

## Digital Kurator

### Oppsummert

Festspillene i Bergen (FiB) søker med dette Hordland fylkeskommune om finansiering for vårt pilotprosjekt Digital Kurator, med oppstart 1. november 2018 og avslutning 15. august 2020. Det omsøkes 750 000 kr til utvikling av prosjektet over en periode på tre år.

Prosjektet ledes av Festspillenes markeds- og kommunikasjonsdirektør Nina K. Lauvsnes, i et prosjektteam bestående av programansvarlig Tonje Elisabeth Peersen, digitalsjef Silje Vestvik, utviklingsansvarlig salg Carita Galtung Døsvig og prosjektansvarlig (Nordvegen) Maria Dalland Larsen. Seniorforsker Daniel Nordgård fra Agderforskning vil være rådgiver. I tillegg vil prosjektet trekke inn relevant kompetanse fra IMBRA-nettverket som en utvidet rådgivningsrolle.

### Prosjektets formål

Prosjektets mål er ny tjenesteutvikling gjennom digital kuratering, ved ny anvendelse av digitale format og plattformer for å bygge et større betalende publikum og forsterkede kunstneriske opplevelser.

Dette søkes gjort ved (Delmål 1) å utvikle digitale måter å kommunisere og selge kunst og kultur på digitalt og globalt, ved (Delmål 2:) å utvikle nye digitale formidlingsmåter som tilbyr en utvidet opplevelse for et bevisst publikum som søker kunstnerisk kvalitet, og (Delmål 3) å formidle erfaringer til relevante bransjeaktører i regionen, især representanter fra det frie felt.

### Hva og hvordan

Festspillene i Bergen ønsker med dette prosjektet å utvikle digitale tjenester som følger kunstneriske tema og som inneholder et mangfold av digitale punkt og pekere som videreutvikler fortellinger og opplevelser rundt og fra Festspillene i Bergen. Disse digitale tjenestene kan forstås som strukturer rundt en narrativ, som utvider og utvikler den kunstneriske opplevelsen ved å tilby et spekter av muligheter. Dette er for så vidt ikke noe nytt - kunsten har lange tradisjoner med å eksperimentere med kunstuttrykk, fortellerform og flater, kanskje særlig innen det frie feltet slik Melanie Fjeldseth beskriver i sin rapport *Fri Scenekunst i Praksis*<sup>1</sup>. Det som er nytt i dette prosjektet er at vi primært utforsker digitale muligheter for å skape nye kunstneriske tjenester, og at vi søker et bredt regionalt samarbeid.

Konseptet bygger på to viktige premisser, nemlig at Festspillene i Bergen peker utover – ved å formidle mer av flere – og ved å peke hjemover – gjennom å koble Festspillene i Bergen tett

---

<sup>1</sup> Norsk Kulturråd, (2015) *Fri scenekunst i praksis: Utviklingen av fri scenekunst i Norge på 2000-tallet*.

på disse digitale opplevelsene. Selve opplevelsen under Festspillene er begrenset til de individuelle konsertene, i tid og rom, men gjennom nye digitale tjenester kan man invitere publikum i forkant og etterkant til å bli kjent med musikken, kunstnerne og fortellingene.

Prosjektet vil teste mulighetene for formidling av tilknyttede digitale tjenester som kan være med å forsterke/utvikle opplevelsen av Festspillene i Bergen. Dette kan skje i form av kjøp/leie av tjenester, eventuelt i form av gjensidige samarbeid. Vi ser for oss at tjenestene blir levert gjennom forskjellige plattformer (sosiale medier, app, nettside, blogg, osv) og forskjellige format (nedlasting, strømming, tilgang, osv). Det er mulig å tenke pilotene som kvalitetsopptak av forestillinger eller konserter som gjøres tilgjengelig til gjester som har forhåndsbetalt billetter eller fordelskort, som abonnerer på en fast tjeneste, eller som kjøper tilgang enkeltvis. Det kan også være digitalt innhold som står selvstendig, utenfor Festspillene i Bergen, men som gjøres tilgjengelig for å utvide opplevelse og forståelse av kunstnerisk innslag.

