




Rapport 2005:40 R

Klassicism och bungyjump

Upplevelseindustrin och behovet av
konstnärligt utbildade



Högskoleverket • Luntmakargatan 13 • Box 7851, 103 99 Stockholm
tfn 08-563 085 00 • fax 08-563 085 50 • e-post hsv@hsv.se • www.hsv.se

Klassicism och bungyjump
Upplevelseindustrin och behovet av konstnärligt utbildade

Utgiven av Högskoleverket 2005

Högskoleverkets rapportserie 2005:40 R

ISSN 1400-948X

Innehåll: Högskoleverket, utredningsavdelningen, **Thomas Furusten**

Formgivning: Högskoleverkets informationsavdelning

Tryck: Högskoleverkets vaktmästeri, Stockholm, oktober 2005

Tryckt på miljömärkt papper

Innehåll

Sammanfattning	5
Inledning	9
Metod och avgränsningar	9
Bakgrund	13
En delad sektor	13
Prognoser om tillgång och efterfrågan på konstnärligt utbildade	14
Kulturutbildningarnas expansion	14
Vad innebär upplevelseindustrin?	16
Tidigare studier om behoven av konstnärligt utbildade och upplevelseindustrin	18
Design	23
Arbetsmarknaden för design	23
Politiska initiativ	24
Designutbildning	25
Media och kommunikation	31
Arbetsmarknaden för medieutbildade	31
Medieutbildningar	32
Musik och scenkonst	37
Arbetsmarknaden inom musikområdet	37
Musikutbildningar	37
Arbetsmarknaden inom scenkonst	40
Utbildningar inom teater, opera och dans	41
Turism, hotell, restaurang	45
Arbetsmarknaden	45
Utbildningar inriktade mot turism	45
Spelutveckling och upplevelsebaserat lärande	49
Arbetsmarknaden	49
Utbildningar med inriktning mot digitala spel	50
Utbildningar inom upplevelsebaserat lärande	52
Fria konst och övriga högskoleutbildningar inom bild och form	57
Ingen egentlig arbetsmarknad för fria konstnärer	57
Nya utbildningar och utbildningar i tillämpad konst	57
Behovet av konstnärligt utbildade	58
Högskoleutbildning och övrig utbildning	61
KY-utbildningar relevanta för upplevelseindustrin	61
På vilka sätt bör högskoleutbildningar särskilja sig?	63
Samlade iakttagelser	65
En fråga om innehåll mer än kvantitet	65
En fråga om högskoleutbildningens karaktär	66
En fråga om resurstilldelning	66
Övriga frågor inför planeringsdiskussioner	67
Referenser	69

Sammanfattning

Denna rapport studerar arbetskraftsbehovet av utbildade med konstnärlig inriktning. Tanken är att den ska utgöra ett underlag för framtida planering av utbildningarnas kvantitet och form. I rapporten, som huvudsakligen behandlar kvantiteter av högskoleutbildade, utgår vi från att det kulturella respektive professionella behovet av fria konstnärer är tillgodosett med de konstnärliga högskolornas utbud. Det innebär att det främst är andra utbildningar med inslag av konstnärliga ämnen än de traditionella konstutbildningarna som står i fokus för vårt intresse. Vi gör också antagandet att det finns en koppling mellan arbetskraftsbehovet av utbildade inom detta område och den expanderande och breda upplevelseindustrin.

Utifrån rapportens innehåll går det att urskilja tre grundfrågor som framtida planeringsdiskussioner behöver behandla. Den första viktiga frågan är ”vad?” snarare än ”hur många?” – en fråga som mer avser innehåll än kvantitet.

Den andra frågan är på vilken nivå utbildningarna är mest ändamålsenliga, och på vilka sätt högskoleutbildningar kan svara mot behov som inte tillgodoses på lägre utbildningsnivåer. Det är viktigt att högskoleutbildningarna utmärker sig gentemot övriga utbildningsformer genom en tydlig vetenskaplig eller konstnärlig grund. Denna högskolemässiga kvalitet, i kombination med en bredd som kan spänna över gränserna mellan de samhällsvetenskapliga, juridiska och konstnärliga fakultetsområdena, kan motivera högskolans positioner inom de här aktuella utbildningsområdena. Samtidigt måste den högre utbildningen också präglas av vidare syften och mål än att svara mot behoven på en arbetsmarknad.

Den sista frågan är ofrånkomlig och handlar om det aktuella systemet för resurstilldelningen. Det systemet innebär att dimensioneringen främst baseras på vad unga människor är intresserade av, vilket innebär att vi får ett ”överskott” av utbildade inom den här typen av populära områden.

Det är uppenbart att den totala mängden utbildade inom det konstnärliga eller kreativa utbildningsområdet är större än behoven man kan se på arbetsmarknaden, även beaktat att de till viss del skapar sin egen arbetsmarknad. Högskoleverket vill mana till en tydligare koppling mellan etableringen av nya utbildningar och det realistiska antalet arbetstillfällen som finns i dessa branscher. Att lärosätena följer upp hur studenter lyckas på arbetsmarknaden efter examen bör vara en självklar service för de sökande. De texter som avser att locka studenter att söka utbildningarna behöver i högre grad än i dag beskriva situationen på arbetsmarknaden, och även innehålla en bedömning av utsikterna den närmaste framtiden.

Designutbildningar

Det finns ett stort antal designutbildningar och utbildningar som kombinerar design med annat ämnesinnehåll, och söktrycket är generellt högt. Det tycks dock som om pendeln slagit tillbaka något för designområdet både vad gäller näringslivets behov och studenternas efterfrågan. Det finns därför all anledning att göra en väl avvägd bedömning inför beslut om ytterligare utbildningsprogram samt dimensionering inom designområdet. Design är viktigt, enligt bedömare i näringslivet, men samtidigt är ”designmognaden” och tillgången på designutbildade hög. Exempel på kompetens som däremot just nu är högt eftertraktad på arbetsmarknaden är utbildningar där designämnet är integrerat i en civilingenjörsutbildning.

Medieutbildningar

Beträffande media råder mycket osäkra utsikter på arbetsmarknaden, och det är stor konkurrens om jobben. Den totala förändringen för dessa utbildningar det senaste året är också viss minskning av antalet sökande i förhållande till antalet platser. Branschföreträdare hävdar att det finns en alltför stor mängd utbildningar som är otillräckliga för de nya behoven. Arbetskraftsbehoven som följer med utvecklingen inom media gäller inte bara medieutbildade. Behoven kanske främst blir märkbara inom det tekniska respektive det ekonomiska utbildningsområdet, och en större procentuell andel av sådana utbildningar med inriktning mot mediebranschen kan vara en tyngdpunktsförskjutning som är till gagn både för studenterna och för näringslivet.

Utbildningar inom musik och scenkonst

Inte heller inom musiken och scenkonsten finns behoven av högskoleutbildade inte nödvändigtvis inom den skapande verksamheten. Det finns inte heller något tydligt behov av nya utbildningar som lär ut hur man producerar och framför musik och scenkonst. Inom populärkulturen finns ett specifikt yrkesliv där nätverk av kreatörer och eldsjälar har stor erfarenhet och viktiga kontakter. Mer ovanligt inom detta yrkesområde är högskolekompetens i ekonomi, marknadsföring och juridik – i kombination med kunskaper om specifika branschens funktionssätt och särdrag.

Kulturrådet har uppmärksammat ett stort behov av dansproducenter; ett yrke som saknar grundutbildning på högskolenivå.

Utbildningar inom turism, hotell och restaurang

Det saknas prognoser av tillgången på utbildade inom turismnäringen, men detta är ett område där antalet högskoleutbildningar – och antalet utbildade – har ökat snabbt under senare år. Parallellt har det utvecklats ett ganska stort antal KY-utbildningar inriktade mot turism, hotell och restaurang. Detta är områden där det finns anledning att basera planeringsdiskussionerna på situationen inom hela utbildningsområdet, och framför allt på analyser av hur arbetsmarknadsbehoven verkligen ser ut.

Utbildningar mot industrin för digitala spel

Inom detta område finns ett stort antal utbildningar såväl inom högskolan som på andra nivåer. Antalet utbildningsplatser överstiger den inhemska industrins behov, samtidigt som den internationella arbetsmarknaden är mycket stor. Den snabba teknikutvecklingen inom det här området innebär att det kan vara mycket svårt att se de långsiktigt stabila behov som en högskoleutbildning bör baseras på.

Inledning

Denna rapport ges ut inom ramen för regeringens uppdrag till Högskoleverket att årligen lämna underlag för lärosätenas och regeringens planering av utbildningsutbudet i relation till arbetsmarknadens behov av utbildade.¹ Syftet med rapporten är att vara ett verktyg i sådana diskussioner, och att lyfta fram frågor som bör komma upp på bordet.

Enligt Högskoleverkets undersökning *Etableringen på arbetsmarknaden*² är de konstnärligt utbildade den grupp som i lägst utsträckning är etablerade i arbete. Samtidigt är ett av de mest expansiva områdena i dagens arbetsliv den så kallade upplevelseindustrin³ – som i hög grad sysselsätter konstnärligt utbildade. En fråga som detta reser är om en förbättrad situation på arbetsmarknaden är inom synhåll för de konstnärligt utbildade. Med anledning av detta vill vi i den här rapporten undersöka tillgång och behov av utbildade inom konstnärliga områden, i dagsläget och på några års sikt.

Detta är på inget vis någon enkel uppgift. Det totala behovet av konstnärligt utbildade kan inte bedömas, eftersom det inte finns några mått på behoven av kultur och konst. Frågan om huruvida de *kulturella* behoven av konstnärligt utbildade är tillgodosedda i dagens dimensionering faller därför utanför ramarna för vår studie. Den är i stället begränsad till *arbetskraftsbehovet* av konstnärligt högskoleutbildade, och om antalet platser är tillräckligt på de utbildningar som är relevanta enligt de behov som går att definiera. Kopplingen mellan behovet av konstnärligt utbildade och den expanderande upplevelseindustrin är en genomgående utgångspunkt i den här rapporten.

Metod och avgränsningar

Nya behov – nya utbildningar

Den aktuella frågan är alltså om det finns tendenser till ett ökat behov av konstnärligt utbildade, speciellt mot bakgrund av att det växer fram en allt större upplevelseindustri. Situationen på de traditionella högre konstnärliga utbildningarna kan knappast ge några svar på detta. De är visserligen yrkesutbildningar, men de är inte förknippade med någon egentlig arbetsmarknad. Det finns ett stort antal arbetslösa eller latent arbetssökande konstnärligt utbildade⁴. Inte desto mindre finns det gott om sökande till de konstnärliga utbildningarna. Exempelvis antar Teaterhögskolan i Stockholm ett tiotal nya

1. Regeringsbeslut U2005/5319/UH.

2. Högskoleverket rapportserie 2003:7 R och 2004:24 R.

3. AMS, *Arbete för nöjes skull – var finns jobben inom upplevelsenäringen?* Ura 2001:03.

4. Enligt SCB:s bedömningar i *Trender och Prognoser 2002* kommer överskottet av konstnärligt utbildade i förhållande till efterfrågan att öka stadigt under åren fram till 2020.

studenter per år av runt tusen som ansöker. Trots denna begränsade antagning råder stundtals arbetslöshet bland examinerade från teaterhögskolan. Liknande förhållande gäller på exempelvis Kungliga konsthögskolan. Det finns alltså ett stort intresse av dessa utbildningar som knappast har att göra med utsikterna att kunna försörja sig inom området. En andra extrem utgör Operahögskolan i Stockholm, som i princip tar in och utbildar den kvantitet som behövs inom operans område.

En diskussion om arbetsmarknadsbehoven ter sig meningslös för dessa institutioners etablerade utbildningar. Det finns knappast några tydliga marknadsmekanismer i termer av behov och efterfrågan. Däremot är det relevant att göra en bedömning av behovet av konstnärligt utbildade utifrån tillkomsten av övriga konstnärligt inriktade utbildningar. Rimligen har dessa uppstått på grund av något nyligen definierat behov. De eventuella nya behoven och/eller studentintresset bör alltså märkas i etableringen av och söktrycket till sådana utbildningar. Det är därför dessa utbildningar vi kommer att ägna intresset åt i den här rapportens fortsättning. Och de är många – en sökning på ”konstnärliga ämnen” på www.studera.nu (Högskoleverkets webbplats för information om högskolestudier) ger nära 800 träffar.

Vilka utbildningsområden ingår?

En första avgränsning gäller vilka utbildningar som ingår i inventeringen. Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling (KK-stiftelsen) gjorde år 2002⁵ en inventering av vilka utbildningar som finns med relevans för den expansiva upplevelseindustrin. Av de områden som ingår i KK-stiftelsens definition (som beskrivs närmare i bakgrundskapitlet) betraktar vi arkitektur och journalistik som två ämnen som faller utanför ramarna för den här rapporten. Arkitektutbildning brukar i utbildningsstatistiken sorteras under det tekniska området, varför vi väljer att inte behandla den i det här sammanhanget. Utbud och behov av journalistutbildade kartläggs inom ramen för Högskoleverkets uppdrag att presentera ett planeringsunderlag för utbildningars dimensionering i förhållande till arbetsmarknadens behov⁶. Detsamma gäller alla för området relevanta lärarutbildningar. Dessa behandlas i särskild ordning i verkets arbete. Reklamutbildningar ryms heller inte i den här kartläggningens fokus.

De områden som ingår i den här rapportens inventering är följande.

- *Design*. (Hit räknas även *mode/textil*, som är en stor bransch i upplevelseindustrin, men ett litet utbildningsområde.)
- *Medier och kommunikation* (vi väljer att belysa digitala, interaktiva medier för sig i avsnittet om spel och upplevelsebaserat lärande, se nedan).
- *Musik och scenkonst* (inklusive drama, teater och film).
- *Turism, hotell, restaurang*.

5. *Utbildningar inom upplevelseindustrin*, Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling 2002.

6. Regeringsbeslut I:21, U2005/5319/UH. Se den senaste publikationen *Arbetsmarknad och högskoleutbildning 2004* Högskoleverket.

- *Spelutveckling och upplevelsebaserat lärande*
- *Övriga högskoleutbildningar inom bild och form.*

Kulturvetenskap faller utanför

I KK-stiftelsens inventering av utbildningar inom upplevelseindustrin räknade man bort utbildningar till exempelvis konstvetare, filmvetare och bildvetare, under hänvisningen att sådana utbildningar leder till en analytisk kompetens snarare än en skapande. En synpunkt från Högskoleverkets horisont är att en sådan begränsning till praktiskt skapande verksamheter gör det svårt att definiera behovet av akademisk kompetens i upplevelseindustrin. Det är möjligt att just analytisk kompetens tillför ett nödvändigt nytt akademiskt inslag inför en kompetensmässigt uppgraderad upplevelseindustri.

Men det kulturvetenskapliga utbildningsområdet är inte okomplicerat att kartlägga. Tidigare utgjorde kulturvetarlinjerna den naturliga utbildningsbakgrunden för många av dem som arbetat som ”kulturförmedlare”, dvs. som kultursekreterare samt som olika typer av producenter och konsulenter på kulturområdet. Det är i dag betydligt svårare att identifiera de mest relevanta utbildningarna. Statens kulturråd gjorde 1994 en genomgång av kulturvetenskapliga utbildningar. Med anledning av utvecklingen av utbildningsutbudet tar Kulturrådet upp tråden igen i skriften *Kunskapsstrategier* från 2003, och menar att det kan finnas behov av att göra en ny samlad genomgång av de olika kulturvetenskapliga utbildningar som finns. Därigenom, menar man, skulle också eventuella behov av nya utbildningar kunna definieras. Det är rimligt att en sådan samlad genomgång utförs av Kulturrådet, eftersom det är myndigheten med sakansvar för och specialkunskap inom sektorsområdet. Med hänvisning till detta avstår vi i den här rapporten från fördjupningar inom det kulturvetenskapliga utbildningsområdet.

Separata utbildningsområden

En sista avgränsning gäller generaliserbarheten. Vi har valt att i den här rapporten studera en stor bredd av utbildningar. Detta innebär dock att vi inte kommer att kunna dra några gemensamma slutsatser om tillgång och behov, för att presentera som ett generellt underlag för lärosätenas planering. Vi väljer att studera och att kommentera situationen för varje urskiljbart utbildningsområde för sig, och att i den mån det är möjligt, föra en generell diskussion i rapportens avslutande avsnitt. Till viss del frångås denna ordning genom att vi gör sammanställningar av utbildningar som inte hör ihop enligt de traditionella indelningarna i utbildningsområden, men som har något gemensamt element i inriktningen (t.ex. design). Exempelvis förekommer det att smala och breda utbildningar kommenteras tillsammans, och tekniska utbildningar tillsammans med mer renodlat kreativa. Möjligen kan det ifrågasättas att bedöma olika utbildningar med samma måttstock, dvs. efterfrågan från studenter respektive arbetsgivare. Men det rör sig inte om jämförelser mellan olika utbildningar. Vad vi söker efter är tendenser och grova mönster.

Vår genomgång sker områdesvis och per utbildning. Det ska dock påpekas att gränserna mellan olika områden ofta är flytande, och att det finns gemensamma inslag i många av framför allt nya utbildningar med konstnärligt eller kreativt innehåll.

Metod och material

Vi kommer att föra en diskussion om behovet av dessa utbildningar utifrån hur stort utbudet är, hur eftersökta de är av studenterna, hur utbildningarna presenteras av högskolorna⁷ och hur behovssituationen beskrivs av olika aktörer.

