



## **Spel och digitala världar förvandlas till sociala upplevelser**

- En fallstudie av The Games Europe Plays 2016

Stina Öfverström

Förnamn Efternamn

Examensarbete  
Kulturproduentskap  
2017

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Kulturproducentenskap
Identifikationsnummer:	
Författare:	Stina Öfverström
Arbetets namn:	Spel och digitala världar förvandlas till sociala upplevelser – fallstudie av The Games Europe Plays 2016
Handledare (Arcada):	Tomas Träskman
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>Syftet med detta examensarbete är att undersöka hur man producerar spel och digitala installationer till sociala upplevelser med hjälp av fallstudie. Fallstudieobjektet i detta arbete är The Games Europe Plays och de tre utställningar som detta projekt producerade i London år 2016.</p> <p>Svar på forskningsfrågan "Hur producerar man digitala upplevelser granskas med hjälp av pressmeddelanden, projektplaner, arbetsdagbok, artiklar och anteckningar från möten. Arbetet går också djupt in på olika marknadsföringsverktyg som kan användas då man marknadsför projekt som The Games Europe Plays i en storstad som London.</p> <p>I denna undersökning har det visat sig att marknadsföring av digitala spel och evenemang skiljer sig radikalt från de vanliga klassiska evenemangens marknadsföring. I kapitlet om marknadsföringen av The Games Europe Plays går jag in på alla kanaler och verktyg vi använde och resultaten.</p> <p>Arbetet ger en omfattande bild hur man producerar digitala upplevelser, vad digital konst och indiespel är, motgångar och fördelar i marknadsföringen av digitala evenemang.</p>	
Nyckelord:	Digital konst Evenemang Indiespel Virtual Reality London
Sidantal:	
Språk:	svenska
Datum för godkännande:	

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Kulttuurituotanto
Tunnistenumero:	
Tekijä:	Stina Öfverström
Työn nimi:	Miten luodaan indiepeleistä ja digitaalisista maailmoista sosiaalisia elämyksiä – tapaustutkimus The Games Europe Plays 2016
Työn ohjaaja (Arcada):	Tomas Träskman
Toimeksiantaja:	
<p>Tämän lopputyön tarkoituksen on tutkia tapaustutkimuksen avuin että miten peleistä ja digitaalisista installaatioista loihditaan sosiaalisia elämyksiä. Tapaustutkimus tässä lopputyössä on The Games Europe Plays projekti ja sen kolme näyttelyä jotka järjestettiin Lontoossa vuonna 2016.</p> <p>Vastausta tutkimuskysymykseeni "Miten loihditaan digitaalisia elämyksiä" etsin tiedotteiden, projekti suunnitelmien, työpäiväkirjojen ja kokousmuistioiden avulla.</p> <p>Tutkimus käsittelee myös mitä erilaisia markkinointi työkaluja ja vaihtoehtoja, joita voi käyttää suurkaupungissa järjestettävissä digitaalisissa tapahtumissa kuten The Games Europe Plays:issa.</p> <p>Tämä tutkimus osoitti että pelien ja digitaalisten tapahtumien markkinointi eroaa radikaalisti muista kulttuuri ja taide tapahtumien markkinoinnista. Luvussa "The Games Europe Plays:in markkinointi" kerron kaikki kanavat ja työkalut joita käytimme tapahtumien markkinointi prosessissa ja tuloksista.</p> <p>Lopputyö antaa lukijalle kokonaisvaltaisen kuvan siitä miten digitaalisia elämyksiä toteutetaan, mitä on digitaalinen taide ja indie pelit, ja vastoinikäymisiä ja etuja digitaalisten tapahtumien markkinoinnissa.</p>	
Avainsanat:	Tapahtumat Indiepelit Digitaalinen taide Lontoo Virtual Reality
Sivumäärä:	
Kieli:	ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	

DREGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Cultural Management
Identification number:	
Author:	Stina Öfverström
Title:	How to turn digital installations and games into social experiences – case study of The Games Europe Plays exhibition-series
Supervisor (Arcada):	Tomas Träskman
Comissioned by:	
<p>This degree project takes a look on how to create experiences out of games and games. The case study in this thesis is The Games Europe Plays and the three exhibitions that this project produced in London 2016.</p> <p>Answering the question "How to create and produce digital experiences" is examined using the information of press releases, project plans, working diaries, articles and notes from meetings.</p> <p>This thesis also takes a closer look on various marketing tools that can be used to promote projects like The Games Europe Plays in a city like London.</p> <p>The results of my research show that marketing digital exhibitions can be very tuff and different from other art forms. In the chapter on marketing of The Games Europe Plays, I show you all the channels and tools we used and our results.</p> <p>This work gives a experiences, what digital art and indie games really are, adversities and benefits in the promotion of digital events and festivals. comprehensive picture of how to produce digital</p>	
Keywords:	Events Indie Games Digital Art Digital Installations Virtual Reality
Number of pages:	
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

## FÖRORD

*“Play is creative, in that it affords players different degrees of expression inherent in the play activity itself. Playing is both accepting the rules of the games and performing within them according to our needs, personality, and constitution of a playing community.*

*Play is the act of creatively engaging with the world, with technologies, contexts, and objects, from games to toys and playgrounds, exploring them through ludic interaction”*

- *Miguel Sicart*

Jag vill rikta ett STORT tack till min handledare Tomas Träskman för all pepp, inspiration och stöd jag fått i skrivandet av detta examensarbete.