For å illustrere hva som menes, ønsker vi i 2018 å ta utgangspunkt i et kunstneriske prosjekt, i første omgang [Nordvegen](#). Dette er en konsertserie hvor Ivar Bjørnson (Enslaved) og Einar Selvik (Wardruna) inviterer publikum med på en spektakulær reise langs skipsleia Nordvegen, som i 3000 år knyttet Norge til verden og verden til Norge. I hver havn som besøkes trekkes stedets unike historie, fra steinalderen til i dag, frem i ord og toner. I 2017 skjedde dette ved at instrumenter fra vår egen tid ble kombinert med bukkehorn, lyre, tagelharpe og andre apparater fra vår tidligste musikkhistorie, og på hardt, mykt og kløktig vis ble vår norrøne tradisjon flettet inn i samtiden. I 2018 fortsetter prosjektet som konsertserie på fire steder i Hordaland, med ny vri, samtidig som lokale krefter, lokal identitet og ulike musikalske verker fremdeles vil gjøre hver forestilling helt egen.

Prosjektet vil jobbe frem forskjellige modeller/metoder for å koble publikum til nye og utvidede digitale opplevelser, enten eksisterende, eller nye.

Vi tror det er et stort potensial i å kunne tilby en utvidet/forsterket opplevelse til gjester som krever mer fra Festspillene i Bergen og som er villige til å betale ekstra for en slik tjeneste. Konseptet er allerede introdusert hos andre festivaler og arrangement gjennom VIP-tilgang, eller såkalt Golden Circle. Men mens man her tilbyr tradisjonelle ekstratjenester som eget område, eller nærmere plassering til scene, egen bar, osv., ønsker vi å tilby flere kunstneriske dimensjoner, mer opplevelse og flere uttrykk gjennom kuraterte digitale tjenester. Det gir Festspillene i Bergen mulighet til å gå lenger kunstnerisk, til å utfordre og til å invitere publikum med på opplevelser.

### **Forventet effekt**

Vi forventer en tredelt effekt av prosjektet:

1. Prosjektet vil bidra til kompetanseheving for Festspillene i Bergen og for regionens utøvende aktører.

- a. Det vil gi verdifulle erfaringer for Festspillene i Bergen, regionen og bransjeaktører i forhold til digital kuratering og ny digital tjenesteutvikling
  - b. Det vil tillate en bredere og mer omfattende formidling av kunst, med lengre levetid (i forkant og etterkant av festival) og større spredning.
2. Prosjektet vil styrke Festspillene i Bergens rolle som formidler av norsk kunst og kultur
    - a. Ved at Festspillene i Bergen forsterker sin globale posisjon som formidler av norsk kunst, norske kunstnere og norske kunstinstitusjoner globalt.
    - b. Ved å ytterligere fungere som springbrett for unge norske kunstnere, slik man allerede har gjort for eksempel gjennom FiBs mentorprogram Crescendo.
  3. Prosjektet vil styrke strukturene rundt utøvende aktører i det frie feltet
    - a. Ved å knytte dette til et prosjekt (Nordvegen) som har et bredt samarbeid i regionen og dermed sikre en naturlig overføringsverdi til andre aktører
    - b. Ved å teste og demonstrere potensial i nye digitale tjenester, og ved å dele/formidle erfaringer knyttet til dette.

### **Digitale endringer: et bakteppe**

Prosesser knyttet til digitalisering har hatt en stor effekt på kultur og kulturnæringene ved å endre forretningsmodeller, formidlingsmåter og publikumsadferd. Aller tydeligst har kanskje disse endringene vært innen musikk, hvor man har gjennomgått en omfattende endring i økonomiske modeller og verdikjeder, med tilhørende debatt om økonomisk bærekraft for artister og selskap som ikke befinner seg helt øverst på hitlistene (se for eksempel Elberse, 2013, eller Nordgård, 2016).

Prosessene knyttet til digitalisering representerer en tosidighet ved at det både gir nye muligheter til å skape og formidle kunst og kultur gjennom alternative kanaler, på nye måter og til nytt publikum. På den annen side viser erfaring og tall fra bransjer som har kommet langt i forhold til digitalisering (slik som musikk og film), at potensial og muligheter begrenses av tradisjonelle markedskrefter hvor en begrenset andel av markedet utgjør en voksende andel av total omsetning. Digitalisering synes på mange måter å begrense bredden, snarere enn å utvide den.