De huvudsakliga utbildningar som kommer att belysas i denna studie har utvecklats under kort tid. I många fall är utbildningarna för unga för att någonting ska kunna sägas om i vilken mån de är gångbara på arbetsmarknaden, och för att en trendmässig statistisk beskrivning ska kunna göras. I synnerhet är det svårt att säga något om den framtida utvecklingen. Detta är extra vanskligt när det rör sig om nya utbildningar som sägs vara avsedda för nya behov. Vi utgår därför i huvudsak ifrån hur *utbudet av utbildningar* ser ut, hur det har förändrats och hur söktrycket varit de två senaste åren.

Vi är också hänvisade till uppgifter från högskolorna om enskilda utbildningars innehåll och målyrken.

Till denna bild kopplar vi bedömningar och/eller situationsbeskrivningar om tillgång och efterfrågan inom de olika relevanta branscherna. Det rör sig om tillgängliga bedömningar av dagens aktuella situation och om behoven framöver som är gjorda i olika utredningar eller i vissa uttalanden. Huvudkällorna är rapporterna *Trender och prognoser 2002 med sikte på år 2020*, *Arbetskraftsbarometern '04* och *Utbildning och arbete* från Statistiska Centralbyrån (SCB).

De slutsatser som vi drar utifrån söktryck och olika tillgängliga bedömningar presenteras dels i varje utbildningskapitels sammanfattande avsnitt som är rubricerade *Tillgång och behov*, dels i det avslutande kapitlet *Generella iakttagelser*.

7. I de fall lärosätenas utbildningsbeskrivningar citeras, gäller det texter som varit publicerade – oftast på webben – våren 2005. Kompletterande information om vissa utbildningsområden har inhämtats via direktkontakter med lärosätesföreträdare.

Bakgrund

En delad sektor

Ett antal av de konstnärliga högskolorna i Sverige är fristående och finns i Stockholm: Danshögskolan, Dramatiska institutet, Konstfack, Kungliga Konsthögskolan, Kungliga Musikhögskolan, Operahögskolan och Teaterhögskolan. Sedan 2001 ingår också Beckmans Designhögskola i den gruppen. Resterande konstnärliga högskolor är universitetsanknutna. Hit hör HDK – högskolan för design och konsthantverk, och Valand (som båda hör till Göteborgs universitet), Konsthögskolan i Malmö (Lunds universitet), och Konsthögskolan i Umeå (Umeå universitet). Här ingår också de fem musikhögskolorna i Göteborg, Malmö, Piteå, Örebro och Ingesunds musikhögskola i Arvika.

Det går en skiljelinje mellan dessa etablerade konstnärliga utbildningar och de utbildningar med liknande inriktningar som uppstått under senare år. Med denna tudelning åtskiljs traditionsbundna, reglerade och statligt subventionerade verksamheter med ganska stabila förutsättningar från verksamheter som är både anpassade efter och beroende av arbetsmarknadens parter eller marknaden för nya produkter. Tudelningen kan också sägas gälla ”finkultur” kontra populärkultur.

Givetvis är skiljelinjen också tydlig om man jämför utbildningarnas profiler och inriktningar. De traditionella konsthögskoleutbildningarna har praktiska antagningsprov med höga krav. I praktiken innebär det att man måste ha gått någon förberedande utbildning för att kunna bli antagen. De som går igenom utbildningarna blir högt kvalificerade fria och självständiga konstnärer. De övriga utbildningarna med konstnärlig inriktning har andra syften. Dessa kombinerar konstnärliga ämnen med någon praktisk tillämpning.

Det rör sig dock inte om någon dikotomi mellan ”gamla och nya” konstnärliga utbildningar. Den ena sidan kan knappast bedömas utesluta eller vara helt skild från den andra. Som Sverker Sörlin beskriver i *Kulturen i kunskaps-samhället* (2003) har det självständiga konst- och kulturlivet under senare år närmast sig och till viss del integrerats i systemen för produktion. Denna integrering gäller också, enligt Sörlin, systemen för kunskap. Han beskriver en utveckling mot att bland annat konsthantverk och design alltmer knyts till forskning och innovationer – en utveckling som i ett initialt skede bedömts påkalla statliga stödmedel.⁸

8. I samband med budgetpropositionen för 2003 lämnas följande beskrivning av inriktningen av politiken inom näringsdepartementets områden: ”Design av varor och tjänster får allt större betydelse för företagets tillväxt. Därför föreslår regeringen att 20 miljoner kronor avsätts för att stärka design som ett medel för näringslivsutveckling.”

Prognoser om tillgång och efterfrågan på konstnärligt utbildade

AMS konstaterade år 2001⁹ att det inte finns arbete för alla som utbildas inom konsten. Man poängterar att det råder ”ett motsatsförhållande” mellan vad arbetsmarknaden efterfrågar och vad som lockar många ungdomar. AMS efterlyser ett bättre samarbete mellan olika aktörer på arbetsmarknaden, och menar att information om vilken arbetsmarknad som väntar studenter som går konstnärliga utbildningar är en förutsättning för att högskolorna inte ska utbilda till arbetslöshet. Möjligheterna till ökad sysselsättning inom konst ser AMS inom den digitala konsten.

I SCB:s *Trender och Prognoser 2002 – med sikte på år 2002* gör man bedömningen att utbildningar inom formgivning, bild- och formkonst, konsthantverk samt musik, dans och dramatik leder till områden där konkurrensen om jobben är hård. Dessutom, poängterar SCB, är många av de förekommande jobben tidsbegränsade och korta. Många med konstnärliga utbildningar är egna företagare. De största yrkesgrupperna bland konstnärligt utbildade med anställning är journalister, konstnärer, skådespelare och lärare på högskolenivå.

Då SCB väger de kommande pensionsavgångarna mot det förväntade tillskottet konstaterar man en stor väntande nettoökning. SCB gör bedömningen att det inte är möjligt att förutse den framtida efterfrågan på konstnärliga produkter, eller publikintresset för kultur av olika slag. Därmed går det inte heller att bedöma möjligheterna för de konstnärligt utbildade att få jobb inom de områden de utbildat sig för. Möjligheterna att få arbete kommer emellertid att variera kraftigt mellan olika kategorier av konstnärligt utbildade¹⁰.

Hur denna prognos om ett växande överskott kommer att slå ut, beror alltså på vilka områden som växer mest på efterfrågesidan. Efterfrågan kommer med all säkerhet inte att se ut som den gör i dag, enligt SCB, vilket också AMS berör. Avgörande kan också vara hur nya konstnärliga utbildningar kommer att utvecklas.

Kulturutbildningarnas expansion

Göran Melin har i rapporten *De nya kulturutbildningarna*¹¹ utrett högskolors satsningar på kulturutbildningar under senare år. Som bakgrund till detta initiativ anges för det första att konstnärliga och kulturinriktade inslag tenderar att bli viktigare för hur konsumenter differentierar mellan varor och tjänster, för det andra att satsningarna på kultur inte i första hand verkar vara framdrivna från regeringshåll utan från universiteten och högskolorna själva.

9. Ura 2001:3.

10. *Trender och Prognoser 2002*, sid 101.

11. En undersökning av nya typer av högskoleutbildningar på kulturområdet, *SISTER 2005*. Det ska framhållas att *kultur* är ett vidare begrepp än *konst*, och att diskussioner om kulturutbildningar omfattar ett bredare spektrum än konstutbildningar.

Melin konstaterar att det förmodligen främst är utvecklingsstrategier som ligger bakom dessa satsningar, och att satsningar på kulturutbildningar kan bidra till att

- marknadsföra och/eller konstruera en bild av högskolan (varumärkesbyggnad)
- möta framväxten av nya kunskapsområden i näringslivet och därmed bidra till att skapa ekonomisk tillväxt och sysselsättning
- attrahera studenter till högskolan
- stärka den sociala gemenskapen vid högskolan eller utåt gentemot det omgivande samhället
- befrukta andra vetenskaper.

Medan det totala antalet studieplatser ökat med 22 procent från 1998 till 2003 så har antalet platser inom kulturområdet ökat med 42 procent under samma tid. Göran Melin har jämfört antalet helårsstudenter (HÅS) inom kulturområdet mellan olika kategorier av högskolor och konstaterar därefter att det är de mindre och medelstora högskolorna som mest har expanderat utbildningar med kulturinnehåll.¹² Både räknat till antalet HÅS och procentuellt.

Helårsstudenter per högskolekategori 1998 och 2003

Högskolekategori	Antal HÅS inom kulturomr. 1998	Antal HÅS inom kulturomr. 2003	Ökning/ minskning antal	Ökning/ minskning %
Äldre universitet	4 912,4	6 292,5	1 380,1	28
Nya universitet	1 178,6	1 952,4	773,8	66
Mindre och medelstora högskolor	2 302,8	4 468,7	2 165,9	94
Konstnärliga högskolor	1 801,6	1 737,1	-64,5	-4
Totalt	10 195	14 451	4 255	42

Källa: NU-databasen.

Satsningar på kulturinriktade utbildningar kan också vara ett sätt för en högskola att möta behov på arbetsmarknaden. Kultur och upplevelser framställs i många sammanhang som framtidssektorer¹³. Därför kan uppkomsten av nya typer av kulturutbildningar förklaras ur ett marknadsperspektiv. Upplevelsesektorn har expanderat under 1990-talet och med denna expansion har följt en förnyad efterfrågan av utbildad arbetskraft – även om det är oklart hur detta behov ser ut, eller hur stort det är. Samtidigt har många kulturutbildade människor haft svårt att finna jobb efter att ha genomgått någon av de mer traditionella kulturutbildningar som ges vid universiteten. Mot den

12. Källa: NU-databasen. De ämnesgrupper i databasen som här räknas till kulturområdet är arkitektur, journalistik, kommunikation och information, konst, musik, slöjd, teater, film och dans.

13. Se exempelvis Katarina Bergren och Hans Tydén på AMS, som står bakom rapporten *Arbete för nöjes skull, 2001*, respektive Katarina Almqvist och Carin Daal m.fl. på KK-stiftelsen, som i många år bevakat möjligheterna med upplevelseindustrins utveckling i Sverige.

bakgrunden har det funnits behov av att göra dessa personer och deras utbildningar mer attraktiva på den arbetsmarknad som står till förfogande. Det har därmed funnits incitament att förnya kulturutbildningsutbudet både från de studerandes sida och från arbetsmarknadens sida. Som tabellen ovan antyder är det främst de mindre eller medelstora högskolorna som hittills gjort sådana satsningar. Den teori som Göran Melin formulerar om detta är att de mindre eller medelstora högskolorna är tvungna att profilera sig tydligare, eller hitta nischer som inte finns på de traditionella universiteten (som kan erbjuda ett både bredare och mer specialiserat utbildningsutbud), och att kulturutbildningar kan vara en del av en sådan profil.

Vad innebär upplevelseindustrin?

För att kunna relatera behovet av konstnärligt utbildade till utvecklingen inom upplevelseindustrin så måste denna först definieras. Detta är en industri som är mycket vitt omfattande. Man kan säga att den sträcker sig från klassicismens värnande av antikens konstnärliga värden och ideal, till nya upplevelser och evenemang som bungyjump.

I ett samhälle med mängder av valmöjligheter och mängder av information om dessa valmöjligheter måste det till något extra för att sticka ut från mängden. Allt fler varor och tjänster konkurrerar om vår uppmärksamhet. Upplevelsen av eller kring en produkt är ett avgörande mervärde, sedan vi redan tagit för givet att själva grundprodukten fungerar som den ska. Exempelvis styrs knappast valet av mobiltelefon av hur bra det fungerar att ringa med den. Allt viktigare för vårt val blir designen, vilka spel som ingår, wapp-funktioner, om MP3-spelare ingår, ljudsignaler och möjligheter att hantera bilder.

En dator är ett annat tydligt exempel på en produkt som har en grundfunktion som ett praktiskt redskap, men som alltmer utvecklas till en plattform för olika former av upplevelser.

Också äldre produkter kan sägas ingå i den här utvecklingen. En måltid på restaurang kan betraktas som en del av en helhetsupplevelse där matens smak och serveringens intryck utgör det som vi tar för givet. Men också restaurangens inredningskoncept ingår i allra högsta grad i upplevelsen. Musiken som spelas i högtalarna likaså. Till och med de övriga gästerna och kanske den identitetstillhörighet som betonas på den restaurang man valt att besöka är en viktig del av upplevelsen.

Denna ström av nya krav på mervärden – upplevelser – i de varor och tjänster vi konsumerar innebär en växande marknad. Upplevelseindustrin är ett sätt att benämna denna marknad.

Industrins utveckling

KK-stiftelsen har under några år samlat statistik från de branscher som de räknar till upplevelseindustrin (se den vänstra kolumnen i tabellen nedan). Med

två års eftersläpning presenterades år 2004 statistik till och med år 2002¹⁴. Förädlingsvärdet – det vill säga inkomstnettot och bidraget till BNP – har ökat från 4,2 procent eller 75 miljarder kronor år 1995 till 4,7 procent eller 110 miljarder kronor år 2002.

Upplevelseindustrins förädlingsvärde i miljarder kronor, 1997–2002. Värdet från slutet av respektive år. Delområden i storleksordning för 2002.

	Förädlingsvärde, miljarder kronor						Andel av uppl. ind. 2002	Förändring 1997–2002		
	1997	1998	1999	2000	2001	2002		Absolut	Relativ	Per år
Turism	21,4	23,5	25	26,1	25,2	24,8	23 %	3,4	16 %	3 %
Media	17,3	17,9	18	18,5	18,2	18	16 %	0,7	4 %	0,8 %
Måltid	12,3	13,4	14,5	15,4	16,1	16,8	15 %	4,5	37 %	6,6 %
Mode	9,4	10,2	11,5	11,5	12,2	13,5	12 %	4,1	44 %	7,4 %
Marknads-kommunikation	9,2	9,8	10,9	10,9	13,4	12,9	12 %	3,7	40 %	6,9 %
Litteratur	4,1	4,4	4,6	4,6	4,5	4,8	4 %	0,7	17 %	3,5 %
Film/foto	3,6	4,1	4,2	4,2	4,2	4,6	4 %	1,0	28 %	5 %
Upplevelse-baserat lärande	2,7	3,1	3,8	4	4,4	4,5	4 %	1,8	67 %	11,3%
Musik	2,2	2,3	2,3	2,6	3,1	3	3 %	0,8	36 %	6,6 %
Arkitektur	1,9	2,2	2,4	2,8	2,9	2,8	3 %	0,9	47 %	7,9 %
Design	1,4	1,8	2,1	2,3	2,6	2,5	2 %	1,1	78 %	11,3%
Scenkonst	0,4	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1 %	0,5	125 %	20 %
Konst	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,5	1 %	0,1	25 %	5,9 %
Upplevelse-industrin totalt	86,2	94,3	100,3	107,2	108,8	109,7	100	23,5	27 %	4,9 %

Källa: KK-stiftelsen (SCB)

Av ovanstående framgår vilka som är de största delområdena ekonomiskt sett. Det gäller alltså dem som är listade överst i tabellen, med turism i topp. Men de relativa förändringarna av förädlingsvärdet beskriver ytterligare en dimension, nämligen hur mycket olika områden ökade mellan 1997 och 2002. Turism och media ligger då på en jämförelsevis stabil nivå, medan scenkonst har varit överlägset mest expansivt med en relativ ökning på 125 procent. Också design och upplevelsebaserat lärande kan nämnas bland de områden som har ökat mycket.

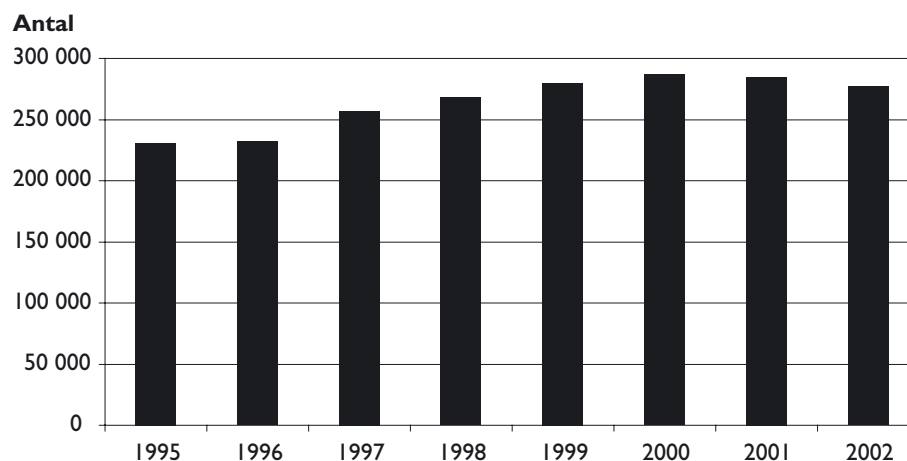
Mellan 2001 och 2002 skedde en viss stagnering av utvecklingen inom upplevelseindustrin, och tillväxttakten var något lägre än i näringslivet totalt. Totalt sett har alltså upplevelseindustrin i högre grad än övriga näringar påverkats av lågkonjunkturen. Men enligt vad som kan utläsas ur tabellen går vissa upplevelseområden bra också i lågkonjunktur. De områden som enligt

14. KK-stiftelsen, *Upplevelseindustrin 2003 respektive 2004, statistik*. För närmare beskrivning av metoder och vilka branscher som ingår i statistiken hänvisas till dessa publikationer.

tabellen visat en fortsatt hög expansion även mellan 2001 och 2002 är mode, litteratur och måltid, som ökat med 11, 6 respektive 5 procent under det året.