## INNEHÅLL

<b>1</b>	<b>INLEDNING.....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>SYFTE, FORSKNINGSFRÅGA OCH MÅLSÄTTNINGAR .....</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>METOD OCH MATERIAL .....</b>	<b>10</b>
<b>4</b>	<b>CENTRALA BEGREPP.....</b>	<b>13</b>
<b>5</b>	<b>TEORI OCH BAKGRUND .....</b>	<b>14</b>
5.1	Indie Spel – Vilka egenskaper skall ett spel ha för att kunna kallas indie? .....	15
5.2	Indie spel växer - Sharewareprogram .....	16
5.3	Spel och hälsorisker .....	18
5.4	Digitala Evenemang - Spel förändras till sociala upplevelser och interaktiva utrymmen 20	
5.4.1	Lan-parties.....	20
5.4.1	Digital konst.....	Error! Bookmark not defined.
<b>6</b>	<b>FALLSTUDIE – THE GAMES EUROPE PLAYS 2016.....</b>	<b>23</b>
6.1	Arbetsgruppen .....	Error! Bookmark not defined.
6.1.1	Eldsjäl – Ghislaine Boddington.....	24
6.1.2	EUNIC – European Union National Institutes for Culture.....	24
6.1.1	The Finnish Institute in London .....	25
6.1.1	Finansiärer – Arts Council England & British Council .....	25
6.2	Tid och Plats.....	26
6.3	The Games Europe Plays – The Finnish Institute in London.....	27
6.4	Body <> Tech – University of Greenwich .....	29
6.5	Future Fest - Tobacco Dock.....	30
<b>THE GAMES EUROPE PLAYS SPELEN och innovationerNAError! Bookmark not defined.</b>		
<b>7</b>	<b>FRÅN EN DIGITAL VÄRLD TILL VERKLIGHET .....</b>	<b>51</b>
7.1	Målgrupp och publik .....	52
7.2	Marknadsföringen av The Games Europe Plays .....	57
<b>8</b>	<b>SAMMANFATTNING.....</b>	<b>64</b>
<b>9</b>	<b>DISKUSSION OCH SLUTSATSER .....</b>	<b>66</b>

## Figurer

Figur 1. Quote. foto: Stina Ofverstrom. (2017)

Figur 2. Quote. foto: Stina Öfverstrom (2017) (2017)

Figur 3. Panel kväll. foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 4. Ghislaine Boddingtons välkomsttal foto: Stina Öfverstrom (2016)

Figur 5. Debattkväll på University of Greenwich. foto: Stina Ofverstrom (2016)

Figur 6. Giggiebug sagornas karaktärer. foto: Giggiebug (2016)

Figur 7. Giggiebug foto vägg. foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 8. Giggiebug gamers collage. foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 9. Giggiebug TV-series. foto: Viivi Särkijärvi

Figur 10. Toca Boca spel stationerna. foto: Stina Öfverström

Figur 11. Ung gäst som spelar Perfect Woman. foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 12. Pressgäst testar hur det är att vara perfekt kvinna, foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 13. Amanitas spel Botanicula, foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 14. Mor och son spelar Botanicula, foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 15. The Games Europe Plays koncentrerade sig på barnspel men publiken var i alla åldrar och från olika branscher, foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 16. Chromatic Play. foto: Stina Ofverstrom (2016)

Figur 17. Vänster: Ung gäst leker med varelserna, foto: Viivi Särkijävi (2016) Höger: Konstnär Tine Bech blir intervjuad av press före launch, foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 18. En bild av Anna Dumitrius konstverk 'The Sequence Dress' jag postat på Finnish Institute in Londons Instagram konto för marknadsföring. foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 19. Marco Donnarummas uppträdande av Corpus Nil, foto: Marco Donnarumma (2016)

Figur 20. Good Night Lamp. foto: Designwarm (2016)

Figur 21. Finnish Institute in Londons praktikant Anna Pöppönen får livsråd av Karen, foto: Stina Öfverström (2016)

Figur 22. Karen. foto: Blasttheory (2016)

Figur 23. Gryphon Rider spelet. foto: Grendel Games (2016)

Figur 24. Upplägget av Molding the Signifier på Tobacco Dock (Future Fest) foto: Ivor Diosi (2016)

Figur 25. Vi hade praktikanter från The Finnish Institute, Czech Centre, Goethe Institute och body>data>space för att presentera Molding the Signifier åt publiken. foto: Ghislaine Boddington (2016)

Figur 26. Publik & Engagemang resultat. foto: Stina Öfverstrom (2016)

*Figur 27. Publik & Engagemang resultat. foto: Stina Öfverstrom (2016)*

*Figur 28. Publik & Engagemang resultat. foto: Stina Öfverstrom (2016)*

*Figur 29. Jag på flyer utdelnings rundtur i Camden, foto: Anni Laasala (2016)*

*Figur 30. Utöver flyersen som vi själv tryckte så delade vi ut London Games Festivals flyers. foto: Stina Öfverström (2016)*

*Figur 31. Alla våra flyers och The Games Europé Plays logon var designade av grafiska designern Tadej Vindis. foto: Tadej Vindis (2016)*

*Figur 32. I den andra utställningens flyers använde vi vår konstnär Ivor Diosis bilder. Avatar ansiktet är från Molding the Signifier som showcaseades på University of Greenwich och Future Fest. foto: Tadej Vindis (2016)*

*Figur 33. Tabell på printmedia. foto: Stina Öfverström (2016)*

*Figur 34. Tabell på nyhetsbrev foto: Stina Öfverström (2016)*



## 1 INLEDNING

Detta är ett examensarbete som bygger på mina erfarenheter från min sista praktikperiod för mina kulturproducentstudier på yrkeshögskolan Arcada (University of Applied Sciences).