En sentral forklaring for hvorfor vi ser denne utviklingen foreslås av mange å ligge i publikums endrede adferd. Harvard Professor Anita Elberse diskuterer fenomenet i sin bok *Blockbusters* (2013), hvor hun avliver myten om «den lange halen»<sup>2</sup> og viser at mylderet av digitale tilbud favoriserer aktører med store markedsføringsbudsjetter og bred appell. Mens mye av den tidlige entusiasmen knyttet til digitalisering forventet et fritt og utforskende publikum, ser man i dag en økende nysgjerrighet for publikums digitale navigering – hvordan publikum finner frem i en digital jungel med et nærmest uendelig utvalg.

---

<sup>2</sup> Som formulert av Wired-redaktør Chris Anderson i 2004

Den amerikanske psykologen Barry Schwartz forklarer utfordringen fint i sin bok «The Paradox of Choice» (2004) hvor han demonstrerer at større valgmuligheter og flere alternativer ikke nødvendigvis fører til bedre valg, endrede valg, eller mer lykke. Schwartz' poeng er at ressursene knyttet til å foreta valg er såpass store at de begrenser de faktiske valgmuligheter dramatisk. Og kanskje enda viktigere, Schwartz demonstrerer at mennesker, stilt ovenfor en økende mengde alternativer, søker hjelp og støtte for å foreta valg. Overføringen til kunst og kulturfeltet er åpenbar idet millioner av titler blir tilgjengeliggjort for strømming og nedlastning, eller ved at et økende antall arrangementer og tilbud tilgjengeliggjøres gjennom sosiale medier og nye digitale plattformer. Mens mantraet ved årtusenskiftet gjenspeilet entusiasmen av å ha alt tilgjengelig, alltid og overalt, jobber man i dag med å utvikle måter for navigering og kuratering. *Kuratering er navet i den digitale fremtiden!*

Men, mens man tidligere knyttet navigering til sosiale medier og anbefalinger fra venner og bekjente, ser man en dreining mot kuratering av kvalifiserte personer og institusjoner. Det er tilsvarende en endring bort fra algoritmer og roboter, til historier og fortellinger. Innen en slik utvikling kan Festspillene i Bergen være en spydspiss med nødvendig troverdighet og tyngde som kurator.

#### **Kuratering som primær-leveranse: med publikum i fokus**

Festspillene i Bergen har gode forutsetninger for å skape og teste nye forretnings- og formidlingsmodeller i det digitale markedet, og til å bidra med ny kunnskap og erfaring. Festspillene har høy kunstnerisk status og stor internasjonal rekkevidde. Festspillene representerer en bredde av uttrykk og kunstformer, noe som gjør at flere forskjellige kunstuttrykk kan testes (med bredere overføringsverdi til andre aktører/sektorer). Videre har Festspillene i Bergen fordelene av å programmere lang tid i forveien, i noen tilfeller flere år i forveien, noe som tillater langsiktighet i forhold til å jobbe ut gode kuraterede digitale prosjekt i forkant og i etterkant av event.

Det er allerede etablert en rekke digitale plattformer og format for å formidle og selge kunst- og kulturprodukt, så som film, musikk, avis, bok, osv. Rent bortsett fra utfordringene knyttet til økonomi og pengestrømmer, bygger disse fremdeles på relativt tradisjonelle modeller (salg/tilgang til distribuert kulturelt innhold). Videre; når det snakkes om kuratering i disse sammenhenger, snakker man om kuratering/navigering som en sekundær tjeneste – det er et supplement til hovedprodukt.

Basert på vurderingene beskrevet ovenfor, tror vi at fremtiden i større grad vil være basert på salg og formidling av kuraterede kunstneriske opplevelser. Vi tror at innhold og kunstnerisk troverdighet, snarere enn format og plattform vil være utslagsgivende for utviklingen av nye digitale formidlings- og forretningsmodeller innen kunst og kultur. Vi ønsker å bruke prosjektet til å gå et skritt lenger og se på digital kuratering som det primære produktet. Dette innebærer at forretningsmodeller og formidling bygges rundt den digitale kurateringen, de

digitale narrativer, snarere enn å la kuratering bli en form for markedsføringsmekanisme for å formidle og selge kunstneriske produkt gjennom tradisjonelle modeller.