Ovanstående gäller vinstutvecklingen. En helt annan sak är hur personalbehoven har förändrats. Om vi betraktar upplevelseindustrin totalt sett, har antalet anställda ökat fram till år 2000. Men mellan 2001 och 2002 minskade antalet anställda med tre procent.

Antal anställda i upplevelseindustrin, 1995-2002



Källa: KK-stiftelsen 2004

Tidigare studier om behoven av konstnärligt utbildade och upplevelseindustrin

Blandade upplevelser

KK-stiftelsen har under ett antal år bedrivit olika former av utvecklingsarbete för upplevelseindustrin. Det arbetet påbörjades i slutet av 1990-talet, och 1999 presenterades den omfattande förstudien *Blandade upplevelser*, som kartlade området, situationen och behoven. Följande områden kan räknas till upplevelseindustrin, enligt KK-stiftelsens definitioner: arkitektur, design, film/foto, konst, litteratur, marknadskommunikation, media, mode, musik, måltid, scenkonst, turism och upplevelsebaserat lärande.

KK-stiftelsen konstaterade i sin inventering att utbildningsnivåerna hos verksamma inom upplevelseindustrin skiljer sig mycket, kanske främst beroende på att utbudet av utbildningar ser så olika ut för de olika områdena. De konstnärliga områdena som teater, dans, film och konst är väl försedda med utbildningar upp till doktorandnivå, likaså utbildningar som kombinerar konstnärlighet med design, arkitektur, mode och industridesign. Även medieutbildningarna har bra utbud av utbildningar på både gymnasie- och högskolenivå. Verksamma inom dessa områden är följdriktigt ofta välutbildade.

KK-stiftelsen konstaterar också följande.

”Utanför gymnasie- och högskoleutbildningarna finns det ett antal kompletterande gymnasieutbildningar och privatskolor som erbjuder branschspecifika

utbildningar varav många håller hög kvalitet även om de inte ger högskolepoäng.”¹⁵

KK-stiftelsens kartläggningar ringar in vissa områden av upplevelseindustrin där det finns eventuella behov på utbildningssidan. Det gäller musiken, turismen, data- och tv-spelsbranschen och upplevelsebaserat lärande.

KK-stiftelsen uppmärksammade tidigt det problematiska i att det saknas såväl sammanhållen statistik för den här näringen, som viss branschspecifik statistik. Detta har man sökt råda bot på med publikationerna *Upplevelseindustrin 2003*, respektive *2004 – Statistik och jämförelser*. I dessa presenteras antalet företag, antalet sysselsatta, omsättning och förädlingsvärde för upplevelseindustrins olika branscher och totalt. Detta är vad som är möjligt att redovisa. Det är emellertid inte möjligt att ta fram helt jämförbara data om tillgång och behov på arbetsmarknaden för en industri som sammanfattar branscher med helt olika förutsättningar. Det rör sig om många olika typer av långsiktiga och kortsiktiga kompetensbehov, som inte självklart kan uttryckas i årsvisa kvantiteter av utbildade. Kompetensbehov handlar även om innehåll och om långsiktighet. För upplevelseindustrins olika områden är behoven ojämnt spridda över olika säsonger, och de följer inte nödvändigtvis samma konjunkturcykler.

Arbete för nöjes skull

I AMS kartläggning av Upplevelseindustrin som gjordes 2001; *Arbete för nöjes skull – var finns jobben inom upplevelsenäringen?* (Ura 2001:03) använder man en annorlunda definition av vilka branscher som ingår i industrin jämfört med KK-stiftelsens definition.

Kultur och nöjen inkluderar bl.a. musik, konst, skönlitteratur, teater, nöjesfält och även folkbildningsverksamhet – dock inte reguljär utbildning och kompetensutveckling. Film, dataspel eller massmedier räknas inte heller med, med motivet att dessa områden behandlats i en annan rapport från AMS inom samma utredningsprojekt. *Turism* inkluderar också alla slags resor utom den reguljära flyg-, tåg- och busstrafiken. Av praktiska skäl ingår all turistverksamhet, alltså även sådan som inte kan hänföras till upplevelsenäringen. Till *Sport, äventyr och spel* hör även arenaidrott, spel och dobbel. *Välbefinnande och personlig omvårdnad* är det kroppsliga och själsliga välbefinnandet: motions- och träningsaktiviteter, förebyggande hälsovård, skönhetsvård med mera.

Definitionen innefattar också tillverkning av bland annat båtar, cyklar, motorcyklar, husvagnar och fiskeredskap, samt tillverkning och försäljning av utsmyckning med mera.

Inom denna väldigt breda inramning definierar AMS våren 2001 upplevelsenäringen som den snabbast växande på arbetsmarknaden. Mellan 1993 och 2000 ökade den med 80 000 arbetstillfällen i Sverige. Omräknat till procent

15. Det ska tilläggas att sedan 2002 har även kvalificerad yrkesutbildning (KY) funnits som en reguljär eftergymnasial utbildningsform.

ökade den med 40 procent jämfört med 12 procents ökning av den totala sysselsättningen. AMS bedömning 2001 var att många av upplevelseindustrins branscher kommer att fortsätta att öka framöver.

Som AMS ser det riskerar inte upplevelsenäringen att hämmas i sin tillväxt genom en brist på kvalificerad arbetskraft.

”Eftersom näringen i hög grad vänder sig till personer med högst gymnasial utbildning finns det god tillgång på arbetskraft som i framtiden kan sysselsättas inom näringen.”

Enligt AMS bedömningar är det alltså inte främst högskoleutbildning som kan förväntas fylla upplevelseindustrins kompetensbehov. Men man flaggar ändå för vissa tendenser till kompetenshöjning, som har att göra med behov av större marknadsinriktning och ett behov av ekonomisk kunskap. Många företag är små och har dålig lönsamhet.

Etableringen på arbetsmarknaden

I en rapport från Högskoleverket och SCB 2003¹⁶ konstaterades att konstnärligt utbildade är den samlade utbildningsgrupp som i lägst utsträckning är etablerade på arbetsmarknaden. En spontan reaktion på en sådan uppgift är att det kanske utbildas för många konstnärer, och att kanske konstnärers arbetsmarknad är mycket begränsad. Låt oss nyansera en aning.

Den rubricerade studien preciserar inte inom vilket yrke man är etablerad. Den summerar några problemindikatorer: främst låg arbetsinkomst och förekomst av arbetslöshet. Detta är i sig ingenting som talar emot att personerna kan vara yrkesverksamma som konstnärer. En konstnärs yrkesliv består sällan av en daglig verksamhet som utövare. I själva verket karakteriseras det i hög grad av tillfälliga uppdrag. Även konstnärer som är ofta anlitade kan periodvis stå utan arbetsinkomst eller vara arbetssökande för att de har behov av kompletterande inkomster. Denna osäkra arbetsmarknadsställning är vanlig i konstnärens situation.¹⁷

Även i en allmän konjunkturuppgång är det rimligt att anta att konstnärerna tillhör dem som i lägst utsträckning är etablerade på arbetsmarknaden. Men en generellt blomstrande upplevelserelaterad arbetsmarknad borde rimligen kunna innebära en förbättring av etableringsgraden också för konstnärligt utbildade. Och omvänt, då de senaste åren inneburit en viss nedgång finns anledning av förvänta en försämrade etableringsgrad.

Växa i rocken

Statliga Ungdomsstyrelsen fick inför år 2002 regeringens uppdrag att utreda förutsättningarna för reproduktion inom upplevelseindustrin. Uppdraget re-

16. *Etableringen på arbetsmarknaden, examinerade 1999/2000 och 2000/2001*, Högskoleverkets rapportserie 2004:24 R.

17. Uppgifter från Arbetsförmedlingen Kultur, östra regionen.

dovisades i rapporten *Växa i rocken – ungdomar, musik och upplevelseindustrin*¹⁸. Den centrala slutsatsen var att den huvudsakliga grogrunden för denna industri är föreningslivet och unga människors möjligheter att hitta vägar för att utveckla sina intressen och kreativa färdigheter. Man kan uttrycka det som att en stor del av kompetensen inom det som så småningom utvecklats till att tillhöra upplevelseindustrin kommer ”från gatan”. På samma gång har det på senare år bildats ett antal högskoleutbildningar med mer eller mindre direkt anknytning till denna industri. I utredningen konstateras att dessa utbildningar skulle kunna fungera som alternativa vägar för dem som vill arbeta inom upplevelseindustrin men som inte ingår i något gynnsamt nätverk, eller som står utanför föreningslivstraditionen. Bland förslagen till regeringen nämns att det finns anledning att vidare undersöka behovet av högre utbildning inom upplevelseindustrins olika sektorer.

18. Ungdomsstyrelsens utredningar 25.

Design

Design är enligt Nationalencyklopedin synonymt med formgivning, dvs. gestaltning av hantverkligt eller industriellt framställda produkter eller miljöer. För att precisera den definitionen och passa in den i sammanhanget för den här rapporten handlar design om att medvetet och innovativt gestalta processer, miljöer, varor och tjänster.

Det går tydligt att definitionsmässigt skilja mellan konst och design. Konst är enbart för sinnenas upplevelse. Design är främst form för användbarhet och funktionalitet, i *kombination* med form för sinnenas upplevelse.

Högskoleverket gjorde för några år sedan på regeringens uppdrag en översyn över de längre designutbildningarna.¹⁹ Verkets kvalitetsutvärdering av designutbildningar sker under 2006. Detta avsnitt ska ses som ett komplement till Högskoleverkets övriga bevakning av designutbildning, med fokus på de nya utbildningarna med designinslag och deras eventuella svar på arbetsmarknadens behov.

Arbetsmarknaden för designer

Det finns starka drivkrafter i samhället som bidrar till att skapa nya konsumtionsmönster. Till dessa hör informationstekniken och en hög ”teknikmognad” i det här landet. Det gör att konsumenterna, som behärskar en varas grundläggande funktion och därför tar den för given, efterfrågar mervärden som utseenden och upplevelser.²⁰ Design är ett delområde i sig inom upplevelseindustrin, men området är också den del som har mest betydelse också för andra delar. Vikten av en tilltalande förpackning eller form på själva produkterna är kanske det mest gemensamma för upplevelseindustrin som helhet.

Design är definitivt av högsta relevans för industri och näringsliv. Förmågan att tidigt förstå och skapa lösningar för kunders föränderliga behov har blivit en kritisk överlevnadsfråga för de allra flesta företag. Designen kan bli den avgörande faktorn, som en förutsättning för konkurrenskraft. Även om det är svårt att uttala sig om den direkta ekonomiska betydelsen av design, så finns det flera rapporter som pekar ut design som en tillväxt- och framgångsfaktor.²¹ En svensk undersökning presenterad våren 2004, *Svenska företag om design – attityder, lönsamhet och designmognad*, har genomförts på uppdrag av svensk industridesign (SVID) och Teknikföretagen. Det är en

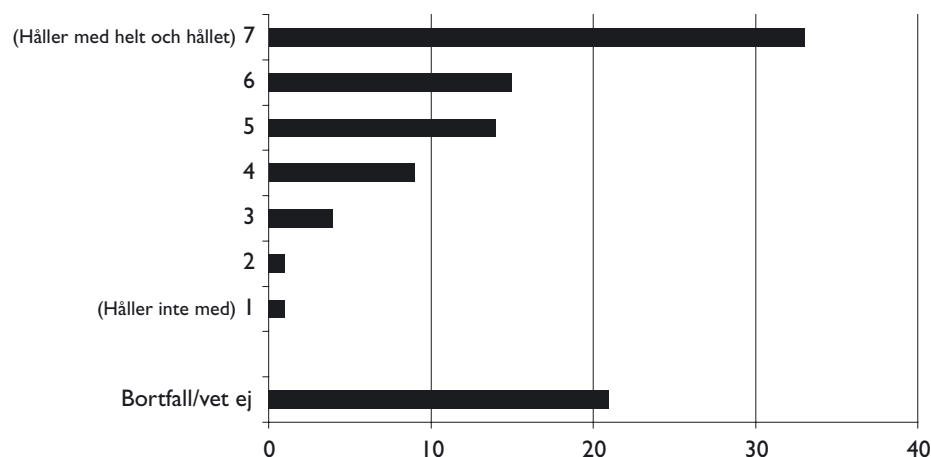
19. *Designutbildningar i Sverige*. Högskoleverkets rapportserie 2000:11 R.

20. ITPS, A2005:003, *Design för innovation och tillväxt – en framtida konkurrensmöjlighet?*

21. Se t.ex.: NZ Institute of Economic Research (INC.), 2003, *Building a case for added value through design*. Report to Industry New Zealand; Erhvervs- og Boligstyrelsen, 2003 *Designens ekonomiska effekter*, Köpenhamn; British Design Council, 2004, *The Impact of Design on Stock Market Performance – An analysis of UK Quoted Companies 1994–2003*.

undersökning om vad företag i Sverige verkligen tycker – mot bakgrunden att den ökande betydelsen av design dittills mest belagts med anekdotiska bevis. I undersökningen intervjuades 1308 designansvariga på företag i Sverige med mer än 20 anställda. Från undersökningen undantogs företag som uttryckligen har design som huvudfunktion. Målsättningen var i stället att fokusera på företag med verksamheter där design kan ses som ett möjligt hjälpmedel och en av flera komponenter. Resultaten i undersökningen pekar på att kraven på design har ökat de senaste åren – enligt 72 procent av de tillfrågade företagen. Samtidigt ligger svensk design långt framme. De flesta av de tillfrågade anser att de designer som redan finns i landet räcker till för att tillgodose behoven de närmast följande åren (med reservation för att frågan i undersökningen snarare är kvalitativt än kvantitativt inriktad; se diagramrubriken nedan). Som komplement ska nämnas att antalet anställda som arbetar med design under de senaste åren har ökat för 30 procent av de svarande företagen, varit konstant för 54 procent och minskat för 11 procent.

”Det finns tillräckligt duktiga designers i Sverige för att tillgodose näringslivets behov de närmast följande åren.” Andel svarande.



Källa: QNB Analys & Kommunikation AB

Att design lönar sig är de flesta av de tillfrågade företagen övertygade om, men svaren påverkas av vilken bransch som företagen tillhör. Vissa företag anser dessutom att design är en kritisk konkurrensfaktor, medan andra inte håller med om det. Bland de branscher som i största utsträckning tycker att design är en konkurrensfaktor märks möbelindustrin, hotell- och restauranger samt detaljhandeln.

Politiska initiativ

Våren 2004 presenterades *Innovativa Sverige – En strategi för tillväxt genom förnyelse*²², som var en samverkan mellan Näringsdepartementet och Utbildningsdepartementet. I fokus är frågor inom utbildnings-, forsknings- och nä-

22. DS 2004:36, Stockholm.

ringspolitiken. I den svenska innovationsstrategin ses design som en del av innovationsprocessen:

”Innovation innebär att kunskap omvandlas till nya produkter, som kan vara både varor och tjänster eller kombinationer av dessa. Innovationer kan också vara nya sätt att designa, producera och marknadsföra befintliga produkter.”

År 2005 har av regeringen utropats till *designår*, med syftet att i hela Sverige ytterligare öka och fördjupa kunskapen om form och design i ett samhällsperspektiv. I ett regeringsbeslut från den 18 mars 2004 beskrivs att syftet med designåret är att så många som möjligt ska utveckla sin användning av, sitt intresse för och sin kunskap om design. Dessutom är avsikten att fördjupa förståelsen för vilka målsättningar och värderingar som styr designprocesser i närings- och samhällsliv.

Enligt de politiska dokumenten ska de erfarenheter som uppnås inför och under designåret bidra till att ytterligare stärka designens ställning, även efter 2005. Som önskvärt beskrivs också att de bidrar till att markera områdets starka potential i samhällsutvecklingen, också i ett internationellt sammanhang. Anna Rygård, projektledare för designåret 2005, hävdar att årets viktigaste mål är att det blir fler som är bra på att använda design. Däremot är det inte meningen att det ska bli så många fler designer, formgivare eller arkitekter, eftersom det finns en bra bas av den kompetensen i Sverige.

Cirka 150 myndigheter, stiftelser och bolag har fått regeringens uppdrag att medverka i designåret 2005 och genomföra designrelaterade verksamheter.

Designutbildning

På konsthögskolorna ges sedan länge ett antal utbildningar inom design- och industridesignområdet. Söktrycket är traditionellt högt till dessa utbildningar. På Designhögskolan vid Umeå universitet ges kandidat- och magisterutbildningar i industridesign. Antalet antagna per år är mellan 10 och 20 personer på båda nivåerna²³. *Industridesignprogrammet* (200 poäng) vid Lunds tekniska Högskola antar cirka 15 nya studenter årligen. På Högskolan för design och konsthantverk (HDK) vid Göteborgs universitet finns cirka 200 helårsplatser och ett fyrtiotal nyantagna per år i *grafisk design*, *industridesign*, *inredningsarkitektur* och *produktdesign*. Konstfack i Stockholm har också nära 200 årsstudieplatser och runt 40 nyantagna per år till designutbildningarna i *grafisk design och illustration*, *industridesign*, samt *inredningsarkitektur och möbeldesign*. På Beckmans ges utbildningen *form* (120 poäng), med målet, enligt högskolans kursinformation, att ge studenten en bred och yrkesorienterad kunskapsbas med tonvikt på industriella produkter och rumsgestaltning. Utbildningen tar in drygt 10 studenter årligen.