The Games Europe Plays var tre stycken digitala evenemang och utställningar. Projektets utställningar ägde rum i London som en del av London Games Festivals Fringe program, University of Greenwichs eget galleri Stephen Lawrence Gallery och Nestas stora festival FutureFest 2016 på Tobacco Dock.

Utställningarna ville ge den engelska publiken en vision för att diskutera framtida scenarion om ämnet spelupplevelser i jobb och lek. Teman som våra seminarier inkluderade var könsfrågor, jämställdhet, kreativitet och samarbete i design, STEAM, digitala och interaktiva utrymmen, avatars och kreativa kompetenser.

I mitt arbete undersöker jag med hjälp av en fallstudie hur man kan skapa sociala upplevelser av interaktiva spelvärldar och äventyr.

## 2 SYFTE, FORSKNINGSFRÅGA OCH MÅLSÄTTNINGAR

Om någon skulle ha sagt mig för tre år sedan då jag började mina studier inom kulturproducentenskap, att jag kommer att skriva mitt examensarbete om indiespel och digitala evenemang, skulle jag nog ha undrat varifrån jag fått den idén. Nu i efterhand känns det inte så långsökt alls, för jag har hela min barndom varit omringad av spelkonsoler och haft ett intresse för allt som rör skärmar och digitala världar.

Det slutliga skälet till att jag ändå skriver mitt examensarbete om detta ämne för jag beviljades Kulturfondens elva månaders praktikstipendium hösten 2015 till The Finnish Institute in London för år 2016. Under praktikåret var min huvuduppgift att fungera som koordinator i Institutets största projekt som ordnades 2016, EUNIC's samarbetsprojekt The Games Europe Plays.

I dag är det alldeles vanligt att ett LAN-evenemang kan locka fler gäster än de största musikfestivalerna. Vår värld digitaliseras mer för varje år som går, och i samma veva kommer evenemangen och festivalerna att göra det.

Målsättningen med mitt examensarbete är att undersöka processen då vi producerade dessa tre utställningar och att identifiera motgångar som man kan stöta på när man skapar digitala evenemang till skillnad från de traditionella.

Digitala utställningar skiljer sig sist och slutligen inte mycket från de traditionella. Enligt egen erfarenhet finns de största skillnader inom publikarbete och marknadsföring av en så ny genre.

För att uppnå syftet ställer jag följande forskningsfrågor:

Hur förvandlar man spel och digital konst till sociala upplevelser?

Hur marknadsför man evenemang som dessa i en storstad?

Vilka metoder och verktyg kan man använda i marknadsföringsprocessen?

I detta examensarbete berättar jag först om digital konst, begreppet indie och digitala upplevelser för att ge läsaren en uppfattning om vilken sorts genre arbetet handlar om. Efter det presenterar jag The Games Europe Plays som en fallstudie, om spelen och installationerna, arbetsgruppen och visionen. I slutet går jag djupare in på marknadsförings- och evenemangsproduktionsprocessen.

Jag söker svar på dessa frågor med hjälp av arbetsmaterial från The Games Europe Plays-utställningarna. Under utställningarna fungerade jag själv som praktikant på institutet och koordinerade dessa evenemang från januari till augusti 2016.

Under processen då vi producerade evenemangen stötte jag på nya begrepp, tekniker, metoder och motgångar som jag aldrig tidigare gjort i evenemangsproduktion. I kapitlet om målgrupp och publikarbete går jag tydligare in på dessa frågor.

### **3 METOD OCH MATERIAL**

Min teoretiska referensram är olika teorier om spel och lek såsom de beskrivs av t.ex. författaren Miguel Sicart. Utöver detta använder jag teoretiska kunskaper om evenemang som jag lärt mig under mina studier och praktikperioder till kulturproducent.

Utställningar på The Finnish Institute i London behandlar jag som fallstudier. Fallstudier görs ofta efter att något har hänt. Med fallstudieforskaren Yins ord:

*“A case study is an empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon within its real life context, especially when the boundaries between phenomenon and context are not clearly evident” (Yin citerad från Woodside s.2).*

Fallstudier består ofta av information som går på djupet av det fenomen eller den händelse som undersöks. Dessutom kräver de ofta flera olika datakällor (Berg & Lune 2012. s. 325-326).

Jag har valt fallstudie som mitt sätt att undersöka detta projekt för att det beskriver tre mycket olika evenemang i samma bransch och ger en bred bild av olika möjligheter som finns i att producera evenemang av denna genre.