### **Digital kurator med høy overføringsverdi**

Festspillene i Bergen har alltid jobbet med å utvikle seg og fornye seg. Det er en del av oppdraget og ambisjonene for festivalen og vi søker forskjellige måter å ta i bruk nye digitale muligheter. Festspillene jobber sjangeroverskrivende, nasjonalt og internasjonalt, med de største internasjonale navn og med våre beste unge talent. Vi har et sterkt fokus på å presentere nye norske stemmer og uttrykk og ser på dette prosjektet som en mulighet til å videreutvikle/forsterke slike ambisjoner.

Festspillene jobber med en bredde av uttrykk, sjangre og format. Nettopp ved å ha en slik variasjon, ved ikke å være låst innen enkelte uttrykk eller format, og ved å jobbe ut forskjellige typer digitale opplevelser, har vi muligheten til å levere en bredere forståelse av mulighetene som finnes blant de norske kulturelle og kreative bransjene. Vi tilbyr et prosjekt som i mindre grad er låst av format og plattform og i større grad av kunstnerisk innhold og kvalitet.

Som beskrevet overfor, med henvisning til Elberse' beskrivelse av digitale Blockbuster-økonomier og Barry Schwartz' paradoks rundt valg, tror vi publikum i større grad vil søke partnerskap med troverdige leverandører for å navigere i et stadig økende landskap av digitale tilbud. Ved å fokusere mindre på de tekniske rammene og mer på det kunstneriske innhold og publikums opplevelser, tror vi prosjektet vil bidra til ny kunnskap og erfaring rundt potensialene som ligger i en digital og global hverdag.

Festspillene i Bergen jobber allerede med det RFF-finansierte prosjektet ICONS, som jobber med digital formidling av norske kunstneriske ikon opp mot reiseliv<sup>3</sup>. Vi har dermed mulighet til å se prosjektenes resultat i sammenheng, søke synergier og dermed styrke forutsetningene for at resultatene kan brukes av en rekke aktører i og utenfor kunst- og kultursektoren.

### **Varighet og fremdriftsplan**

MÅL:

Forberede digitale formidlingsmodeller

M1: Gjennomføre konkrete kurateringsvalg for FIB 2019, med hovedvekt på fase etter festival

M2: Gjennomføre konkrete kurateringsvalg for FIB 2020, med hovedvekt på fase før festival

Forberede digitale forretningsmodeller

M3: Gjennomføre konkrete kurateringsvalg for FIB 2019, med hovedvekt på fase etter festival

---

<sup>3</sup> Festspillene i Bergen har mottatt 3 millioner over tre år fra RFF Vestlandet, for å utløse verdiskaping og vekst gjennom å utvikle reiselivs-, kunst- og kulturattraksjoner av høy kvalitet og med internasjonal konkurransekraft

M4: Gjennomføre konkrete kurateringsvalg for FIB 2020, med hovedvekt på fase før festival

Sentrale diskusjons- og vurderingsområder; kunstnerisk programprofil (*fornøyelser, fornyelser, forstyrrelser*), genre-miks (*musikk, bildekunst, dans, film, scenekunst*), rettighetsspørsmål (*åndsverk, lisensieringer, copyrights, IPR-avtaler og forvaltninger*), markeds-miks (*kulturelle segment, nasjonalitet, alder, betalingsvillighet*), digitale format (tv-kanaler).