Ytterligare ett antal högskolor har rena designutbildningar, vanligen med cirka 20 nybörjarplatser årligen per utbildning. Dessa är *textildesign och mo-*

23. Antalet nyantagna för högskolorna beror på hur många som går ut årligen, och varierar därför något.

dedesign vid Högskolan i Borås, *designprogrammet* vid Högskolan i Kalmar, *designprogrammet* vid Växjö universitet och *design och hantverk* (utbildningar i möbeldesign) vid Linköpings universitet.

Utbildningar för nya behov?

Förutom de ovan nämnda utbildningarna, som är väl etablerade på utbildningskartan, ingår sedan några år design i kombination med andra ämnen i ett stort antal utbildningsprogram. Det är dessa kombinationsutbildningar som vi fördjupar oss inom i det fortsatta. Detta eftersom, för att upprepa vad som redan sagts, det inte finns några arbetsmarknadsmekanismer i termer av utbud och efterfrågan som påverkar förekomsten av de mer traditionellt konstnärliga utbildningarna. De eventuella nya behoven återfinns i de nyare utbildningarna, där de konstnärliga inslagen kompletterats med en tydlig yrkesinriktning.

Ungdomars intresse att söka sig till utbildningar på form- och designområdet har ökat markant. Samtidigt har det funnits signaler om ökad efterfrågan på kompetens inom designområdet. För att möta denna efterfrågan från både studenter och företag har allt fler utbildningsinstitutioner utvecklat utbildningar där design och formgivning ingår.

Kanske ses designens frammarsch tydligast i mångfalden av ingenjörsutbildningar med denna inriktning. Det gäller både de kortare högskoleingenjör- och de längre civilingenjörsutbildningarna.

Programmet *design och produktutveckling* (designingenjör, 120 poäng) på Chalmers är ett exempel på en utbildning som, enligt beskrivningen på programmets webbplats, kombinerar ett design- och ingenjörsfokus genom att integrera ingenjörsmännen och designämnena. Det innebär att programmet innehåller färg och form, skissteknik, kroki och produktmodellering, vid sidan av klassiska ingenjörsmännen som hållfasthetslära, materialteknik och matematik.

Ett annat exempel är civilingenjörsprogrammet i *interaktion och design* (180 poäng) vid Umeå universitet. Följande citat är hämtat från programmets webbplats.

”Nya tjänster och ny teknik måste anpassas till användaren för att kunna utnyttjas på ett bra sätt. På denna utbildning får du lära dig den avancerade teknik som behövs, men inte bara tekniken. Du studerar även användaren och det viktiga samspelet mellan användaren och tekniken. (...) För att interaktionen skall bli effektiv måste gränssnitten mellan deltagarna utformas på ett bra sätt, därför kommer du också att studera design.”

Beträffande möjligheterna efter utbildningen formuleras en ganska oprecis och vag antydning om vilken slags yrke utbildningen leder till. Varianter på följande formulering är ganska vanliga:

”Kunskaper om teknik i kombination med kunskaper om interaktion mellan människa och teknik kommer att efterfrågas i många branscher, både i små

och stora tillverknings-, medie- och IT-företag. Utbildningen innehåller dessutom moment där du lär dig entreprenörskap, dvs. hur du själv kan ta en idé fram till en produkt.”

Lunds universitet beskriver sin *industridesignutbildning* (200 poäng) med bland annat följande text:

”Industridesignutbildningen i Lund utgår från de många människornas villkor och livsmönster och beaktar nyttan genom det som gör produkten användbar och lusten genom det som gör produkten åtråvärd.” (...) ”Att arbeta professionellt som industridesigner kan bland annat innebära: att visualisera visioner, strategier och produkter; att arbeta med varor, tjänster och miljöer; att inspirera, provocera och koordinera projektarbete, att sätta brukarnyttan i fokus med helhetsbilden som drivkraft; att se och arbeta i utvecklingsprocessen från början till slut.”

Ibland används formuleringar och antydningar om ”ett växande behov”, och ”... blir allt viktigare...” eller ”... en bred framtida arbetsmarknad”. Ett exempel är det nya programmet *Interaktion och design* på Blekinge tekniska högskola som

”...riktas till dig som vill lära dig mer om hur teknik, människa och information kan samverka. Utbildningen syftar till att ge kunskaper och färdigheter för en yrkesroll som blir allt viktigare, som till exempel interaktionsdesigner. Det handlar om att utforma och utveckla ny teknik så att den blir enklare att hantera och bättre anpassad till de aktiviteter där den är tänkt att användas.”

Ibland utlovas mer än man rimligen kan veta om arbetsmarknaden efter utbildningen, som fallet är för Mittuniversitetets *industridesign* (120 poäng):

”Eftersom design hela tiden får en ökad betydelse vid produktutformning så blir dina kunskaper efterfrågade på arbetsmarknaden.”

Chalmers tekniska högskola lovar om inte guld och gröna skogar så åtminstone närapå (*teknisk design* 180–120 poäng):

”Efterfrågan på civilingenjörer med bred kompetens inom design och designrelaterade ämnesområden och med gedigna kunskaper om produktutvecklingsarbetets organisation och arbetsmetoder kommer att bli mycket stor. Du kommer att kunna välja mellan en rad olika spännande arbeten inom olika branscher, i Sverige och utomlands.”

Platser och söktryck

I tabellen listas utbildningsprogram med antagning höstterminen 2004 och 2005. Utbildningar som har tonvikt på något annat konstnärligt område än design ingår inte i denna lista. Det ska poängteras att det rör sig om en till viss del godtycklig gränsdragning mellan vilka utbildningar som ingår bland designutbildningar respektive bland utbildningarna som redovisas i senare av-

snitt. Ett tydligt exempel på denna svåra gränsdragning är om en utbildning som "Mediedesign" hör till medie- eller designområdet.

Det ska också poängteras att denna typ av utbildningar är trendberoende, och för varje nytt läsår skapas en del nya program. I tabellen finns med ett antal utbildningar som är nystartade höstterminen 2005.

Utbildningar med inriktning mot design, antagning HT 2004 och HT05, antal platser och sökande

Utbildning	Lärosäte	Termin	Antal platser	Sökande i första hand	Sökande totalt	Sökande i första hand per plats
Interaktion o design	Blekinge tekniska högskola	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	40	13	118	0,3
Designingenjör	Chalmers	HT 04	30	93	554	3,1
		HT 05	30	107	580	3,6
Design/konstruktion	Högskolan på Gotland	HT04	30	93	434	3,1
		HT 05	30	88	417	2,9
Design o träteknik	Högskolan i Gävle	HT 04	24	40	136	1,7
		HT 05	24	42	151	1,8
Multimediasdesign	Högskolan i Halmstad	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	30	21	106	0,7
Konstruktion/design	Högskolan i Halmstad	HT 04	30	20	133	0,7
		HT 05	30	8	126	0,3
Design mobila tjänster	Högskolan i Halmstad	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	30	14	106	0,5
H-examen ljusdesign	Högskolan i Jönköping	HT 04	35	102	293	2,9
		HT 05	35	110	224	3,1
Innov/designingenjör	Karlstads universitet	HT 04	55	27	152	0,5
		HT 05	35	17	124	0,5
Civiling, design/pro	KTH	HT 04	90	252	1213	2,8
		HT 05	90	256	1254	2,8
Ing, innov/design	KTH	HT 04	50	65	359	1,3
		HT 05	50	70	348	1,4
Civiling, materialdesign	KTH	HT 04	30	36	418	1,2
		HT 04	30	30	525	1,0
Innovation prod.design	Högskolan i Kalmar	HT 04	20	34	72	1,7
		HT 05	20	21	55	1,1
Interaktionsdesign	Högskolan i Kalmar	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	20	31	127	1,6
Civiling, elektronikdes.	Linköpings universitet	HT 04	30	34	196	1,1
		HT 05	30	33	182	1,1
Ing, byggdesign	Malmö högskola	HT 04	30	37	227	1,2
		HT 05	30	29	173	1,0
Ing, prod.utv./design	Malmö högskola	HT 04	30	41	288	1,4
		HT 05	30	33	237	1,1
Interaktionsdesign	Malmö högskola	HT 04	45	113	355	2,5
		HT 05	45	106	389	2,4
Materiell/virtuell design	Malmö högskola	HT 04	20	58	150	2,9
		HT 05	20	46	125	2,3
Grafisk design/komm.	Mittuniversitetet	HT 04	20	185	641	9,3
		HT 05	20	169	630	8,5
Kandidat industri-design	Mittuniversitetet	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	15	43	89	2,9
Info.des, textdesign	Mälardalens högskola	HT 04	40	91	269	2,3
		HT 05	40	66	181	1,7
Designingenjör	Högskolan i Skövde	HT 04	30	27	153	0,9
		HT 05	30	15	113	0,5
Ek, teknik, design	Södertörns högskola	HT 04	70	186	748	2,7
		HT 05	70	200	880	2,9
Designingenjör	Högskolan Trollhättan/ Uddevalla	HT 04	25	19	144	0,8
		HT 05	25	9	106	0,4
Civiling, interakt/design	Umeå universitet	HT 04	40	39	227	1,0
		HT 05	40	45	226	1,1
Designutb inr glas	Växjö universitet	HT 04	15	36	115	2,4
		HT 05	15	37	107	2,5
Ingenjör, prod./design	Växjö universitet	HT 04	45	15	156	0,3
		HT 05	30	20	136	0,7
Situation HT 2004			834	1643		2,0
Situation HT 2005			934	1680		1,8

Källa: VHS

I denna samling av utbildningar som kombinerar design med ett annat ämnesinnehåll har inte skett någon ökning av antalet sökande i förhållande till antalet erbjudna platser. Det är i stället precis tvärtom. Totalt sett har antalet platser ökat något, medan antalet sökande per plats har minskat. Denna generella tendens är tydlig även om variationerna är stora mellan utbildningarna. Vissa utbildningar har ett ökat antal sökande per plats – en del dock genom att antalet platser minskats.

Tillgång och behov av högskoleutbildade inom design

Inom industrin är design ett område som tillmätts stor betydelse²⁴. Det finns också ett stort antal designutbildningar och utbildningar som kombinerar design med annat ämnesinnehåll, och intresset har varit stort. Det tycks dock som om, i ett kort perspektiv, pendeln slagit tillbaka något för designområdet både vad gäller näringslivets behov och studenternas efterfrågan. Är det frågan om en tillfällig nedgång i söktrycket till dessa populära utbildningar, eller har dimensioneringen börjat övergå studenternas efterfrågan? Det är inte omöjligt att arbetsmarknadssituationen påverkar utbildningsvalen i högre grad än tidigare. Det senaste året har akademikerarbetslösheten uppmärksamrats mycket i media.

Det finns all anledning att göra en väl avvägd bedömning inför beslut om ytterligare utbildningsprogram inom designområdet. Design är viktigt, enligt bedömare i näringslivet, samtidigt som ”designmognaden” och tillgången på designutbildade är hög.

Det råder definitivt inte någon brist på designutbildade i Sverige. Ulrika Rahe, professor i industridesign vid Chalmers tekniska högskola, uttrycker det enligt följande.

”Det finns till och med för många utbildningar. (...) Risken är stor att vi utbildar designers som det inte finns arbete för.”²⁵

Hon nämner som exempel på kompetens som däremot just nu är högt eftertraktad på arbetsmarknaden utbildningar där designämnet är integrerat i en civilingenjörsutbildning.

24. Se bl.a. *Designutbildningar i Sverige*. Högskoleverket 2000.

25. Citatet är från *Universitetsläraren*, nr 8, 2005.

Media och kommunikation

Arbetsmarknaden för medieutbildade

Det råder knappast något tvivel om att media tar ett allt större utrymme i vårt samhälle. Det finns däremot ingen självklar koppling till de kvantitativa utbildningsbehoven. År 2000 gjorde AMS²⁶ bedömningen att medie- och reklambranschen skulle få ett rekryteringsbehov om 80 000 tjänster fram till 2010. I den bedömningen låg också att kraven kommer att ställas allt högre, och att det blir nödvändigt att behärska hela produktionskedjan och ibland flera typer av media. Det ska poängteras att dessa bedömningar gjordes på grundval av intervjuer med arbetsgivare året efter 1999, som var något av ett rekordår för medie- och reklambranschen. Under 1999 tillkom 11 000 nya arbetstillfällen – en uppgång med nästan 10 procent som utgjorde kulmen på en ökning i branschen sedan 1992. Antalet medieinriktade högskoleutbildningar var hög redan då, och dessa uppgifter från AMS fick knappast expansionen att minska. Sedan drabbade lågkonjunkturen mediebranschen hårt och många tvingades dra ner på antalet anställda.²⁷

Konkurrensen om arbetstillfällena för medieutbildade är mycket hård. Det stora årliga tillskottet av utbildade innebär att ingen ljusning på arbetsmarknaden kommer att ske inom överskådlig tid. Denna slutsats gör SCB i *Arbetskraftsbarometern '04*, där det också nämns att de vanligaste yrkena för medieutbildade är försäljare inom detaljhandel, vård- och omsorgspersonal, samt köks- och restaurangbiträden.

Det har dock skett en utveckling inom medieutbildningar mot nya typer av kompetensbehov. I undersökningen som AMS gjorde år 2000 uttryckte branschföreträdare att det fanns en alltför stor mängd medieutbildningar som var otillräckliga för de nya behov som uppstår. Det uttrycktes en brist på utbildningar riktade mot tv, internet och film, liksom inom medieteknik. Det är i den riktningen som nya utbildningar har utvecklats sedan dess.

AMS konstaterar också att arbetskraftsbehoven inom media inte bara gäller medieutbildade. I anslutning till en expansion inom digitala medier sker exempelvis en snabb utveckling inom logistik, i bemärkelsen effektiv informations-spridning, och e-handel. Det här är behov som kanske främst blir märkbara inom det tekniska respektive det ekonomiska utbildningsområdet.

26. *Medie- och reklambranschen – E-handel och logistik i Sverige – Var finns de framtida jobben?* Ura 2000:9.

27. Se exempelvis AMS: *Var finns jobben år 2005?* Ura 2005:1.

Medieutbildningar

På Dramatiska institutet finns flera etablerade utbildningar inom media, med ett mycket begränsat antal antagna per år. Utbildningarna inom etermedia är *radioproduktion* respektive *tv-producent* (80 poäng). Utbildningarna inom film, alla på 120 poäng, är *filmfoto*, *filmklippning*, *filmljud*, *filmmanus*, *filmproduktion* respektive *filmregi*. Vid Göteborgs universitet finns Högskolan för foto och film som med *filmregiprogrammet* (120 poäng) och *fotografprogrammet* antar 7 respektive 15 studenter årligen.

Utöver dessa finns en stor mängd nya utbildningar med inriktning mot någon form av media. Detta är ett område som attraherar en stor mängd sökande studenter till högskolan. Ofta hänvisar högskolorna till modern teknik och medieutvecklingen i samhället, och antyder ökade behov av högskoleutbildade inom området.

Bildjournalistprogrammet, som ges på Mittuniversitetet sedan 2002, är ett exempel på en nystartad utbildning inom området media och kommunikation där det finns ett tydligt definierat behov. Det mesta tyder emellertid på att detta exempel utgör ett undantag. Bildjournalistikprogrammet är landets enda utbildning i bildjournalistik på akademisk nivå. Högskoleverket gjorde år 2000²⁸ bedömningen att behovet av en sådan utbildning var stort, bland annat sedan ett tiotal större tidningar i en gemensam skrivelse efterlyst en högskoleutbildning i bildjournalistik. Programmet vid Mittuniversitet bygger på journalistik, fotografi, rörlig bild och grafisk design. Bildjournalisten ska kunna berätta, förmedla och gestalta journalistik i bildens form, men också kunna hantera det skrivna ordet och dess formgivning. Utbildningen har också yrkesförberedande moment, och praktikperioder inom medieföretag.

Luleå tekniska universitet ger en ”riksunik” utbildning som benämns *Arena media, musik och teknik* (120–180 poäng). Från programmets webbplats:

”...en utbildning som är idealisk för dig som gillar något eller några av områdena ny teknik, musik, ljudteknik, media och produktutveckling. Som student på arenan får du unika möjligheter att bygga din egen utbildning.”

”Du får breda kunskaper och en helhetssyn som passar både etablerade yrken och de nya yrkena i kunskapssamhället.”

Man preciserar inte något målområde på arbetsmarknaden. ”Utbildningen ger dig möjlighet att bli attraktiv för jobb inom många typer av teknikområden och inom musik- och medieområdet.” Man hävdar alltså inte att de utbildade *blir* attraktiva på arbetsmarknaden, utan att de *får möjlighet* att bli det. Det är en viktig skillnad som också är gemensam för de flesta av utbildningarna nämnda i den här rapporten.

Ett exempel på en vanlig ny utbildning som inriktar sig på den aktuella tekniska utvecklingen inom media är programmet *digital medieproduktion* (120

28. Se rapporten *Journalistutbildningarna i högskolan*, Högskoleverkets rapportserie 2000:3 R.

poäng) på universitetet i Umeå. Utbildningen startade hösten 2005 och fick 3,6 sökande per plats den första terminen.

Platser och söktryck

I tabellen nedan listas medieinriktade utbildningsprogram inom skapande verksamheter hösten 2004 respektive 2005. Utbildningar för traditionella, textbaserade medier, mot exempelvis informatörsyrket eller journalistisk verksamhet, ingår inte i denna lista.