Materialet som jag undersöker är i form av pressmeddelanden, seminarier vi ordnade, visuellt material som vi använde i marknadsföringen av evenemangen, intervjuer, finansieringsansökningar, rapporter som vi gjorde för Arts Council och British Council, dokument som vi gjorde i planeringsskedet inför utställningarna och material från möten som vi hade under och före produktionen (januari-augusti 2016).

Jag granskar detta material för att hitta eventuella likheter i hur man hanterade digitala spel som evenemang och sociala upplevelser. Finns det till exempel vissa återkommande sätt som man “kommunicerar” spel i evenemang? Eller finns det en viss ton i pressmeddelanden? Och hurdana bilder väljer man för att marknadsföra och informera om spel som sociala upplevelser?

Eftersom jag själv ofta skapat det material som jag undersöker, berättar materialet också något om mig själv. Användandet av personliga dokument är, som Berg & Lune konstaterar i boken *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, vanligt i fallstudier (Berg & Lune 2012:333-334).

En viktig källa som jag använder mig av i mitt examensarbete är boken *Play Matters*. Boken är skriven av Miguel Sicart, som är Associate Professor på The Center for Computer Game Research på It Universitetet i Köpenhamn. Han är också författare till *The Ethics of Computer Games and Beyond Choices: The Design of Ethical Gameplay*. Miguel Sicart argumenterar att lek är att existera på denna jord; lekande är ett sätt att förstå vår omgivning, och ett sätt att samarbeta med andra. Frågor som Vad tänker vi på då vi hör ordet lek genom spel? Ett tidsfördriv? Barnsliga aktiviteter? Motsatsen till jobb? Sicart

ger många synvinklar på spelandet som jag hade mycket nytta av i mitt examensarbete och då jag ville formulera mina egna tankar konkret.

Fakta om indiespel sökte jag från filmen ”Indie Game: The Movie” från 2012. Dokumentärfilmen är gjord av kanadensiska filmproducenten James Swirsky och Lisanne Pajot. Filmen följer indiespelskapare och deras arbetsprocess.

I examensarbetet kommer jag också använda mig av kunskapen som jag fick under min praktikperiod i muntlig form från mina kolleger. Största delen av hela projektet var jag konstant omringad av många olika konstnärer, spelskapare, kuratorer, designers, tekniker, spelföretagare och professionella individer inom branschen för kroppsteknologi, evenemangsproduktion och spelvärlden. Alla dessa personer lärde mig dagligen något nytt och mycket av deras kunskap och kompetenser använder jag som muntlig fakta i mitt arbete. Andra källor jag refererar till i mitt examensarbete är The Games Europe Plays PR & marknadsföringsansvariga Marie Proffit’s undersökning som hon gjorde för Arts Council september 2016. I undersökningen berättar hon hur vi gjorde ifrån oss och siffror och statistik. Flera av källorna fann jag på Ebook Central, med hjälp av sökorden games, digital games, events, exhibition och case study.

Ut över detta gjorde jag sökningar på Thesus.fi med samma sökord men på engelska, finska och svenska. För min undersökning var dessa verk informativa och inspirationsgivande:

Håkansson, Laura. 2014, Developing a Marketing Mix for Independent Game Developers  
<http://www.theseus.fi/handle/10024/77235>, Hämtad 24.3.2017 kl. 10:07

Chan, Siu Yung. 2016, Guideline(s) For Planning A Gaming Event – Case Warhammer  
<http://www.theseus.fi/handle/10024/105405>, Hämtad 24.3.2017 kl. 10:08

Mäkinen, Juha-Matti. 2015, Independent Game Development  
<http://www.theseus.fi/handle/10024/102407>, Hämtad 24.3.2017 kl. 10:09

Sammanfattningen är ett resultat av teorikapitlen, egna observationer under produktionen, diskussioner med arbetsteamet vi jobbade med, pressmeddelanden och arbetsmaterial.

## 4 CENTRALA BEGREPP

I detta examensarbete använder jag många begrepp som kan ha olika betydelse i affärsvärlden, spelbranschen och på kulturfältet. I det här kapitlet beskriver jag hur de mest centrala begreppen definieras och används just i denna text.

Förutom dessa begrepp finns det vissa branschspecifika låneord från engelskan som jag valt att använda istället för deras svenska motsvarigheter. Orsaken till att jag inte velat översätta dessa ord till svenska är att de används aktivt inom branschen och för att det inte finns lika bra motsvarande ord på svenska språket.

Appstore – En serviceplattform för mobiltelefoner där man kan ladda ner eller köpa olika mobilapplikationer.

Avatar – Avatar är en figur i en virtuell värld som exempelvis kan representera en spelare i ett spel. Avataren är en datoranimerad figur som kan styras med mus, tangentbord eller andra styrdon. Ordet Avatar kommer från indisk religion, där ordet står för en andlig eller gudomlig varelse som har tagit kroppslig gestalt.

Brexit – Folkomröstningen om Storbritanniens medlemskap i EU 2016. Omröstningen gällde ifall Storbritannien ska stanna kvar eller lämna EU. Omröstningen genomfördes 23 juni 2016 och resulterade i att Lämna-sidan vann med 51,9 procents röstandel.

Developer – En person som står bakom en innovation eller digital skapelse.