Tidspunkt	Aktivitet	Milepæl
November – desember 2018	Oppstart prosjekt ved Kick off-seminar for prosjektgruppe.	1,2,3,4
Januar – mars 2019	Avklare og utvikle pilot modeller FIB 2019 opp mot konkrete kurateringsvalg.	1,3
	Avklare og etablere modellstrukturene i de relevante kanaler og digitale flater.	1,2,3,4
April – mai 2019	Forberede og gjennomføre dokumentasjon av de utvalgte produksjonene og oppsetningene under FiB 2019	1,3
Juni – august 2019	Full produksjon mot og kopling til de valgte digitale flater.	1,2,3,4
	Gjennomføring fokusgrupper kunstneriske produksjoner/miljø.	1,3
	Gjennomføring fokusgrupper med relevante publikumsgrupper.	1,2,3,4
	Analysere effekt på relevante måltall (antall treff/strømming, responsanalyser utvalgte markeder, analyse publikumstall mot økonomiske nøkkeltall, kvalitativ kritikk/omtale).	1,3
September 2019	Midtveis-evaluering med prosjektgruppe samt inviterte relevante aktører.	1,2,3,4
September – oktober 2019	Justering utvikling pilot FIB 2020 konkrete kurateringsvalg, med hovedvekt på fase før festival.	2,4
	Justering modellstrukturer for relevante kanaler og digitale flater.	1,2,3,4
November 2019 – mars 2020	Full produksjon mot og kopling til de valgte digitale flater av kuratering FIB 2020, pre-fokus.	2,4
	Analyser mot genre-relevante kontekster, overføringsverdi-analyser, forretningsmodell-analyser – opp mot relevante måltall.	1,2,3,4
	Gjennomføring fokusgrupper kunstneriske produksjoner/miljø.	1,2,3,4
	Gjennomføring fokusgrupper relevante publikumsgrupper.	1,2,3,4

April- mai 2020	Forberede og gjennomføre dokumentasjon av de utvalgte produksjonene og oppsetningene under FiB 2018.	2,4
Juni-august 2020	Analysere effekt på relevante måltall (antall treff/strømming, responsanalyser utvalgte markeder, analyse publikumstall mot økonomiske nøkkeltall, kvalitativ kritikk/omtale).	1,2,3,4
	Analysere mot genre-relevante kontekster, overføringsverdi-analyser, forretningsmodell-analyser – opp mot relevante måltall.	1,2,3,4
	Gjennomføring fokusgrupper kunstneriske produksjoner/miljø. Gjennomføring fokusgrupper relevante publikumsgrupper.	1,2,3,4
August 2020	Sluttevalueringsrapport med modeller og anbefalinger overleveres i forbindelse med avslutningsseminar.	1,2,3,4

### Organisering, budsjett og finansieringsplan

Prosjektet ledes av Festspillenes markeds- og kommunikasjonsdirektør Nina K. Lauvsnes, i et prosjektteam bestående av programansvarlig Tonje Elisabeth Peersen, digitalsjef Silje Vestvik, utviklingsansvarlig for salg Carita Galtung-Døsvig og prosjektansvarlig (Nordvegen) Maria Dalland Larsen. Alle disse bidrar i prosjektet med egeninnsats. Vi stipulerer dette til en verdi av tilsammen 500 000, basert på en prosjektinvolvering tilsvarende 5 % - stilling over 2 år.

Det vil være behov for operative prosjektledere i form av kunstneriske digitale kuratorer til de konkrete pilotene som velges. Dette vil belastes prosjektbudsjettet kr 400 000,- En stor del av prosjektets kostnader knyttes til digital formidling i form av forskjellige format og plattformer som søker og tester potensial for nye tjenester. Festspillene vil hente inn digital fagkompetanse og har budsjettet dette med kr 210 000,-. For å koble kunstnerisk innhold med teknologi på en god måte vil vi invitere til 1-2 arbeidssamlinger per år med til sammen 5-10 deltagere, hovedsakelig digitale kuratorer, kunstnere og teknisk kompetanse. Her beregnes en kostnad på kr 130 000,-.

Innholdsproduksjon (ut over det kunstneriske innholdet) vil Festspillene selv stå for og dekke kostnader ved. En andel av dette søkes det om støtte til fra Innovasjon Norge. Publiseringen og tilretteleggingen av kunstnerisk innhold for publikum gjennom nye flater kostnadsberegnes til kr 425 000,-.

En viss del av prosjektmidlene vil også benyttes til utvikling av de nødvendige digitale strukturer, teknisk utstyr, samt kjøp av lisens og rettighetsklarering. Her anslås et budsjett på kr 325 000. Her vil dessuten Festspillenes allerede eksisterende digitale strukturer og teknisk utstyr benyttes, vurdert til en verdi av kr 300 000,-.