Utbildningar med inriktning mot medier, HT 2004 och HT05, antal platser och sökande

Utbildning	Lärosäte	Termin	Antal platser	Sökande i första hand	Sökande totalt	Sökande i första hand per plats
Medieteknik interakt. system	Blekinge tekniska högskola	HT 04	65	67	222	1,0
		HT 05	60	59	190	1,0
Medieproducent rörlig bild	Högskolan Dalarna	HT 04	20	83	308	4,2
		HT 05	20	85	306	4,2
Medieproducent ljud	Högskolan Dalarna	HT 04	20	51	198	2,6
		HT 05	20	92	238	4,6
Mediekommunikation	Högskolan Dalarna	HT 04	60	39	317	0,7
		HT 05	40	28	201	0,7
Kultur/komm, medier	Högskolan i Gävle	HT 04	30	46	357	1,5
		HT 05	35	42	208	1,2
Medie/kommunikation	Högskolan i Halmstad	HT 04	30	95	739	3,2
		HT 05	30	85	662	2,8
Ingenjör data/medie	Högsk. i Jönköping	HT 04	30	16	96	0,5
		HT 05	30	11	86	0,4
Mediaprod.	Högsk. i Jönköping	HT 04	30	70	590	2,3
		HT 05	30	68	549	2,3
Multimedia	Universitetet i Karlstad	HT 04	45	28	194	0,6
		HT 05	30	35	254	1,2
Media management	Högskolan i Kalmar	HT 04	30	83	536	2,8
		HT 05	30	78	464	2,6
Mediastud. teo/produktion	Högskolan Skövde	HT 04	40	55	237	1,4
		HT 05	40	26	132	0,7
Civilingenjör medieteknik	KTH	HT 04	60	128	507	2,1
		HT 05	60	117	570	2,0
Högskoleingenjör medieteknik	KTH	HT 04	35	39	233	1,1
		HT 05	35	39	235	1,1
Civilingenjör medieteknik	Linköpings universitet	HT 04	90	100	349	1,1
		HT 05	90	99	340	1,1
Ingenjör, medie/komm.	Linköpings universitet	HT 04	30	30	168	1,0
		HT 05	30	30	140	1,0
Civilingenjör medieteknik	Luleå tekniska universitet	HT 04	30	11	85	0,4
		HT 05	20	14	106	0,7

Fortsättning från föregående sida

Utbildning	Lärosäte	Termin	Antal platser	Sökande i första hand	Sökande totalt	Sökande i första hand per plats
Radioproduktion	Luleå tekn. universitet	HT 04	20	53	153	2,7
		HT 05	20	60	168	3,0
Mediedesign	Luleå tekn. universitet	HT 04	20	59	248	3,0
		HT 05	20	75	195	3,8
Medie- o komm., produktion	Luleå tekn. universitet	HT 04	20	26	190	1,3
		HT 05	20	20	142	1,0
Mediautb./upplevelse- produktion	Luleå tekn. universitet	HT 04	20	56	140	2,8
		HT 05	20	58	161	2,9
Medie-/kommunikation	Malmö högskola	HT 04	45	113	739	2,5
		HT 05	45	98	656	2,2
Produktionsledare media	Malmö högskola	HT 04	30	134	651	4,5
		HT 05	45	111	582	2,5
Medieteknik	Mittuniversitetet	HT 04	30	10	89	0,3
		HT 05	30	13	91	0,4
Bildjournalistik	Mittuniversitetet	HT 04	30	151	376	5,0
		HT 05	30	145	363	4,8
IT, medier och design	Södertörns högskola	HT 04	50	113	616	2,3
		HT 05	50	126	602	2,5
Filmproduktion	Trollhättan/Uddev.	HT 04	30	114	269	3,8
		HT 05	30	97	265	3,2
Digital medie- produktion	Umeå universitet	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	30	108	308	3,6
Ingenjör, medieteknik	Umeå universitet	HT 04	30	20	71	0,7
		HT 05	30	8	57	0,3
Medieproducent	Umeå universitet	HT 04	30	51	179	1,7
		HT 05	30	32	140	1,1
Digital mediedesign	Örebro universitet	HT 04	48	195	731	4,1
		HT 05	24	91	402	3,8
Mediedesign	Örebro universitet	HT 04	24	68	258	2,8
		HT 05	30	43	202	1,4
Situation HT 2004			1072	2104		2,0
Situation HT 2005			1054	1993		1,9

Källa: VHS

Tillgång och behov av högskoleutbildade inom medieområdet

Medieutbildningar är välsökta, och medieområdet brukar tillhöra de största i undersökningar om unga människors önskade yrkesområden.

Detta stora intresse återspeglas i tabellen ovan, men totalt sett syns just nu ett stillastående söktryck. Den totala förändringen för dessa utbildningar är till och med en viss minskning av antalet sökande i förhållande till antalet platser.

Medier hör till de områden som präglas av snabb teknikutveckling, och där det också utvecklas många utbildningsprogram med olika kombinationer och

olika inriktningar. Att finna de nya behoven är medieutbildningarnas stora utmaning. Branschföreträdare hävdar att det finns en alltför stor mängd medieutbildningar som är otillräckliga för de behov som uppstår. AMS konstaterar också att arbetskraftsbehoven inom medier inte bara gäller medieutbildade. Och kanske är det inte medieinriktade utbildningar som kommer att leda till de jobb som följer med utvecklingen inom mediebranscherna. Expansionen inom digitala medier innebär exempelvis behov som kanske främst blir märkbara inom det tekniska respektive det ekonomiska utbildningsområdet. En större procentuell andel av sådana utbildningar med inriktning mot mediebranscherna kan vara en tyngdpunktsförskjutning som är till gagn både för studenterna och för näringslivet.

Musik och scenkonst

Arbetsmarknaden inom musikområdet

Arbetsmarknaden inom musikområdet är tydligt indelat i två delar. Det etablerade behovet av musiker inom vad som brukar benämnas den seriösa musiken är den ena delen. Den andra är ett nyare behov, som gäller musik av ett annat slag. Det är huvudsakligen dessa sistnämnda, nya behov som kommer att diskuteras i det följande. Antagandet är att de nyare utbildningarna skapats som svar på detta behov.

Svensk musik, i synnerhet populärmusik, är en mycket framgångsrik exportvara. Enligt Export Music Sweden²⁹ har Sverige sedan slutet av 1990-talet haft den tredje största musikexporten i världen i förhållande till antalet invånare. Även om det är en ganska liten bransch sett till antalet anställda är musiken något av ett nav för upplevelseindustrin. Det beror mycket på att de allt större och allt färre multinationella bolagen, som tidigare i huvudsak var skivbolag, har integrerat olika medier i sina verksamhetsområden.³⁰ Samtidigt har teknikutvecklingen koncentrerat flera medier till datorn – en plattform för mediekonsumtion där musiken är lätt åtkomlig. Teknikutvecklingen har också minskat beroendet av storbolagen, vilket innebär att en stor del av verksamheten inom musikindustrin sker i liten skala – ofta i mycket små företag.

Populärmusikindustrin är tydligt globaliserad, med engelskan som det gemensamma språket och framför allt med internets betydelse för spridningen och konsumtionen av musik.

Musikutbildningar

Kungliga Musikhögskolan i Stockholm ger sex olika musikerprogram, sju musikerprogram med pedagogisk inriktning, tre olika program för kompositörer, samt dirigentprogram för orkester respektive kör. Samtliga leder till konstnärlig kandidatexamen i musik.

Det finns fem ytterligare musikhögskolor i landet som är universitetsanknutna. På musikhögskolan vid Göteborgs universitet finns musikerutbildningar med fyra olika inriktningar, samt en utbildning i komposition. På musikhögskolan i Malmö (Lunds universitet) ges åtta olika musikerutbildningar på grundnivå. Musikhögskolan i Piteå (Luleå tekniska universitet) erbjuder programmet *komposition*, som leder till musikerexamen, och ett par utbildningsprogram med inriktning mot studiomusiker respektive arrangemang och produktion. Hit hör också en ny utbildning i rock- och jazzmusik som är lo-

29. *The Export of the Swedish Music Industry 1999*, Export Music Sweden 1999.

30. Se *Växa i Rocken – ungdomar musik och upplevelseindustrin*, Ungdomsstyrelsen 2001.

kaliserad i Borlänge. Ingesundss musikhögskola (Karlstads universitet) har i första hand musiklärarprogram. Örebro universitets musikhögskola har ett program för jazz- och rockmusik och ett för kammarmusik.

Alla musikhögskolor har även musiklärarutbildningar och de flesta har program mot kyrkomusiker- eller organistexamen. Antalet platser är begränsade till samtliga dessa utbildningar, som alla tillämpar olika former av praktiska antagningsprov och lokal antagning.

Övriga musikutbildningar

Utöver musikhögskoleutbildningarna finns det ännu inte speciellt många utbildningar inom musikområdet som skulle kunna vara resultat av nya behov. År 1999 sammanfattade KK-stiftelsen följande situation för musikområdet:

”Ett exempel på område som är i stort behov av branschriktad utbildning och kompetensutveckling är musikområdet. Inom området finns många yrkesgrupper, allt ifrån musiker, producenter, ljus- och ljudtekniker, arrangörer, agenter, bandbokare, managers till alla som arbetar på skivbolagen med promotion, värvande av artister och marknadsföring för att nämna några exempel. Den enda högre branschspecifika utbildning som hittills funnits är musikerlinjen. De yrkesverksamma inom musikområdet har visserligen allt ifrån enbart grundskola till akademiska examina men bara en del av de senare har yrkeskoppling, det handlar till exempel om jurister, ekonomer och marknadsförare. Mycket av den yrkeskompetens och kunskap som finns i musikbranschen i dag har uppnåtts tack vare stort engagemang, ideellt arbete och praktikplatser. En utbildning på 120 poäng riktad mot musikbranschen har sedan hösten 2000 funnits vid Kalmar högskola, men det behövs fler och kompletterande insatser.”

Utbildningen på högskolan i Kalmar heter *Musikindustriprogrammet* (120 poäng). Utbildningens huvudämne är företagsekonomi – med inriktning mot organisation och ledarskap, marknadsföring eller ekonomistyrning. I programmens utbildningsprofil ingår studier av musikindustrin och musikkultur inom främst populärmusik. Dessutom ingår musikjuridik som en väsentlig del. Högskolan i Kalmar skriver följande om arbetsmarknaden efter utbildningen:

”Studierna vid musikindustriprogrammet kan göra dig lämplig för arbete som till exempel projektledare, artistbokare eller A & R (ansvarig för Artister & Repertoar) samt på sikt även lämplig för ledande befattningar som marknadschef, försäljningschef och liknande.”

Vid senaste antagningstillfället fanns 205 sökande till 35 platser, vilket innebär nära sex sökande per plats. Enligt uppgift har de hittills avgångna från programmet varit attraktiva för anställning. Det är en stark fördel att denna utbildning har utvecklats utifrån ett definierat branschbehov, som i huvud-

sak gäller kunskap om de branschspecifika ekonomiska och juridiska spelreglerna.

En snarlik utbildning finns nu också vid Luleå tekniska universitet, *företagsekonomi och musikindustrin* (120 poäng), en utbildning som uttryckligt är avsedd för upplevelsebranschen. Inför höstterminen 2004 var det 41 sökande till utbildningens 30 platser.

”Utbildningen förbereder studenterna för kvalificerade befattningar inom i första hand musikbranschen eller i den närliggande upplevelseindustrin. Arbetsuppgifterna kan hänföra sig till olika yrkesroller inom t ex marknadsföring, ledarskap, administration och ekonomistyrning. Du kommer att vara väl förberedd för att efter hand kunna arbeta i ledande befattningar som t ex marknadschef, försäljningschef, förlagschef, artistansvarig eller projektledare inom musik- eller upplevelsebranschen. Utbildningen kan även vara en lämplig förberedelse för unga, kreativa och framsynta människor som vill driva egen verksamhet inom detta område.”

Ett tredje utbildningsprogram inom området är *musikproducent* (80/120 p) vid Linköpings universitet. I programmets informationstext betonas betydelsen av kreativa färdigheter.

”Behovet av kreativa och utbildade musikproducenter inom ljud-/film studio, produktionsbolag och radio/tv är stort, både nationellt och internationellt. En högre utbildning underlättar en bredare utveckling inom musikproduktion och bidrar till att Sverige även i fortsättningen kan hävda sig väl i branschen. Som »spindeln i nätet« har musikproducenten kontakt med artister, studiomusiker, låtskrivare, ljudtekniker och andra i branschen. Det är också mycket viktigt att du är insatt i yrkets ekonomiska och juridiska aspekter. För att möta dessa krav kombinerar du i utbildningen dina konstnärliga och kreativa kvaliteter med de kunskaper som en musikproducent behöver. En tydlig tonvikt ligger därför på kurser i projektledning, gruppdynamik, kommunikation, företagsekonomi, marknadsföring, immaterialrätt och engelska. Din egen musikaliska kompetens kompletteras med kurser i musikvetenskap och musikteori.”

”Målet är att du ska utveckla kunskaper och färdigheter för att:

- som projektledare kunna hantera musik och ljudproduktioner av varierande storlek
- bygga och utveckla branschnära nätverk
- kunna värdera, marknadsföra och sälja produktioner
- upprätta kontrakt och avtal inom musikbranschen
- producera och skapa en helhet av ljudbilden från inspelningar av musik och ljud
- kunna beskriva och värdera skilda musikproduktioner
- kunna delta i arbetet runt den musikskapande processen inom olika genrer.”

Arbetsmarknaden inom scenkonst

Till samlingsbegreppet "Performing Arts" räknas institutionsteater, privatteater samt den fria scenkonsten som innefattar dans, sång, mim, pantomim, dockteater, cirkus och skådespeleri. Den fria scenkonsten har en stor utbredning och betydelse inom svenskt kulturliv. Det har visats i KK-stiftelsens förstudie *Blandade upplevelser* från 1999 att de som är minst intresserade av kultur är de äldre och de lågutbildade. Vidare har visats att det snarare är utbildningsnivån än åldern som påverkar kulturintresset. På den grunden finns det skäl att förmoda att kulturintresset kommer att växa ytterligare i Sverige, i takt med att en allt större del av befolkningen blir högutbildad.

Denna utbildningseffekt kan vara en viktig delförklaring till att scenkonsten är det område inom upplevelseindustrin som expanderat mest.

Teaterområdet kan delas in i talteater och musikteater. Riksteatern och nationalscenerna Kungliga Dramatiska teatern och Kungliga Operan finansieras av staten. Nationalscenernas huvudsyfte är att främja det nationella arvet. Deras uppdrag är att vara de i Sverige ledande institutionerna inom opera, balett och teater. Riksteatern är en ideell förening uppbyggd av lokala och regionala teaterföreningar, med syftet att berika den regionala och lokala teaterverksamheten i hela landet. Dessutom finns ett stort antal regionala och lokala teater-, musikteater- och dansinstitutioner.

De senaste decennierna fram till och med slutet av 1990-talet ökade teaterpubliken kraftigt. De senaste åren, enligt den mest aktuella statistiken från Kulturrådet, har besöken på teater- och dansinstitutionerna och de fria grupperna med statligt stöd³¹ inte förändrats nämnvärt totalt sett. Besöken på dansföreställningar har dock ökat, samtidigt som de fria teatergrupperna minskat något.

Besök 1997–2002, institutioner och fria grupper

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Nationella institutioner	751 300	953 100	857 334	909 717	834 342	918 252
Regionala/lokala inst.	1 728 300	1 753 500	1 702 448	1 790 192	1 804 939	1 756 639
Övriga institutioner	30 100	24 700	43 826	67 082	113 997	65 727
Fria teatergrupper	685 700	656 300	676 019	584 703	606 377	599 010
Fria dansgrupper	90 330	132 400	119 596	141 466	153 220	206 729
Totalt	3 285 730	3 520 100	3 399 233	3 493 160	3 512 875	3 546 357

Källa: Kulturrådet 2003

31. Varje år tar Kulturrådet fram statistik om teater och dans. Men statistiken beskriver inte all musikteater, teater och dans i Sverige. Enbart de institutioner och fria grupper som har fått statsbidrag under det aktuella året finns med.

Utbildningar inom teater, opera och dans

På utbildningar inom teater, opera och dans är antalet platser per år mycket begränsat. Det är i regel en stor mängd sökande per plats. Fyraåriga utbildningar (160 poäng) till skådespelare finns vid Teaterhögskolan i Stockholm (även mim-utbildning), Teaterhögskolan i Malmö (även dramatikerutbildning) samt vid Luleå tekniska universitet. *Skådespelarprogrammet* vid Göteborgs universitet är på 3,5 år. Mälardalens högskola har en utbildning på 80 poäng som omfattar dels en teater- och scenutbildning på halvfart, dels 40 poängs studier ur högskolans övriga utbud.

Dramatiska institutet har utbildningsprogram i *dramatik, dramaturgi och musikdramatik* (140 poäng) och *regi för teater* (160 poäng). På Dramatiska institutet ges också treåriga utbildningar i *scenografi, kostymteckning och maskering/perukmakeri, dockteater, teaterproduktion, ljud- och ljusdesign* samt *teaterteknik*. Till de två sistnämnda utbildningarna finns 12 respektive 8 platser, till de övriga endast 4 platser per utbildning.

Operahögskolan i Stockholm utbildar förutom operasångare (120+80 poäng) också operaregissörer och operarepetitörer. Också på Operahögskolan vid Göteborgs universitet ges en femårig utbildning till operasångare. På Göteborgs universitet finns också *musikalprogrammet* (120 poäng).