IOT (Internet of Things) – Sakernas Internet, är ett föremål som hushållsapparater, kläder och accessoarer, men även maskiner, fordon och byggnader, som har försetts med inbyggda elektroniska delar, såsom sensorer, datorer och internetuppkoppling vilket gör att föremålen kan sammankopplas fysiskt eller via trådlöst nätverk och därefter utbyta data.

Interaktivt utrymme – Ett utrymme som är helt och hållet digitaliserat eller har dekorationer av något digitalt. Utrymmet kan reagera på rörelse och ljus eller spelas.

Media reach (inom sociala medier) – Hur en viss post eller uppdatering nått publiken.

Showcase – Att visa upp en viss produkt, installation eller verk.

TGEP – I denna text använder jag ibland förkortningen ‘‘TGEP’’ för The Games Europe Plays.

Publisher - Ansvarig utgivare, juridiskt begrepp. Tryckta eller inspelade media skall normalt ha en ansvarig utgivare som kan ställas till svars för tryckfrihetsbrott.

Virtual Reality – En virtuell verklighet på svenska, är en datateknik som representerar en verklig miljö. Den simulerar användarens fysiska närvaro samt miljö för att möjliggöra användarinteraktion. Virtuellt konst kan upplevas med VR-glasögon som vi hade i vår utställning.

## 5 TEORI OCH BAKGRUND

The Games Europe Plays-projektets utställningar skiljer sig radikalt (genremässigt) från varandra och därför representerar varje evenemang olika stilar av digitala upplevelser och konst. I detta kapitel presenterar jag ämnen som stod i fokus på våra utställningar: första utställningen fokuserade på indiespel för barn och unga, den andra på digital konst och hur människokroppen interagerar med det digitala, och den tredje går in på kreativa och interaktiva utrymmen. I detta kapitel presenterar jag också olika former av digitala evenemang så att man får mer perspektiv på vilka möjligheter till evenemangsproduktion som finns i denna fantastiska bransch av spel och interaktiva installationer.

### 5.1 Indie-spel – Vilka egenskaper skall ett spel ha för att kunna kallas indie?



Figur. 1 Quote. foto: Stina Öfverstrom. (2017)

Till en början vill jag gå in på begreppet indie. Alla våra konstverk, spel och installationer i TGEF-utställningarna kunde läggas i och representerade kategorin indie. I detta kapitel definierar jag begreppet indie och går sedan djupare in på indiespel.

Motsatsen till begreppet indie kallas mainstream. I spelvärlden finns det ingen exakt definition för av vad som kan räknas eller identifieras som indiespel, men oftast har indiespel sina egna drag som jag berättar om till näst.

I en artikel skriven av spelexperten Juan Gril förklarar han kort sin tolkning av begreppet indiespel. Han säger att en del tänker att själva ordet independent betyder independent finansiering. Med detta menar han att skapandet av spelet inte är finansierat av en utomstående developer. Ett annat sätt att tolka independent är förknippat med ”independent thought”, alltså att ingen har styrt designerns kreativa process. (*The State of Indie Gaming, Juan Gril*)

Gril upplever att det senare nämnda förslaget stämmer bättre, för oftast behöver man en signifikant summa pengar för att skapa ett indiespel, och oavsett varifrån pengarna kommer, räknas det att spelet skapades och letts av en individuell idé och inte av en beställning.

Grils egen definition av indiespel är ändå att det måste vara ett spel som försöker ge en ny innovativ upplevelse åt spelaren. Det skall inte vara någon produkt som skall fylla en publishers portfolio, inget som har skapats på en marknadsföringsavdelning, och det ska inte ha designats av en kommitté. Han påpekar också att idag är indiespel oftast skapade av små team, men han tror ändå inte att det kommer vara så i framtiden. (*The State of Indie Gaming, Juan Gril*)

I dokumentärfilmen Indie Games berättar Brandon Boyer från Independent Games-festivalen sin syn på skillnaden emellan indiespel och mainstreamspel. Han säger att mainstreamspelen har tydliga mål, de vill underhålla stora publikgrupper och få exempelvis tio miljoner människor att spela ett spel samtidigt, med andra ord är spelen gjorda för stora massor. Utgångspunkten i planeringsskedet är att spelet skall bli en kommersiell produkt som skall ge stora vinster. (*Indie Game: The Movie 2012*)

Indiespel brukar oftast vara skapade av en individ, ett litet team eller en grupp på bara några personer. Skaparna bakom spelen brukar också koncentrera sig endast på ett spel och dess utveckling åt gången, till skillnad från de stora bolagen som kan skapa många tiotal spel på en och samma gång. Chris Dahlen (*Indie Games Company*) säger att ofta har den lilla gruppen av skapare en tydlig vision och strävar tillsammans mot ett gemensamt mål.

Ofta är detta något gruppen känner för att skapa, koda och tillverka. Gus Mastrapa (medarbetare hos spelfirman Weird) berättar i dokumentärfilmen att ofta är ett spel gjort av en person, som haft en tydlig vision av hur spelet skall se ut och vad det skall handla om. (*Indie Game: The Movie, 2012*)

## 5.2 Indiespel växer - Sharewareprogram

Men om inte indiespel har en publisher, inget finansiellt stöd bakom sig och bara några personer som skapat spelen, hur har indiespel gjort många miljoner? I detta kapitel berättar jag om program som har gjort det möjligt för indiespelskapare att bli miljonärer och vilka verktyg som använts för detta.