Evaluering av pilotprosjektet Digital kurator er budsjettert med kr 40 000,- fordelt på 2019 og 2020. Festspillene ønsker å dele disse erfaringene med andre aktører/partnere som vil inviteres inn i andre halvdel av prosjektperioden. Kompetansedelingen er kostnadsberegnet til kr 80 000,- fordelt på 2019 og 2020.

Dersom søknaden innvilges, vil prosjektoppstart være i november 2018. Siden oppstart blir sent på året, er budsjetterte kostnader i 2018 (730 000,-) lavere enn i påfølgende år.

Kostnadene er høyest i 2019 (1 450 000,-) fordi vi dette året vil jobbe for å få digitale strukturer på plass noe som innebærer økte kostnader til fagkompetanse, utvikling av digitale strukturer og publiseringsarbeid. I 2020 går kostnader noe ned (1 350 000,-) fordi en del av grunnarbeidet blir gjort i 2019.

Prosjektbudsjett	Kostnad	Søkes dekket av Kulturelt utviklingsprogram:
2018	730 000,-	100 000,-
2019	1 450 000,-	350 000,-
2020	1 350 000,-	300 000,-
		<b>Totalbeløp som søkes over tre år: 750 000,-</b>

Vennligst se budsjettvedlegg i søknadsskjemaet for nærmere detaljer.

Nordgård har spesialisert seg på digitale endringer innen musikk- og kulturnæringene, og har nylig levert sin phd på «Digitale endringer i musikkbransjen». I tillegg til en relevant produksjon av vitenskapelige artikler (eksempelvis «Assessing Music Streaming and Industry Disruptions Lessons From the Worlds Most Advanced Market for Music Streaming Services» og «Norske Festivaler og en musikkbransje i omveltning – Kunsten å balansere ønsker, forventninger og behov»), har Nordgård levert en rekke policy anbefalinger til Kulturdepartementet, MFO og EU-kommisjonen gjennom COST Action (eksempelvis Rapport fra Nordgård-utvalget og «Dynamics of Virtual Work»). Nordgård vil være hovedleverandør av analyser til prosjektet, og gjennomføre fokusintervjuene. Han vil også være hovedforfatter av sluttevaluering. Nordgård står for leveranser til kr 350 000,- av budsjettet.

Nordgård sitter også i styringsgruppen til IMBRA (International Music Business Research Association)<sup>4</sup>, som er et etablert internasjonalt nettverk av forskere som spesialiserer seg på endringer i musikkbransje og musikkfelt. Nettverket ser spesielt på effektene av digitalisering og endringer innen et bredt musikalsk landskap, noe som innebærer klassisk musikk, musikkteater og opera, i tillegg til populærmusikk. IMBRA har hovedsete i Wien og University of Music and Performing Arts. Prosjektet vil trekke på disse ressursene og dette gjelder særlig samarbeid med Dagmar Abfalter<sup>5</sup>, som har forsket og publisert mye på festivaler, organisering

<sup>4</sup> <http://imbra.eu/index.html>

<sup>5</sup> [https://www.researchgate.net/profile/Dagmar\\_Abfalter/publications](https://www.researchgate.net/profile/Dagmar_Abfalter/publications)



og team innen klassisk musikk, opera og teater. Dagmar Abfalter un vil være et svært viktig supplement til forsker-teamet, og vil delta på midtveis evalueringen samt work shop i forbindelse med endelig evalueringsrapport. Ressurser fra IMBRA-nettverket, særlig knyttet til økonomiske analyser og rettighetsspørsmål, budsjetteres til kr 50 000. Dagmar Abfalter vil levere analyser og work shop deltakelse til kr 50 000,-.

<b>budsjett</b>	<b>Kostnad</b>	<b>Kostnader*</b>
Daniel Nordgård	350 000,-	350 000,-
IMBRA-nettverket	50 000,-	50 000,-
Dagmar Abfalter	50 000,-	50 000,-
<b>Til sammen</b>	<b>500 000,-</b>	<b>500 000,-</b>

\*Kostnader til forskning dekkes gjennom forskningsprosjektet Norwegian Icons for 2018. Midler til forskning i 2019 og 2020 vil søkes om på et senere stadium og eventuelt forskningsarbeid i 2019 og 2020 må derfor sees på som en ambisjon, forutsatt at midler innvilges.

**Kontonummer for utbetaling:**

5201.05.24946