Övriga utbildningar inom scenkonst och performing arts är lätt räknade. Vid Malmö högskola ges en utbildning i *scen- och teaterteknologi* på 120 poäng. Cirkus Cirkörs cirkuskurser har utvecklats till en högskoleutbildning i *nycirkus* som ges på Danshögskolan. Denna utbildningsetablering är dock ensam i sitt slag och nycirkus är ännu en liten näring sett till antalet utövare.

Utbildningar inom musik och scenkonst, antagning HT 2004 respektive HT05, antal platser och sökande

Utbildning	Lärosäte	Termin	Antal platser	Sökande i första hand	Sökande totalt	Sökande i första hand per plats
Musikindustriprogr.	Högskolan i Kalmar	HT 04	35	141	338	4,0
		HT 05	35	110	229	3,1
Musikproducent	Linköpings universitet	VT 04	30	119	185	4,0
		VT 05	30	128	173	4,3
Företagsekonomi och musikindustrin	Luleå tekniska universitet	HT 04	30	41	140	1,4
		HT 05	20	29	121	1,5
Scen/teaterteknologi	Malmö Högskola	HT 04	32	158	339	4,9
		HT 05	32	168	344	5,3
Situation HT 04			127	459		3,6
Situation HT 05			117	435		3,7

Källa: VHS

Tillgång och behov av högskoleutbildade inom musik och scenkonst

Allmänt kan sägas att inom musik och scenkonst finns det ganska få utbildningar på högskolenivå som är inriktade mot ny typ av efterfrågan. Det finns inte heller något tydligt behov av utbildningar som lär ut hur man producerar och framför musik och scenkonst. Detta, å ena sidan, är ämnen för de konstnärliga högskolorna. Inom populärkulturen, å den andra sidan, finns ett specifikt yrkesliv där nätverk av kreatörer och eldsjälar har stor erfarenhet och viktiga kontakter. Mer ovanliga kunskaper inom detta område är den övriga affärsmässiga kompetens som behövs för att skapa en lukrativ industri. Som nämnts för medieområdet rör alltså behoven av högskoleutbildade inom musik och scenkonst inte nödvändigtvis den skapande verksamheten.

Musik

Sverige är ett framgångsrikt musikland, och det finns förmodligen förutsättningar för svensk musikindustri att växa ytterligare. Att det finns intresse och kunskap i landet att skapa och framföra musik är ställt bortom allt tvivel. Dessutom finns andra fördelar för en lyckosam musikexport. Kanske framför allt den etniska mångfalden och kulturförståelsen, och det faktum att kunskaperna i engelska generellt är goda. Vi ligger också jämförelsevis långt framme i användningen av den senaste tekniken.

Enligt en inventering av musikindustrin gjord för några år sedan på uppdrag av KK-stiftelsen³², där olika branschföreträdare intervjuats, finns det behov av kompetens inom ekonomi, marknadsföring, juridik, datakunskap – i kombination med kunskaper om branschens specifika funktionssätt och särdrag. Enligt inventeringen är detta de viktigaste bristkunskaperna inom musikindustrin, som till största delen består av småföretag drivna av entusiaster med stor fallenhet och stort intresse för handlaget eller tekniken, men som mer sällan behärskar de övriga aspekterna av företagande. Musikindustriprogrammet vid Högskolan i Kalmar kan stå som ett gott exempel på en högskoleutbildning med denna breda inriktning.

Scenkonst

I rapporten *Får jag lov* från 2005 konstaterar Kulturrådet att dansområdet är det enda konstområde inom svensk utbildning som saknar grundutbildning på högskolenivå. Kulturrådet konstaterar vidare, med hänvisning till Svensk Teaterunions utbildningsutskott, att det finns en rad problem förknippade med att en större del av den professionella dansarutbildningen är förlagd till grund- och gymnasieskola. Samtidigt som det är nödvändigt att börja dansarutbildningen redan i tidig ålder finns det problem med anpassningen till den vanliga skolans regelsystem, bland annat beträffande timplaner och bero-

32. Amusements & Management AB, presenterad i *Blandade Upplevelser*, KK-stiftelsen 1999.

endet av skolpeng. Förutsättningarna är, menar Kulturrådet, därmed betydligt sämre ekonomiskt och organisatoriskt än för de konstnärliga utbildningar som är förlagda till högskolenivå.

Enligt den översyn som gjorts av Kulturrådet finns ett ”stort behov” av dansproducenter. På Dramatiska institutet finns i dag en teaterproducentutbildning, där endast en mindre del av utbildningen handlar om att producera dans. Det finns en vidareutbildning för dansproducenter, men ingen grundutbildning. Det finns behov av specialinriktade platser för dansproducentutbildning på Dramatiska institutet men även fler dansproducentutbildningar ute i landet. Eftersom det går att räkna med en utveckling av dansproduktion, enligt Kulturrådet, kommer dessa behov att öka.

Turism, hotell, restaurang

Arbetsmarknaden

Resor och turism räknar man kanske inte spontant till det konstnärliga eller skapande området. Men till området turism ska också räknas måltid, utställningar och museiverksamhet. Numera talas det också om den ökade betydelsen av *upplevelseturismen*, som är ett av de mest expansiva områdena inom upplevelseindustrin. Hit hör exempelvis naturupplevelser, nöjesparker, evenemang och äventyrliga upplevelser av olika slag. Dessa aspekter av turism är några av de snabbast växande näringarna. De förändras och utvecklas i ett snabbt tempo. I linje med den utvecklingen nämns ofta att gränserna mellan fritid och arbete blir allt mer flytande, och att fritidsupplevelser upplevs som allt viktigare.

De europeiska turistorganisationernas samarbetsorganisation ETC (European Travel Commission) publicerar regelbundet en sammanställning av aktuella trender inom turism. Dessa trender visar att människans fria tid har ökat. Allt större grupper i västvärlden har möjlighet att tillbringa allt längre tid utanför hemorten.

Mer detaljerat hävdar ETC att fritidsresemarknaden blir mer mode- eller trendorienterad. Affärsresemarknaden orienterar sig mot ett ökat kostnadsmedvetande. Utvecklingen går mot allt smalare segment. Tillväxtområden är pensionärens resande, aktivitets- och upplevelseresor, äventyrsresor och korta storstadsresor.

Turism har vuxit till en av världens mer betydelsefulla näringar. I många regioner i Sverige och i andra länder satsas det därför på utveckling av turismsektorn.

Utbildningar inriktade mot turism

Turismens förutsättningar och konsekvenser är många och flera högskolor hävdar att utvecklingen inom denna växande näring kräver allt större kunskap om samspelet mellan turister, samhälle och natur. Detta fordrar nya kombinationer av kunskap. Ett exempel på ett försök att ge en sådan kunskapskombination är det turismprogram som startade vid Högskolan på Gotland 2004. Programmet är treårigt och bygger på en kombination av ämnena turismvetenskap (se nedan), företagsekonomi med fokus på marknadsföring och gestaltning i olika medier. Det leder fram till en kandidatexamen i företagsekonomi med inriktning mot turism och lär ut hur turismen fungerar inom affärs- och fritidsresande nationellt och internationellt, samt metoder att utveckla och förmedla turistattraktioner och -upplevelser. Turismprogrammet handlar också om hur gestaltning och olika medier kan förmedla och förstärka värden inom turismnäringen och upplevelseindustrin.

Den vetenskapliga grunden för en högskoleutbildning inom turism är turismvetenskap, som handlar om resandets utveckling, genom samhällets utveckling och människans idéer om resande, fram till genomförande av individens reseupplevelse. Det behandlar också näringens struktur såväl nationellt som internationellt och hur besöksmål och attraktioner blir påverkade av att ta emot turisten.

Tabellen nedan visar antal platser och söktrycket till de aktuella utbildningsprogrammen inom området.

Utbildningar inom turism och restaurang, antagning HT 2004 respektive HT05, antal platser och sökande

Utbildning	Lärosäte	Termin	Antal platser	Sökande i första hand	Sökande totalt	Sökande i första hand per plats
Restaurangmanager	Göteborgs universitet	HT 04	24	135	627	5,6
		HT 05	24	134	607	5,6
Turism och upplevelse	Högskolan på Gotland	HT 04	40	47	414	1,2
		HT 05	40	43	424	1,1
Turismprogrammet	Högskolan i Kalmar	HT 04	75	161	727	2,1
		HT 05	75	156	703	2,1
Gastronomiprogr.	Högskolan i Kristianstad	HT 04	30	50	85	1,7
		HT 05	30	42	72	1,4
Turism o resande	Högskolan Dalarna	HT 04	60	35	396	0,6
		HT 05	60	33	255	0,6
Turism	Karlstad universitet	HT 04	45	93	642	2,1
		HT 05	45	96	692	2,1
Mag. hotell/Rest.	Lunds universitet	HT 04	65	108	498	1,7
		HT 05	60	110	546	1,8
Mag. turism	Lunds universitet	HT 04	65	121	649	1,9
		HT 05	60	126	621	2,1
Turismvetenskap	Mittuniversitet	HT 04	40	25	262	0,6
		HT 05	40	46	298	1,2
Upplevelse o turism	Mittuniversitet	HT 04	30	24	247	0,8
		HT 05	30	41	319	1,4
Turism	Södertörns högskola	HT 04	70	169	770	2,4
		HT 05	70	260	914	3,7
Turismprogrammet	Umeå universitet	HT 04	40	34	371	0,9
		HT 05	30	44	414	1,5
Högre hotell-program	Örebro universitet	HT 04	30	75	297	2,5
		HT 05	30	76	305	2,5
Kulinarisk kockutb.	Örebro universitet	HT 04	25	92	278	3,7
		HT 05	25	136	369	5,4
Måltid entrepr	Örebro universitet	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	10	16	25	1,6
Sommelier	Örebro universitet	HT 04	25	49	189	2,0
		HT 05	25	58	214	2,3
Situation HT 04			664	1218		1,8
Situation HT 05			654	1413		2,2

Källa:VHS

Antalet sökande till turismutbildningar återspeglar att detta är ett område som blivit verkligt aktuellt under senare år. Det är ett högt söktryck till turismutbildningar över lag, och totalt sett har det ökat från 1,8 till 2,2 sökande per utbildningsplats mellan 2004 och 2005. Antalet utbildningsplatser har varit oförändrat de två senaste åren.

Bland de mest populära utbildningarna är programmet *turism* på Södertörns högskola som har fått 91 fler sökande 2005 och har nu 3,7 sökande per plats till en utbildning med 70 nybörjarplatser årligen. Också *kulinarisk kockutbildning* på Örebro universitet är mycket populärt med 5,4 sökande per plats.

Tillgång och behov av högskoleutbildade inom turism och restaurang

Det har hittills inte gjorts några prognoser av tillgången på utbildade inom turismnäringen, men antalet utbildade ökar snabbt eftersom det finns många nya utbildningar med ett stort antal platser per år.

Enligt prognoser om behoven av utbildade inom hotell- och restaurang råder balans mellan utbud och efterfrågan. AMS bedömer att rekryteringsbehoven kommer att ligga kvar ungefär på nuvarande nivå av hotell- och restaurangutbildade.

Spelutveckling och upplevelsebaserat lärande

Arbetsmarknaden

Spelutveckling är det snabbast växande yrkesområdet inom den här delen av upplevelseindustrin, men exempelvis 3D-grafik och animationer görs i hög grad också inom film och upplevelsebaserat lärande (pedagogiska metoder som har någon form av upplevelse- eller underhållningskoncept, oftast via digitala interaktiva medier eller spel). Inom såväl den traditionella industrin som tjänstesektorn utvecklas dessutom nya applikationer där datorspelsteknik används för produktutveckling, marknadsföring, utbildning och träning. Jobben finns också vid företag som arbetar med kommunikation via nya medier som virtuella miljöer och multimedia.

Den snabbt växande datorspelsmarknaden är i högsta grad internationell, på samma sätt som musikindustrin. Den består till dominerande delen av internationella jättebolag, men det finns i länder som Sverige också ett nätverk av mindre företag med olika former av specialiseringar.

År 2003 genomfördes en kartläggning av datorspelsindustrin³³. Med ”datorspel” menas spel för persondatorer eller särskilda spelkonsoller, och även för medier som interaktiv tv och mobiltelefoner. Kartläggningen visar en del positiva tendenser i svensk datorspelsindustri. Sveriges datorspelstillverkare har stor bredd och lång erfarenhet, och många har mycket djup teknisk kompetens. De sysselsätter i 85 företag bortåt 600 personer, och har ett mycket gott anseende internationellt. Den svenska datorspelsindustrin är stark i sin export, som är mer än dubbelt så stor som tillverkarnas andel av butiksförsäljningen i landet. Sverige är därmed ett av de få länder som i tillverkarledet har en nettoexport av datorspel. De andra är USA, Japan och Storbritannien.

I kartläggningen konstateras också vissa problem, som har att göra med kompetensförsörjningen. Som för många andra av upplevelseindustrins områden tycks dessa utmaningar handla mer om hur kunskapsprocesser skapas och upprätthålls än om utbildningarnas kvantitet. Den stora bristen är att kontakterna och samordningen mellan industri, forskning och utbildning på datorspelsområdet ännu inte är tillräckligt utvecklade. Det har de senaste åren utvecklats många spelutbildningar i Sverige, och detta är en utveckling som tycks ha gått väl snabbt. Det rör sig visserligen om en snabbt växande industri, men den är fortfarande väldigt liten sett till antalet tjänster.

Ett annat bekymmer för spelutbildningar är att de små företagen har stora problem både med att dra nytta av utbildningarna och att vara till nytta för dem. Den viktiga arbetsmarknadskontakten i dessa yrkesinriktade program är

33. *Datorspelsindustrin 2003*, Erik Robertson.

svår att uppnå av det enkla skälet att få inom branschen kan avsätta tid att föreläsa på högskolor. Följden blir att lärarna på utbildningen saknar den viktiga erfarenheten i kombination med kunskap om den mest aktuella situationen.

Intrycket som ges i kartläggningen är att det verkar råda en viss skepsis till formerna hos, och innehåller i, de existerande utbildningarna. Det illustreras väl av följande citat från en företrädare för ett spelföretag (Egil Sjölander, Semionetix):

”... det tar många år att lära sig ett 3D-verktyg tillräckligt bra för att vara attraktiv som arbetskraft. Branschen rör sig så fort att utbildningar för dataspelsgrafik egentligen är vansinne. Kanske ska vi ha ett lärlingssystem, där du på ett bolag får lära dig deras system och metodik.”

Ett stort framtidsområde för den här branschen är det interaktiva lärandet, och den utvecklingen som man kan ana nya betydelse för den högre utbildningen. Apropå dataspelens länkar till humanistiska kunskapsfält skriver Bengt Johansson, professor i entreprenörskap vid Växjö universitet:

”När möjligheterna att utnyttja datorspelen som integrerade i läromedel i skolan tas tillvara mer systematiskt inbjuds också humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning till att vitalisera branschen. Så kan datorspelsindustrin bli en viktig arena för högskolan som i Sverige ännu har så svårt för att bidra till utveckling av företagsamheten.”

Utbildningar med inriktning mot digitala spel

Högskoleutbildningar med inriktning mot den audiovisuella industrin har uppstått och ökat i antal under de senaste åren. Oftast är det inte den nyanterade och återhållsamma beskrivningen av olika branschföreträdare – enligt avsnittet ovan – som förmedlas i informationen om dessa utbildningar. Snarare utmålades bilden av en spirande utveckling.

Många nya utbildningar har tillkommit inför höstterminen 2005. I vissa fall rör det sig om vidareutvecklingar eller sammanslagningar av tidigare existerande program. Två sådana exempel utgörs av *speldesign och grafik*, respektive *speldesign och programmering*, båda 120 poäng, som ges av Högskolan på Gotland. På programmets webbplats skriver man att spelbaserade program och simuleringar i framtiden kommer att användas i många sammanhang, från underhållning till arbete och utbildning. Man skriver också att utvecklingen av bredband och mobilt internet skapar efterfrågan på alltmer avancerade tillämpningar som bygger på spel. Det poängteras att konkurrensen inom området är hård.

”Spel kan berätta och visa sammanhang som inte kan uttryckas med hjälp av andra media. Att bygga spel är ett hantverk som – när det väl bemästrats – kan bli till konst.”

Utbildningarna på Gotlands högskola syftar till att ge den studerande verktyg för att uttrycka sig i spelmediet. Studenter ska efter att ha gått utbildningen kunna arbeta inom spelbranschen, starta eget spelföretag eller gå vidare till forskning inom spelområdet.

Vid ett besök på Mälardalens högskola fick vi veta att programmet för spelutveckling och interaktion (120-160 poäng) utvecklats utifrån ett internt initiativ bland entusiaster på högskolan, snarare än genom en analys av behov eller studentintresse. Man har haft ett högt antal sökande, men liksom för de flesta av utbildningarna mot spelutveckling har de än så länge haft för få avgångsstudenter för att någonting ska kunna sägas om utbildningens gångbarhet på arbetsmarknaden.

På Högskolan i Skövde finns dataspelsutveckling – programmering, och dataspelsutveckling – grafik, båda 120 poäng. Man framhåller spelprogrammering som ett område som innehåller många intressanta problemställningar inom t.ex. matematik, programmering, datorgrafik, fysik, nätverksteknik och artificiell intelligens. Det innebär att man som spelprogrammerare kan arbeta med programmering av spel eller den teknik och de verktyg som används för att realisera dem, men att det dessutom finns många tillämpningsområden utanför dataspelsindustrin. Ett sådant exempel är datorgrafik som utgör ett centralt område när virtuella miljöer ska skapas för presentation och simulering inom bl.a. medicin och industridesign.