Ron Carmel (Spelskapare hos World of Goo) säger att den främsta anledningen till att indiespel blev stora var tillväxten av digitala distribution~~skanaler~~. Förr brukade försäljare ha stort inflytande över alla företag och bolag som skapade spel, för att detta var det enda sättet att sälja spel.

Då digitala distribution~~skanaler~~ kom till var ingen villig att distribuera sina spel digitalt för att alla var rädda att butikskedjan Walmart skulle bli upprörda och ta ner deras spel från affärshyllorna. Under dessa tider i USA var Walmart den största spelsäljaren och utgivaren så ingen ville gå emot dem.

Men Valve ändrade på detta då de släppte ut Steam. Steam kände ingen plikt mot försäljare, så då började alla använda sig mer av digitala distribution~~skanaler~~. (*Indie Game: The Movie 2012*)

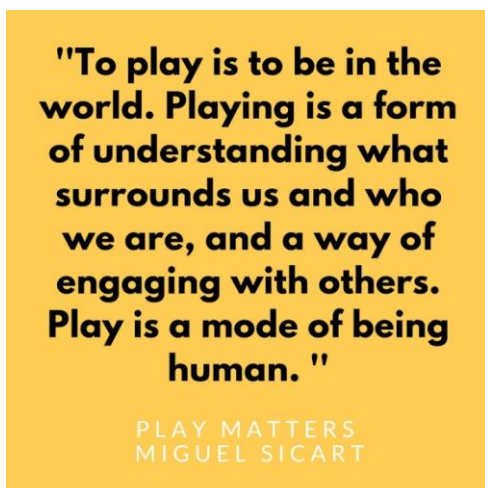
Steam går under kategorin Sharewareprogram, som också kallas spridningsprogram. Från dessa sidor får man kopiera och sprida obegränsat. Men det betyder inte att det är helt och hållet gratis. Shareware är bara ett smakprov som gör det möjligt att kostnadsfritt titta lite närmare på ett program eller spel under en begränsad tid (oftast 30 dagar). Dessa program brukar sluta fungera efter en viss tid eller påminna kontinuerligt om att det är dags att betala för att få en full version efter att tiden gått ut.” (*Vad Betyder Shareware? by Shareware 2014*)

Tack vare Shareware kunde folk få smakprov på indiespel och sedan ladda ner den fullständiga versionen mot en summa pengar ifall de föll för spelet.

I Netflix - dokumentären Indie Games berättar skapare bakom olika kända indie- spel att när de inte haft ett finansiellt stöd har de fått fria händer att uttrycka sig själva i den kreativa processen.

Speldesignerna och programmerarna lyder inte under ett större spelbolag eller företag utan jobbar i egen takt utan deadlines, kreativa begränsningar, eller behov av att be om lov eller godkännande när det gäller den kreativa processen. När skaparna är fria resulterar det ofta i att indiespel är väldigt starka när det kommer till innovation och kreativitet. (*Indie Game: The Movie 2012*).

### 5.3 Spel och hälsorisker



Figur 2. Quote. foto: Stina Öfverstrom (2017)

I detta kapitel vill jag ge läsaren en bakgrund om spel och hälsorisker. Under senare åren har det skrivits många artiklar om hur spelande är farligt för både barn och vuxna, och alla hälsorisker spelande kan leda till. Alla våra utställningar var förknippade med hälsa och välfärd, och vår kurator Ghislaine Boddington hade valt installationer och spel som var bra för människans hälsa i dagens digitaliserade värld.

Vår första utställning i The Games Europe Plays behandlade indiespel som var skapade i olika europeiska länder och riktade till barn. Med dessa evenemang ville vi behandla områden som indiespelens status i Europa, undersöka hälsosamma spel och visuellt starka spel för unga. Med undtställningnara ville vi undersöka användningen av den psykiska delen av kroppen i spel, och hur vi representeras i virtuella former, showcaser av interaktiva installationer och virtual reality verk till skärmbaserade spel och applikationer. I boken Play Matters nämns ofta begreppet "Playful Thinking" och som det beskrivs bra i boken:

*"New ways of thinking about games and new ways of using games to think about the rest of the world. (Sicart, Miguel. 2014, Play Matters (Playful Thinking), s. 158)*

Under alla våra utställningar hade verken en djupare anknytning till vår digitala framtid. Som Miguel säger i sin bok, lever vi i väldigt spännande tider. Vi har stött på detta argument många gånger om att spel är överallt; att intellektuella, konstnärer, politiker och spelinstitutioner är för allvarliga och triviala ändamål. Vi kan också ha läst att spel kommer att vara den dominerande kulturella formen av XXXI-talet. (Sicart, Miguel. 2014, *Play Matters (Playful Thinking)*, s.1)

I vår första utställning var våra målgrupper barn och barnfamiljer. Vi stötte på några fördomar om att det inte var hälsosamt för barn att spela spel, och att digitaliseringen inte var bra för barn. Framtiden lutar ändå mot att lek kommer vara digitalt och att gemensamma interaktiva sätt att leka blir vanligare. Som Miguel skriver i sin bok: Vi leker med spel, men vi leker också med leksaker, på lekplatser, med teknik och design.

