk miljö, t ex för att studera arkitektur och upplevelsen av rumslig utsmyckning, design av en TV-studio eller scendekor etc. På samma sätt kan uppmärksamhet för sceniska framträdanden såsom dans, revy, musikframträdanden etc. studeras genom att studera vad och hur länge försökspersonen betraktar olika detaljer i produktionen. Genom utrustningens smidighet kan även uppmärksamhet under utövandet av olika aktiviteter studeras, t ex vid interaktiv medverkan i olika former av upplevelseproduktion.



Figur 22 Med en mobil eye-tracking utrustning kan uppmärksamhet och ögonrörelser i olika miljöer och under olika aktiviteter studeras. Bilder från SensoMotoric Instruments GmbH

Dessa analyser kombinerade med kvalitativa intervjuer ger helt nya dimensioner i att förstå hur olika produktioner inom t ex media och evenemang upplevs hos gästen. Möjligheterna för intressanta undervisnings- och forskningsprojekt utifrån dessa tekniker är mycket stor och tidigare inte utnyttjats i dessa sammanhang. Med kombinationen av objektiv och subjektiv feedback på evenemangsproduktioner kan nya teorier och modeller för produktionsprocesser för design och iscensättning av evenemang utvecklas.

För att kunna utveckla en unik forsknings- och utvecklingsmiljö av upplevelseproduktion inom evenemang och media vid Acusticum föreslås här att TestLab Acusticum utrustas med analysutrustning enligt ovan för att komplettera mer traditionell metodik inom medie- och evenemangsforskning. För att på ett djupare plan förstå upplevelsekomponenten och bättre anpassa produktionsprocesser till publik/gäster föreslås här en multidisciplinär forskningsansats där traditionell kvalitativ forskning genom intervjuer och traditionell kvantitativ forskning via enkäter kompletteras med kvalitativ fysiologiska mätningar av gästens uppmärksamhet inför en produktion och fysiologiska respons på produktionen.

Upplevelselab som första steg till TestLab Acusticum

Ett första steg mot ett TestLab Acusticum har detta projekt lett till genom säkring av investering i en eye-scanner för ca 250 000:- av investeringsanslag vid Inst. musik och medier under 2008. Dessa medel innebär att en stationär och en mobil eye-tracking utrustning kan

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion",

som finansieras av EU:s strukturfunder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





inköpas tillsammans med den analysmjukvara som behövs. En utveckling av Tesplats Acusticums mentometer-analyser och sammankoppling av dessa med fysiologiska mätdata skulle kunna vara ett lämpligt examensarbete för ingenjörstudenter i samverkan med upplevelseproducenter.

Kompetens för analys av eye-scanner data finns vid LTU vid Inst. för Arbetsvetenskap genom bl.a. Anita Järling, teknisk psykologi, och Philip Trettem, doktorand, Industriell Design. Kompetens för distansmätning av fysiologidata finns inom LTU vid Inst. för Systemteknik genom Doc. Per Lidgren. Kompetens för experimentell verksamhet finns vid IMM bland annat genom undertecknads naturvetenskapliga bakgrund.

Genom att växla upp Institutionens investering grundinvestering (eye-track utrustning) med EU-strukturfondsmedel för utvecklandet av ett mer komplett upplevelselab läggs en grund för att etablera en upplevelsestudio och ett första steg till TestLab Acusticum.

Ett upplevelselab/upplevelsestudio skulle kompletteras med resurser för design och iscensättning av upplevelser utifrån sensoriska aspekter. Resurser i form av ljussättning med hjälp av lasrar, diodbelysning, rökmaskin m.m. finns redan vid IMM. Ett upplevelselabb för test och utveckling av upplevelser baserad på sensorisk dramaturgi (Gelter 2006a) skulle därför relativt enkelt komma till stånd genom nyttjande av de nya resurserna inom Studio Acusticum

Slutsatser

Genom att föreslå en grund för hur de materiella och immateriella resurserna kan samlas vid Acusticum och Institutionen för musik och medier vid LTU i form av Mötesplats Acusticum och TestLab Acusticum kan resultatet av detta projekt vara ett första steg i en sådan kraftsamling likväl en vägvisare och mål för sådan kraftsamling. Detta projekt har visat på de unika resurser som finns inom Acusticum området och inom LTU och hur de skall kunna samlas kring forskning och utveckling av upplevelseproduktion inom media och evenemang. Detta projekt har därför lagt en god grund i för av en nulägesanalys, resursinventering och förslag på utveckling inom utvecklingsområdet Upplevelse, turism och fritid vid LTU och dess samverkan med utvecklingsområdet Musikalisk gestaltning och för en etablering av ett centrum för Turism och upplevelseproduktion i denna miljö.