På programmet dataspelsutveckling – grafik poängteras det skapande inslaget, den visuella utformningen av spel. Programmet bygger på en kombination av konstnärliga, humanistiska och datavetenskapliga ämnen. Ambitionen är att

”... förena konstnärliga arbetsformer med kommunikation och datavetenskap i en utbildningsmiljö som är experimentell och produktionsinriktad”.

I anslutning till programmets beskrivning understryks att det trots att det rör sig om en expansiv bransch i dag endast finns ett fåtal högskoleutbildningar med inriktning mot dataspelsutveckling.

En liknande bild ges av Luleå tekniska universitet (LTU) som hänvisar till den snabbt växande datorspelsindustrin – med stora möjligheter att söka arbete utomlands. Man beskriver också ökande behov inom traditionell industri av simulerings- och visualiseringsteknik för marknadsföring, träning och produktutveckling. LTU erbjuder *datorgrafik*, (120 poäng):

”en utbildning för den som är intresserad av grafik, film eller datorspel och är konstnärlig.”

Programmet innehåller exempelvis datoranimation, 3D, ”character design”, ”level design”, ”post-production” och digitala effekter. I programmets informationstext skriver man också:

”Om du har den rätta talangen och är beredd att satsa, kommer utbildningen att ge dig förutsättningarna för en internationell karriär som datorgrafiker.”

LTU ger också en högskoleingenjörutbildning i datorspelsutveckling som förutom ämnen som är gemensamma med datorgrafikutbildningen också innehåller exempelvis programmering, matematik och fysik.

Blekinge är något av ett nav i den svenska dataspelsindustrin sedan KK-stiftelsen utnämnt Karlshamn till så kallad mötesplats för denna del av upplevelseindustrin. Blekinge tekniska högskola (BTH) med Campus Karlshamn kallar sig i det sammanhanget för Spelplan.se. Utbildningsutbudet på BTH innehåller följaktligen ett antal utbildningar med den inriktningen. *digitala spel*, 120 poäng, är en utbildning som

”(...) genomgående förenar avancerad teknik med det skapande och dramatiska området. Denna kombination av kunskaper önskar sig branschen av dig, enligt de senaste undersökningarna.”

Man poängterar vikten av den personliga utvecklingen, och ger därför en personlig feedback genom hela utbildningen. Man vill också skapa utrymme för att ge form och uttryck åt egna idéer och känslor och att söka tekniska lösningar. Man skriver också att utbildningen sker i nära samarbete med företag i branschen och med institutioner inom den internationella spelforskningen. De yrken som nämns som tänkbara efter utbildningen är spelprogrammerare och/eller speldesigner.

”Dina kunskaper och dina erfarenheter av teamarbete, produktion och projekt kommer naturligtvis att göra dig mycket kvalificerad för arbete inom andra områden”.

Ytterligare ett exempel på en utbildning på Blekinge tekniska högskola är *spelprogrammering*, 120 poäng, där man formulerar möjligheterna på arbetsmarknaden på följande vis:

”Vi ser dig som spelprogrammerare i framtiden, även om den teoretiska bas och de färdigheter du kommer att lära dig gör dig lämplig som programmerare inom alla områden där hög prestanda och/eller visuella tillämpningar är en central del.”

Utbildningar inom upplevelsebaserat lärande

Det finns också utbildningar som inte huvudsakligen är inriktade mot arbeten inom spelindustrin, utan mer mot upplevelsebaserat lärande. På Blekinge tekniska högskola finns ett intressant exempel också på en sådan utbildning. Hösten 2005 startas en yrkeshögskoleutbildning som man kallar för *crossmedia och upplevelseproduktion* (80 poäng). Precis som för spelindustrin poängteras att även arbete inom ”crossmedia och upplevelsepedagogik” innebär att flera personer med olika specialistkompetenser samverkar. Med crossmedia menas att flera medier och gestaltungsformer används integrerat och interaktivt. Följande text från utbildningens webbsida beskriver ett program med en oerhörd

bredd. Beträffande arbetsmarknaden hänvisar man till den i princip obegränsade upplevelseindustrin.

”Vill du vara med och skapa framtidens upplevelsebaserade lärmiljöer och lärsituationer? Vill du lära dig att tänka, agera och producera crossmedialt? Vill du delta i en utbildning som arbetar som man lär – genom direkta upplevelser? (...) Utbildningen börjar med en introduktion till upplevelser, lärande och medier av skilda slag. Sedan arbetar du med berättande och gestaltande produktion av crossmedia. Du övar dig i att ge form åt och uttrycka ett framdiskuterat innehåll. Du får lära dig att hålla liv i dina idéer från första tankespåret till färdig produktion. Vi granskar kritiskt upplevelseproduktion och lärande i ett historiskt perspektiv. Du avslutar med ett tillämpat crossmediaprojekt.”

”Vare sig du kommer från gymnasieskolan eller är verksam inom utbildning/skola eller media och vill bredda dina kunskaper, finns goda möjligheter till arbete. Upplevelseindustrin är en av de snabbast växande branscherna på den svenska arbetsmarknaden. Hit kan räknas turism/besöksnäringen, arkitektur/design/konst, film/foto, litteratur, mode, musik, måltid, spel, scenkonst, marknadsföring, evenemang och festivaler med mera. Din kompetens efterfrågas också inom utbildning/skola och kulturarv.”

En snarlik utbildning finner man vid Högskolan i Trollhättan/Uddevalla, digitala media för lärande och underhållning, 120 poäng. Samma högskola erbjuder också, på Stenebyskolan i Dalsland, programmet 3D-animation och konstnärlig gestaltning (120 poäng). Programmet har nyantagning vart tredje år. Från utbildningsbeskrivningen hämtar vi följande:

”Programmets kärna är 3D-animation och konstnärlig gestaltning av idéer, manus, karaktärer och rum, med inriktning mot film, tv, data- och tv-spel. 3D-grafik och animation är under stark utveckling inom dessa branscher. (...) Data- och tv-spel utgör en stor del av produktionen och dessa närmar sig filmens ambitioner med en 'story' och ett dramaturgiskt grepp vid sidan av ett konstnärligt formspråk och gestaltande. Tillsammans har dessa typer av 3D-grafiska produktioner blivit en gigantisk, världsomspännande industri. (...) Målet med denna utbildning är att leva upp till de nya krav som ställs på kunskaper om datorprogram och produktionsprocesser samt klassisk animationskonst och hur den tillämpas i 3D-baserade animationer.”

De arbetsområden eller branscher man anger som tänkbara efter utbildningen är film, tv, spel, reklam, internet, visualiseringar, simuleringar samt olika typer av presentationer. Det anges också mer specifika arbeten som utbildningen siktar mot, i vissa fall helt nya yrken ”animationskreatör, designer, storyboardkreatör, 3D-animatör, 3D-modellerare, 3D-texturerare, 3D-specialeffect-/after effectredigerare, ljud- och lipsync-redigerare för animation, samordnare för 3D-projekt.”

Platser och söktryck

Nedan listas de aktuella utbildningsprogram som explicit är inriktade på spel eller upplevelsebaserat lärande.

Utbildningar inom spel- och upplevelsebaserat lärande med antagning HT 2004 respektive HT05, antal platser och sökande

Utbildning	Lärosäte	Termin	Antal platser	Sökande i första hand	Sökande totalt	Sökande i första hand per plats
Digitala spel	Blekinge tekniska högskola	HT 04	30	110	385	3,7
		HT 05	15	86	276	5,7
Spelprogrammering	Blekinge tekniska högskola	HT 04	35	46	235	1,3
		HT 05	35	47	192	1,3
Ing. datatek. spelutv.	Högskolan i Kalmar	HT 04	25	13	124	0,5
		HT 05	10	9	63	0,9
Dataspelsutv., design	Högskolan i Skövde	HT 04	25	85	325	3,40
		HT 05	25	89	283	3,6
Dataspelsutv., grafik	Högskolan i Skövde	HT 04	25	165	453	6,60
		HT 05	35	130	368	3,7
Dataspelsutv., progr	Högskolan i Skövde	HT 04	30	49	186	1,60
		HT 05	35	43	166	1,2
Spelutv. interakt. media	Högskolan på Gotland	HT 04	30	29	157	1,0
		HT 05	–	–	–	–
Speldesign o progr.	Högskolan på Gotland	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	20	23	174	1,2
Speldesign o grafik	Högskolan på Gotland	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	20	27	178	1,4
Datorgrafik	Luleå tekniska universitet	HT 04	30	78	134	1,2
		HT 05	30	70	106	2,6
Ing. datorspelsutv.	Luleå tekniska universitet	HT 04	30	36	116	2,3
		HT 05	30	33	106	1,1
Spelutv./interaktion	Mälardalens högskola	HT 04	45	65	194	1,4
		HT 05	45	41	175	0,9
3D-animation	Trollhättan/Uddevalla	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	16	67	148	4,2
Digitala Media	Trollhättan/Uddevalla	HT 04	60	26	167	0,4
		HT 05	40	23	107	0,6
Simulering/data-spelsutv.	Örebro universitet	HT 04	–	–	–	–
		HT 05	35	34	111	1,0
Situation HT 04			356	702		1,9
Situation HT 05			391	722		1,8

Källa:VHS

Tillgång och behov av högskoleutbildade inom spel och interaktivt lärande

Tabellen ovan visar att intresset för området är svårbedömt. I förändringen mellan 2004 och 2005 finns stora variationer, där vissa utbildningar har ett minskat söktryck och andra ett ökat, vissa har ett lågt söktryck medan andra

har ett mycket högt. Totalt över landet innebär förändringarna att antalet sökande i förhållande till antalet platser i stort sett är oförändrat.

Beträffande dessa utbildningars gångbarhet på arbetsmarknaden är de i de flesta fall för nya för att några säkra slutsatser ska kunna dras. I högskolornas egna utbildningsbeskrivningar framhålls mycket breda yrkesområden efter utbildningarna. Teknikutvecklingen inom det här området sker väldigt snabbt, och behoven förändras därför hela tiden. Detta är ett dilemma för anpassning av högskoleutbildningar till nya, teknikberoende branscher. Det kan vara mycket svårt att se de långsiktigt stabila behov som en högskoleutbildning bör baseras på.

Det finns vissa andra särdrag med dataspelsindustrin som påverkar utbildningsbehoven. I Sverige består den här branschen än så länge av små företag inom nätverk av i stort sett självlärda entusiaster. När de företagen står inför en expansion ligger det inte självklart närmast till hands att anställa personer på grundval av deras formella kompetens. Dessa små företag har knappast heller möjlighet att avsätta resurser för att utveckla samarbeten med högskolorna.

De närmsta åren kommer runt 500 personer att utexamineras varje år från dataspelsutbildningar på olika nivåer. De existerande tjänsterna inom branschen i Sverige är omkring 600. Det gäller alltså att den befintliga industrin växer till, men också att annan industri vaknar för att ta till sig denna typ av kompetens. I en kartläggning av dataspelsindustrin³⁴ konstateras följande:

”Huruvida utbildningarna har byggts upp utifrån en våldsam tillväxtoptimism eller bygger på bristfälliga kalkyler spelar inte så stor roll. Resultatet ser ut att bli detsamma, och manar till eftertanke framöver.”

34. Erik Robertsson 2004.

Fri konst och övriga högskoleutbildningar inom bild och form

Ingen egentlig arbetsmarknad för fria konstnärer

Av de utbildningsområden som ingår i den här kartläggningen har konst ökat minst i andel av BNP under senare år. Det är också ett litet område sett till både antalet utövare och till behovet av arbetskraft. Utbildningarna till fria konstnärer fyller helt enkelt andra behov än de arbetsmarknadsrelaterade.

Den till antalet studenter största utbildningen i fri konst är Kungliga Konsthögskolans femåriga utbildning. Till programmet antas cirka 25 studerande varje år och det är cirka 800 sökande till dessa platser. På högskolan poängteras att de som antas till utbildningen oftast har studerat vid förberedande konstskolor. Konstfack erbjuder en femårig utbildning, *konst*. Antagningen är endast cirka 4 nya studenter årligen.

De universitetsanknutna konsthögskolorna som ger femåriga utbildningar i fri konst är Valand, Konsthögskolan i Umeå samt Konsthögskolan i Malmö. Till dessa utbildningar antas 12 nya studenter årligen.

Samtliga av ovan nämnda konsthögskolor har en mycket begränsad antagning. Dessutom är de i regel inte inriktade mot någon direkt arbetsmarknad. I realiteten blir dessa fria konstnärer ofta entreprenörer som försöker skapa efterfrågan för sin konst.

Nya utbildningar och utbildningar i tillämpad konst

Svaret på frågan om det finns några nya arbetsmarknadsbehov söker vi i förekomsten av andra typer av utbildningar, som inte utbildar så kallade fria konstnärer utan som integrerar konstnärliga ämnen med någon tydlig yrkesinriktning – och som inte har något självklart hemmahörande i någon av de andra upplevelserrelaterade utbildningar som nämnts i den här rapporten. Hit hör konsthantverksutbildningarna vid HDK (Göteborgs Universitet), 120 poäng, med påbyggnadsutbildning i tillämpad konst med inriktningarna keramikkonst, smyckekonst och textilkonst. Under HDK sorterar också sedan 2000 konsthantverksutbildningarna på Stenebyskolan i Dalsland, möbelformgivning, järn och stål – offentlig gestaltning samt textil och kläder. Sammantaget rör det sig om cirka 40 nybörjarplatser på grundutbildningarna varje år. Också Konstfack har utbildningsprogram i konsthantverk, med inriktningarna keramik och glas, metallformgivning samt textil formgivning (sammanslagt knappt 30 nybörjarplatser årligen).

Ett exempel på en ny typ av konstnärlig utbildning är *rumslig gestaltning* (120 poäng), som ges på Mälardalens högskola. Utbildningen beskrivs så här på programmets informationstext:

”Hur leder du en resenär fram till rätt gate på en flygplats? I utbildningen Rumslig gestaltning studerar du hur rummet kan användas som informationsbärare. Du får kunskap i hur du kommunicerar med hjälp av ljud, ljus, färg och form. Du lär dig att utforma och anpassa ritningar och rum efter olika situationer med olika målgrupper. (...) att formge, förmedla och förstärka olika upplevelser och budskap i utställningar och i andra miljöer.”

På samma högskola ges också programmet *informativ illustration* (120 poäng):

”Utbildningen innehåller kurser i bland annat Informativ bild, Färg och form och Animation. Du tränar din förmåga att uppfatta form och proportioner och du lär dig att använda olika metoder och hjälpmedel för att visualisera egna idéer, både två- och tredimensionella, med och utan datorn som hjälpmedel. (...) Som informativ illustratör kan du arbeta med bland annat nyhetsgrafik och animation. Din framtida arbetsplats kan vara en facktidskrift, en reklambyrå eller kanske startar du ett eget företag? Att informera med hjälp av illustrationer är din specialkunskap, men du har även kompetens inom andra områden som till exempel textredigering, presentationsteknik och grafisk form.”

Estetikprogrammet på Södertörns högskola har knappast någon direkt yrkesinriktning, men den har en bredd som täcker flera av de konstnärliga områdena. På högskolans webbplats beskriver man det så här.

”Estetiska ämnen är centrala för dig som vill förstå din samtid. Film, konst och litteratur färgar vår syn på världen. Estetikprogrammet lär dig läsa av och tolka den värld som angår oss.”

Detta program har 40 platser och cirka 2 sökande per plats. Södertörn ger också utbildningen *konst, kultur och ekonomi* (50 platser och drygt 60 sökande).

”Det här programmet passar dig som vill arbeta med konst och kultur, men inte nödvändigtvis som skapande konstnär utan som agent, producent, projektledare eller kulturadministratör. (...) Programmet kombinerar kunskaper om konstnärlig verksamhet och ekonomi.”

Ytterligare en utbildning, som står lite för sig själv i det här sammanhanget, är *serie- och bildberättande*, som ges vid Högskolan i Gävle. Den har 28 utbildningsplatser och drygt 3 sökande per plats.

Behovet av konstnärligt utbildade

Fria konstnärer ska närmast per definition inte svara upp mot krav och behov på någon marknad. Deras etablering på arbetsmarknaden är också lägst av alla utbildningsgrupper, enligt tidigare studier av Högskoleverket.

Utvecklingen av de tillämpade konstnärliga utbildningarna är knappast av ett sådant slag att den ger signaler om vare sig ökade behov eller ökad student-

efterfrågan. Det går inte heller att se någon tydlig utvecklingsriktning eller gemensam identitet för nya konstnärligt inriktade utbildningar. De eventuella nya behoven är möjligen fördelade i de övriga kategorierna av nya utbildningar som den här studien går igenom, där det finns mer tydliga yrkesriktningar – design, media, spel etc.

Högskoleutbildning och övrig utbildning

Det finns en parallell utveckling av övriga utbildningar med kreativ inriktning, som bör finnas med i bedömningen vid diskussionen om högskoleplatser. Detta gäller utbildningar som är privat anordnade, folkhögskoleutbildningar, och kvalificerade yrkesutbildningar (KY). Det är framför allt utvecklingen av de sistnämnda som är intressant i det här sammanhanget.

Kvalificerad yrkesutbildning är en eftergymnasial utbildningsform som startade som försöksverksamhet 1996, för att 2002 bli en del av det reguljära svenska utbildningssystemet. KY-utbildning bygger på ett nära samarbete mellan arbetsgivare och olika utbildningsanordnare (gymnasieskola, komvux, högskola och utbildningsföretag), och utbildningarna ska svara mot ett verkligt behov på arbetsmarknaden. Därför är arbetsgivare aktiva i både utformningen av utbildningen och genom att ta emot studerande på arbetsplatsen för lärande i arbete (LIA) under utbildningstiden.