Lek är inte bara ofarliga, inkapslade och positiva aktiviteter som filosofer har beskrivit. Precis som alla former av lek, kan det vara farligt: det kan sårar oss, skada, avsocialisera och korrumpera. Lek är en manifestation av mänsklighet, som används då vi vill uttrycka oss och att vara en del i denna värld. (Sicart, Miguel. 2014, *Play Matters (Playful Thinking)*, Sida 2)

Miguel poängterar att lek inte alltid är kul. Lek skapar njutning, men njutningen vi får av lekandet är inte alltid förknippad med lycka eller positiva känslor. Lek kan till och med kännas njutningsfullt när det skadar, kränker, utmanar, retar och sårar oss och även när vi inte leker. (Sicart, Miguel. 2014, *Play Matters (Playful Thinking)*, Sida 3)

Lek kan alltså också vara farligt och destruktivt. Det kan vara beroendeframkallande och genom detta leda till olika typer av skada – fysiska skador, förlorade sociala nätverk, emotionella sammanbrott etc. Lek är en dans mellan skapande och förstörelse, som går mellan kreativitet och nihilism. (Sicart, Miguel. 2014, *Play Matters (Playful Thinking)*, Sida 3)

Men Miguel uppmanar att vi skall tänka på spel som ett sätt att uttrycka oss, ett sätt att engagera sig i världen, och inte som en aktivitet för konsumtion utan en aktivitet för produktion. Som litteratur, konst, sång och dans, som politik, kärlek och matematik, är spel ett sätt att engagera och uttrycka vårt närvarande i världen. (Sicart, Miguel. 2014, *Play Matters (Playful Thinking)*, Sida 5)

Lek är en grundläggande del av vårt moraliska välbefinnande, och en del av vårt sunda och mogna kompletta människoliv. Genom lek upplever vi världen, vi bygger det och

förstör den, och vi utforskar vilka vi är och vad vi kan säga. Spel befriar oss från moraliska konversationer, men ger dem ändå en närvarande form, så att vi är medvetna om deras viktighet, närvaro och tyngden på det hela. (Sicart, Miguel. 2014, Play Matters (Playful Thinking sida 5))

I framtiden kan inte barnen undvika digitala föremål eller spel. Världen digitaliseras fort och vi har inget annat val än att gå med i det.

## **5.4 DIGITALA EVENEMANG - SPEL FÖRÄNDRAS TILL SOCIALA UPPLEVELSER OCH INTERAKTIVA UTRYMMEN**

### **5.4.1 LAN-Parties**

I detta kapitel ger jag exempel på hur spel kan bli till sociala upplevelser, stora som små. Spelandet behöver nödvändigtvis inte alltid vara en osocial hobby. När vi hör begreppet digitala spel som man spelar med konsoler eller hemma i sitt vardagsrum med hjälp av sin kropp, så brukar vi genast associera detta med något som man gör ensam och en osocial syssla. Men det skall det inte behöva vara.

Att göra spelandet och digitala världar till sociala upplevelser kan låta väldigt modernt, men det har pågått i många år. Något som kallas LAN Parties började med kompisar som spelade ihop, som lett till att tusentals personer samlas för att dela den digitala spelupplevelsen. Ordet "lan" är en förkortning av "local area network" och med lan i spelvärlden menar man en grupp av personer som samlas med sina egna PC-datorer för att spela i samma fysiska utrymme. Detta är ett intimt och effektivt sätt att lägga en social aspekt till spelupplevelsen. Att kunna dela känslorna och de psykiska reaktionerna spelaren har i ett socialt utrymme är något som inte medspelarna får ifall de skulle göra detta genom online spelande. (Gaming has Left the Lan Party Behind by Ben Kuchera, 2015).

Min lillebror och hans vänner samlas några gånger i månaden hemma hos någon för något som de kallar "Lanit" (förkortning av LAN på finska). Kvällen kan ta från 24 timmar enda upp till 60 timmar. Detta är en social händelse som planeras noggrant många dagar på förhand. Vad skall införskaffas när det kommer till mat och dryck? Vilka spel skall laddas? Vilken teknisk utrustning behövs och vad finns redan på plats? Är belysningen

på plats passande för skärmarna? Finns det möjlighet för en ”vilo-spot” där man kan sova några timmar mellan allt spelande?

Inför en LAN-kväll med fem stycken killar går de noggrant igenom saker som är relevanta för mig som kulturproducent. Då spel och digitala upplevelser blir till en social händelse så krävs det samma planering som i vilket evenemang som helst, om inte ibland lite mer på grund av allt det tekniska.

Det jag just beskrev är ett litet socialt LAN-event för fem killar under en helg. Men LAN-event kan vara stora festivaler som håller på i veckor i stora arenor eller mässhallar med tusentals gäster. Vanligaste syftet för ett LAN-event är att spela datorspel mot varandra. Förutom spelandet så finns det också en social aspekt i LAN-event som tävlingar och olika händelser som arrangeras vid sidan om spelandet.