Referenser

Ali-Knight, J. & Chambers, D. 2006. Case Studies in Festival and Event Marketing and Cultural Tourism. LSA Publication No. 92.

Allen, J. O'Toole, W. Harris, R. & McDonnell, I. 2005. Festival and Special Event Management. Wiley, Sydney

Bjälensjö, J. 1999. Hultsfred "Det är en speciell känsla!". I O'Dell, T. (ed.) Nonstop! Turist I upplevelseindustrialism. Historiska Media Lund.

Edström, A., Beckéus, Å. & Larsson, B-E. 2003. Evenemangsföretagande. Studentlitteratur

Brown, F. & Hall, D. 2000. Tourism in Peripheral Areas. Case Studies. Aspects of Tourism 2. Channel View Publ. Toronto.

Csikszentmihály, M. 1992. Flow, Den optimala upplevelsens psykologi. Natur och Kultur

Detta projekt har genomförts inom ramen för projektet "Centrum för turism och upplevelseproduktion", som finansieras av EU:s strukturfonder Mål 1 och regionala utvecklingsmedel från Länsstyrelsen i Norrbottens län





Davenport, T.J. & Beck, J. C. 2001. The Attention Economy. Understanding the New Currency of Business. Harvard Business School Press, Boston.

Gelter, H. 2006a. Towards an understanding of experience production. In Kylämem, Mika (ed.): Articles on Experiences 4 - Digital Media & Games. Lapland Center of Expertise for the Experience Industry. Rovaniemi, pp. 28-50

Gelter 2006b. Experience Production in Digital Media and Games. In Kylänen, Mika (Ed.): Articles on Experiences 4. Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry. Rovaniemi. Pp. 136-155

Gelter, H. 2007a. Upparbetningskostnader för professor I upplevelseproduktion. Rapport för CTU – Centrum för turism och upplevelseproduktion, LTU

Gelter, H. 2007b. IceDome Concert Hall – Innovative border cross experience production. Report for CTU – Centrum för turism och upplevelseproduktion, LTU, Manuskript.

Gelter, H. 2007c. Vad kan upplevelseproduktion bidra till kulturevenemang? Benschmarking av en konsertupplevelse. LTU/CTU forskningsrapport. Manuskript

Gilmore, J. P. II & Pine, J., H. 2007. Autenticity. What consumers really want. Harvard Business School Press, Boston).

KK-stiftelsen 1999. Blandade upplevelse Stockholm: Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling

KK-stiftelsen 2001. AHA-Sweden: Om Svensk upplevelseindustri och början på något nytt. Stockholm: Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling

KK-stiftelsen 2002. Upplevelseindustrin i Sverige 2002. Näringsliv och utbildningar.. Stockholm: Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling

KK-stiftelsen 2003. Upplevelseindustrin i Sverige 2003: Statistik och jämförelse. Stockholm: Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling

Lidström, O. 2007. Utan upplevelser och reaktioner stannar mediaflödet! Testplats Acusticum projektrapport 12 sep 2007

NUTEK 2007. Fakta om svensk turism. 2007 års upplaga

Picard, D. & Robinson, M. 2006. Festivals, Tourism and Social Chaneo Remaking Worlds. Channel View Publ. Toronto.

Rosenberg, L. & Wahlberg, O. 2004. Lokal Destinationsutveckling – en studie av ett utvecklingsprojekt och dess effekter I företagarlede. ETOUR Rapport R 2004:14

Sahlberg, B. 2001. Going North. Peripheral Tourism in Canada and Sweden. ETour R 2001:6

Van Der Wagen, L. & Carlos, B.R. 2005.Event Management for Tourism, Cultural, Business, and Sporting Events. Pearson Prentice Hall.

Viklund, G. 2007. Förstudie – Studio Acusticum. Om Studio Acusticums mervärde för arrangörer och kulturutövare.