Eftersom många arbetsgivare upplever att det råder brist på specialistkunnande finns det ett starkt engagemang för KY-utbildningar i en rad branscher. Följande punkter utgör några kännetecken för KY-utbildningar.

- Utbildningarna är mellan ett och tre år långa.
- Cirka 1/3 av utbildningen är lärande i arbete (LIA).
- Det finns cirka 300 KY-utbildningar inom de flesta branscher.
- Utbildningarna bedrivs av kommuner, utbildningsföretag och högskolor, i samverkan med arbetslivet.
- De utbildningar som omfattar minst 1 år (40 veckor) leder till en kvalificerad yrkesexamen.
- Urvalen sker utifrån gymnasiebetyg, ibland i kombination med en intervju.

KY-utbildningar relevanta för upplevelseindustrin

Det finns många exempel på KY-utbildningar som är direkt anpassade efter definierade behov inom upplevelseindustrin. Ett exempel är Computer Graphics Design i Göteborg. Computer Graphics är ett samlingsnamn för flera tekniker inom 3D-området: virtual reality (VR), visualisering och animering. Det erbjuder ett nytt verktyg för bl.a. ingenjörer, arkitekter, lärare, speltillverkare, reklambyråer, designer, konstnärer och andra yrkesgrupper där man har behov av att kunna visa olika miljöer och föremål fast de inte alltid finns i fysisk form.

Ett annat exempel är *musik- och eventarrangörskap med inriktning mot upplevelseindustrin* som ges i Nyköping. Det är en utbildning som

”...lyfter fram och utgår från individens musik- och/eller tekniska kunnande i kombination med förmågan att se och klara av helhetslösningar inom ett 'event'”.

Ur innehållet: evenemangskultur, musikbranschkunskap, stilanalys, produktionsekonomi, retorik, entreprenörskap, marknadsföring, kommunikation, ljud- och ljuskunskap, juridik och projektledning.

I tabellen visas relevanta tvååriga KY-utbildningar med start hösten 2005. Utöver dessa finns ett flertal utbildningar som är kortare än två år.

Kvalificerade yrkesutbildningar (KY) med inriktning mot konstnärliga/kreativa yrken, eller explicit mot upplevelseindustrin, hösten 2005

Utbildning	Ort	Antal platser	Utbildningens längd (veckor)
Affärsturism – ledarskapsutbildning inom mötesindustrin	Västerås	29	80
Arrangemang i kustnära miljö	Kungälv	24	80
Chefs- och entreprenörskap inom hotell o rest.	Vimmerby	24	80
Computer graphics design	Göteborg	22	80
Datorspelsprogrammering	Kramfors	24	120
Entreprenörskap inom upplevelseindustrin	Leksand	20	80
Förpackningsdesign	Sunne	30	120
Gastronomi – produktion och ledning	Huddinge	30	80
Grafisk design och kommunikation	Bollnäs	32	80
Hospitality management	Göteborg	28	80
Hotel management	Stockholm	20	80
Hotelleri	Jönköping	33	80
Interaktionsdesign	Nacka	33	80
Interaktiv visualisering och mediedesign	Eksjö	39	80
Hälsoturism	Orsa	35	100
Kreativ designer	Skellefteå	20	80
Kulturturism med marknadsföring	Lidköping	24	100
Ledarskap i turismnäringen	Malmö	30	80
Maritim gastronomi	Sotenäs	20+20	40+40
Medie- och musikproduktion	Örnsköldsvik	50	80
Musik o eventarrangörsskap med inriktning mot upplevelseindustrin	Nyköping	26	80
Naturturism	Älvdalen	16	80
Projektledning info.teknik och medieprod.	Kista	35	90
Produktutveckling, design o marknadsföring	Varberg	25	80
Professionell upplevelsearrangör	Kumla	32	80
Rese-, hotell- och konferensnäringen	Söderköping	24	80
Resor och arrangemang	Skellefteå	20	0
Resor och turism	Stockholm	30	80
Spelprogrammering o digital grafik	Karlshamn	32	80
Spelproduktion och projektledning inom upplevelseindustrin	Arvika	45	90
Turism och service	Båstad	32	80
Upplevelse och spelutveckling	Falun	35	80
Upplevelsekunskap: restaurang-, besöks- och eventbranschen	Nyköping	24	80
Vildmarksturism	Strömsund	20	80
Webbkitekt	Göteborg	44	90
Totalt		997	

Källa: Myndigheten för kvalificerad yrkesutbildning

Tabellen visar att etableringen av KY-utbildningar är stor inom kreativa yrken och yrken mot upplevelseindustrin, i synnerhet med inriktningar för turism/evenemang och den digitala spelbranschen. En annan iakttagelse är den stora geografiska spridningen av utbildningarna, ofta till mindre orter långt från högskolestäderna (även om många av utbildningarna också arrangeras på och av högskolor).

På vilka sätt bör högskoleutbildningar särskilja sig?

De kvalificerade yrkesutbildningarna finns på samma arena som de ofta snarlika högskoleutbildningarna som utvecklats under senare år. Det är knappast någon enkel uppgift för de blivande studenterna att skilja KY-utbildningarna från högskolevarianterna. Bortsett från examensformen kan skillnaderna vara svåra att se, speciellt som en högskolepoäng precis som en KY-poäng motsvarar en veckas studier.³⁵

För det första ska KY utgå från yrkeskunnande – beprövad erfarenhet, medan högskoleutbildningarna dessutom ska bygga på vetenskaplig eller konstnärlig grund. Detta innebär i praktiken ett mindre inslag av teoretiska moment i KY. Den andra skillnaden är att cirka 30 procent av KY-utbildningarna äger rum i reell verksamhet på arbetsplatser, medan det inte finns något sådant krav beträffande högskoleutbildningar. Den tredje skillnaden är att KY-utbildningarna ska vara sprungna ur ett uttryckt arbetsmarknadsbehov, medan högskoleutbildningarna också ska beakta studentintresset. Syftet med KY är att den ska leda till arbete inom ett smalt definierat yrkesområde. Det syftet kan inte förtas av behovet att locka studenter till utbildningarna.

Det finns anledning att bedöma etableringen av de i den här rapporten nämnda högskoleutbildningarna i relation till etableringen av utbildningar på lägre nivå. Behoven på arbetsmarknaden motiverar knappast både KY-utbildningar och snarlika yrkesutbildningar på högskolenivå, som syftar inte bara mot samma yrkesområden utan mot samma faktiska yrken.

Viktigt är också att den högre utbildningen präglas av vidare syften och mål än att enbart svara mot behoven på arbetsmarknaden. Den har inte minst ett bildande syfte.

I detta sammanhang ska understrykas att den här undersökningen inte har syftat till att ligga till grund för bedömningar av om utbildningarna är högskolemässiga, eller om de lever upp till de krav som Högskoleverket ställer på högskoleutbildningar. Detta är bedömningar som görs i verkets kvalitetsutvärderingar.³⁶

35. Högskoleverket har tidigare i två olika remissvar kritiserat utvecklingen av yrkeshögskoleexamen parallellt med utvecklingen av KY-utbildningar, bland annat på grund av förväxlingsrisken. Se Högskoleverket, reg.nr 13-1910-01, respektive 13-302-02.

36. Det ska dock poängteras att många av de utbildningar som behandlats i den här rapporten är för nyetablerade för att ha blivit föremål för någon utvärdering. De konstnärliga utbildningarna utvärderas av Högskoleverket under 2006.

Samlade iakttagelser

Denna rapport har haft för avsikt att studera arbetskraftsbehovet av utbildade med konstnärlig inriktning. Under antagandet att de konstnärliga högskolorna tillgodoser såväl det professionella som kulturella behovet av fria konstnärer, har rapporten koncentrerats till utbud och efterfrågan av i huvudsak nya utbildningsprogram där konstnärliga ämnen kombineras med andra ämnen.

Tanken är att rapporten ska utgöra ett underlag för planeringsdiskussioner om utbildningarnas dimensionering. Det går att urskilja tre huvudfrågor som sådana planeringsdiskussioner behöver behandla. Den första viktiga frågan kräver ett bredare underlagsmaterial än vad enbart den här rapporten erbjuder. Det är frågan om ”vad?” snarare än ”hur många?” – en fråga som mer avser innehåll än kvantitet. För att exemplifiera är det mest relevanta att diskutera om vi har ”rätt” designer snarare än om vi har ett tillräckligt antal designer.

Den andra frågan är på vilken *nivå* utbildningarna är mest ändamålsenliga, och på vilka sätt högskoleutbildningar kan svara mot behov som inte tillgodoses på lägre utbildningsnivåer.

Den sista frågan är större med utbildningspolitiska mått mätt, men ändå ofrånkomlig i den här typen av kartläggning. Den handlar om systemet för resurstilldelningen. Det systemet innebär att dimensioneringen främst baseras på vad unga människor är intresserade av, vilket bidrar till att vi får ett ”överskott” av utbildade inom den här typen av populära områden.

En fråga om innehåll mer än kvantitet

Utmaningarna för den här typen av utbildningar tycks handla mindre om kvantitetsfrågor och mer om utbildningarnas innehåll och kunskapsprocesser. KK-stiftelsens kartläggningar har pekat på bristen av tvärvetenskapliga kombinationsutbildningar. Exempel på det är att det varit svårt att få in teknik eller juridik i humanistiska examina, eller humaniora i de tekniska och juridiska. Andra viktiga insatser inom kompetensutveckling av upplevelseindustrin gäller inte i första hand de konstnärliga delarna utan de administrativa, logistiska, ekonomiska och juridiska – där upplevelseindustrin har gemensamma behov av utbildning som inte tillgodoses i dag.

Kompetensförsörjningen för det praktiska handlaget är ofta tillgodosett med i stor utsträckning självlärda personer. Beträffande konstnärligt skapande på högre nivå finns en stor källa för återväxt genom de välsökta utbildningarna på de konstnärliga högskolorna.

Inom området musik har branschfolk antytt att de mest tydliga behoven av högskoleutbildade inte gäller kreatörer utan snarare branschriktade ekonomer och jurister. Det behövs personer som kan den specifika branschen och dessutom de ofta speciella ekonomiska och juridiska förhållanden som råder

inom den. Detta är bristkunskaper som möjligen gäller flera kreativa yrkesområden eller branscher inom upplevelseindustrin.

En fråga om högskoleutbildningens karaktär

Utbildningarna på högskolor och universitet bör kunna erbjuda den breda kompetens som efterfrågas inom flera av de här aktuella områdena. Många av de nya högskoleutbildningar som startats inom det upplevelseinriktade utbildningsområdet är emellertid relativt snävt inriktade yrkesutbildningar.

Det är viktigt att högskoleutbildningarna utmärker sig gentemot övriga utbildningsformer genom en tydlig vetenskaplig eller konstnärlig grund. Denna högskolemässiga kvalitet, i kombination med en bredd som kan spänna över gränserna mellan de samhällsvetenskapliga, juridiska och konstnärliga fakultetsområdena, kan motivera högskolans positioner inom de här aktuella utbildningsområdena.

Samtidigt präglas den högre utbildningen också av vidare syften och mål än att svara mot behoven på arbetsmarknaden.

En fråga om resurstilldelning

Vad som tydligt framgår efter våra lärosäteskontakter under våren 2005 är att design, spel och upplevelser tycks fungera som magiska ord för att öppna porten som släpper in en ström av sökande. Det rör sig ofta om ompaketeringar av kurser eller nya etiketter på befintliga program. Så kan gamla utbildningar med få sökande göras om till nya utbildningar med många sökande. Det är svårt att finna exempel på lärosäten som gör analyser om det faktiska arbetsmarknadsbehovet inom de här utbildningsområdena. Uppföljningar av hur de före detta studenterna klarar sig på arbetsmarknaden är ännu ovanligare.

Så länge resurstilldelningssystemet är baserat huvudsakligen på antalet helårsstudenter så lär denna utveckling fortgå alldeles oavsett hur arbetsmarknadens egentliga behov ser ut. Det saknas helt enkelt incitament för lärosätena att på ett djupare sätt analysera arbetsmarknaden när en ny utbildning etableras.

Det är ett rimligt krav för regeringen att ställa på lärosätena att de lägger mer resurser än de gör i dag på att följa upp vart studenterna tar vägen efter utbildningarna och hur marknaden verkar se ut.³⁷ Ett annat rimligt krav är att det som lärosätena faktiskt antar och skriver om den kommande arbetsmarknaden bör följas upp regelbundet. Frågor bör ställas av typen ”fyllde denna utbildning de behov den var avsedd för?”

37. Se även *Uppföljning av studenter*, Högskoleverkets rapportserie 2004:5 R.

Övriga frågor inför planeringsdiskussioner

Efter den genomgång som gjorts i rapporten framstår ganska tydligt några frågeområden som speciellt viktiga inför lärosätenas diskussioner om framtida utbildningsåtgärder. Inom de flesta av de nämnda utbildningsområdena har det skett en expansion under senare år. Denna expansion tycks huvudsakligen vara ett resultat av det stora studentintresset, eftersom behoven på arbetsmarknaden inte alls har utvecklats i samma takt. Eftersom det rör sig om yrkesinriktade utbildningar bör högskolans utveckling av utbildningar mot upplevelseindustrins olika områden baseras på analyser om de faktiska behoven. Motsvarar kvantiteten och inriktningen på dessa utbildningar de behov som finns? Eller, om utvecklingen av utbildningarna snarare är svar på en tillfällig efterfrågan från studenterna – får de relevant arbete efter utbildningarna? Hur ser det långsiktiga behovet ut? Hur skapas och reproduceras kunskap för denna typ av yrken, inte minst i ett mångfalds- och jämställdhetsperspektiv?

En annan viktig frågeställning är om alla de här genomgångna utbildningarna lämpar sig bäst på högskolenivå. Många av dem har inte tydligt en bred kunskapsbas och en given teoretisk förankring. Frågan om utbildningsnivå är relevant speciellt mot bakgrund av den mängd av utbildningar som trängs på den konstnärliga arenan, både inom den högre utbildningen och på andra utbildningsnivåer. Har personer som gått högskoleutbildningarna en fördel som arbetssökande i förhållande till arbetssökande som gått andra former av utbildningar? Konkurrerar de om samma arbeten, och finns det behov i arbetslivet som motiverar högskoleinriktningen?

Det finns också anledning att fundera kring den påverkan som mångfalden av utbildningar med konstnärligt innehåll kan ha på arbetsmarknaden för konstnärligt utbildade. Med andra ord – hur kommer behoven framöver att påverkas av det faktum att det kommer ut allt fler i arbetslivet med olika slag av konstnärlig kompetens. Finns det en konflikt mellan de kulturella värdena och de ekonomiska? Eller kommer satsningar på nya utbildningar med konstnärligt innehåll att innebära att sektorn växer, och leda fler konstnärligt utbildade till ett yrkesliv som konstnärer? Vilken utveckling som är mest trolig är en bedömningsfråga som bara kan besvaras genom analyser som tar hänsyn till exempelvis regionala förutsättningar, utbildningarnas faktiska innehåll och inslag av exempelvis entreprenörskap, lärosätets antagningskrav med mera. Detta är bedömningar och analyser som måste göras på lärosätetsnivå, i samverkan med näringslivet. Resultaten av sådana analyser måste också vara tillgängliga för alla dem som söker till utbildningarna med utsikterna att kunna försörja sig inom sitt valda studieområde.

Referenser

Citat från högskolors utbildningsbeskrivningar är då inget annat anges hämtade från respektive högskolas webbsida våren 2005.

Arbetsmarknadsstyrelsen (2001) *Arbete för nöjes skull – Var finns de nya jobben inom upplevelsenäringen?* Ura 2001:3

Institutet för tillväxtpolitiska studier (2005) *Design för innovation och tillväxt*

Högskoleverket (2004) *Etableringen på arbetsmarknaden, examinerade 1999/2000 och 2000/2001* Högskoleverkets rapportserie 2004:24 R

Högskoleverket (2004) *Uppföljning av studenter*, Högskoleverkets rapportserie 2004:5 R

Kulturrådet (2003) *Teater och dans 2002*. Kulturen i siffror 2003:9

Kulturrådet (2003) *Kunskapsstrategier*. Kulturrådets strategier för forskning och utveckling 2005–2008

Kulturrådet (2005) *Får jag lov*

Robertson, Erik (2004) *Datorspelindustrin 2003*

SCB, *Arbetskraftsbarometern 2004*, Information om utbildning och arbetsmarknad 2004:5

SCB, *Trender och prognoser 2002, Befolkningen, utbildningen, arbetsmarknaden med sikte på år 2020*.

Stiftelsen för kompetens- och kunskapsutveckling (1999) *Blandade upplevelser*

Stiftelsen för kompetens- och kunskapsutveckling (2002) *Utbildningar inom upplevelseindustrin*

Stiftelsen för kompetens- och kunskapsutveckling, *Upplevelseindustrin 2003* respektive *Upplevelseindustrin 2004*, Statistik

Sörlin, Sverker (2003) Kunskapssamhället och kulturen, i Sörlin (red.) m.fl. *Kulturen i Kunskapssamhället. Om kultursektorns tillväxt och kulturpolitikens utmaningar*. Bokförlaget Nya Doxa, Nora

Ungdomsstyrelsen (2001) *Växa i rocken – ungdomar, musik och upplevelseindustrin*. Ungdomsstyrelsens utredningar 25