Rekordet för världens största LAN-event innehas av svenska LAN-eventet Dreamhack som ordnades på Elmia i Jönköping. Vintern 2010 sattes det senaste världsrekordet med 12 757 datorer i nätverket bekräftade av Guinness Rekordbok. Totalt checkade man in omkring 13 000 personer i entrén, vilket inkluderade besökare, funktionärer och sponsorer. (Guinness World Records 2010)

Ett annat liknande sätt att uppleva socialt spelande är internet café, som också är kända med namnet cyberkafé. Dessa har sitt ursprung i Sydkorea, och är superpopulära i asiatiska storstäder.

#### 5.4.1 Digital Konst

Vår första utställning i TGEF-serien koncentrerade sig på spel och de två sista utställningarna var tillägnade endast digital konst. I detta kapitel berättar jag mer om vad som är digital konst och dess historia.

Vad är digital konst? – Jo, raka motsatsen till traditionell konst.

”Den största skillnaden består av att vi inte har den färdiga bilden som vi målar på ett traditionellt vis som en fysisk bild eller duk som går att ta i direkt efter sista insatsen. En färdig bild som vi har målat på digitalt vis är en sparad fil på några Megabit/Gigabit i vår

dator, hårddisk eller exempelvis iPad. Sedan är metoden i sig likaväl den största skillnaden. Digital konst är som en ny metod av konst överlag och det är väldigt sällan det handlar om någonting annat.” (Vad är digital konst? by Lovisa Ivarsson 2014)

Första gången termen digital konst användes var i början av 1980-talet när datoringenjörer skapade rit program som användes av den digitala artisten Harold Cohen.

Digital konst kan vara datorgenererad, skannad eller ritad med hjälp av en tablett eller mus.

Tack vare förbättringar i digital teknologi på 1990-talet, blev det möjligt att ladda ner videon till datorer, vilket möjliggjorde för artister att manipulera bilder som de filmat med videokameror. Detta gav artister en kreativ frihet inom editering av videon och visuella kollage.

Dagens digitala läge är så starkt att det har gett möjligheten för digital konst att bli en interaktiv upplevelse där publiken har kontroll över den konstnärliga kurvan. (Digital Art, Tate Modern 2012)

Digitala konstverken och installationerna stod i fokus i våra sista utställningar. De representerade virtual reality, skärm konst, spel konst, cyber konst, digitala illustrationer, digital arkitektur, digital smart design, interaktiv konst, pixelkonst, datormusik och mycket mer.

## 6 FALLSTUDIE – THE GAMES EUROPE PLAYS 2016

### 6.1 Arbetsgruppen

I följande kapitel berättar jag om den arbetsgrupp vi jobbade med för att förverkliga dessa tre evenemang. Vi var en stor grupp av finansiärer, organisationer, konstnärer, praktikanter, frivilliga, frilansare, institutioner och ambassadörer för att göra projektet The Games Europe Plays så bra som möjligt.

Spel har haft och kommer ha en alltmer växande central position i vårt kulturella, sociala och ekonomiska liv och EUNIC London, som en plattform för europeisk kreativitet, har en strategisk roll för att showcasea innovativa Europeiska spel och upplevelser i England. The Games Europe Plays kommer att möjliggöra det i för Finnish Institute In London, som en medlem i EUNIC, att utveckla vår kunskap, få nya partnerskap på spelmarknaden, inom den kreativa industrin, business och digital konst samt nå ny publik, speciellt när det kommer till unga individer och Londonbaserade kreativa själar.

Istället för att fokusera på de stora spelföretagen, lade vi ett fokus på independent spel studios. The Games Europe Plays mål var att göra-skapa lång-variga kontaktnät mellan sektorer, mellan konstnärer och kreativa studion, att uppmuntra kunskapsöverförning, mobilisering och fortsatt samarbete mellan engelska konstnärer i kontinentala Europa och europeiska konstnärer i England.

The Games Europe Plays har visat Europas bästa spel från 'full bodied'' spelande till interaktiva installationer till skärm baserade spel och applikationer. Vi presenterade uppslukande och lekfulla spel som gav publiken en möjlighet att föreställa sig hur spelindustrin används i dagens läge, men också hur den kommer se ut och användas i framtiden.

### 6.1.1 Ghislaine Boddington

Eldsjälen bakom och skaparen av projektidén var kuratorn, dramaturgen, konstnären, forskaren, tankeledaren, kroppsteknologen och den digitala experten Ghislaine Boddington

*''From a performing arts background, Ghislaine has directed numerous international projects, creating unique convergences between the physical body, telepresence, motion capture, robotics, wearables, sense/gesture tech and virtual worlds. Her work examines the representation of our physical selves and our identities in virtual environments and the hyper enhancement of our human senses through the digital transmission/reception of body data, such as touch, motion, biofeedback and gesture. She has created live links between thousands of participants/audiences across the world for educational, performing arts and creative industries usage since the mid-nineties.''*

(Body Data Space om Ghislaine Boddington, 2017)

Hennes vision för detta projekt var att ge plats och synlighet åt den levande och blommande europeiska spelscenen i England, samt att få fram framtida scenarion genom spelupplevelser som centrum för jobb och lek.

Att få jobba med Boddington nästan dagligen var inspirerande men tufft. Hon stöttar och ger en massa komplimanger då man jobbar med henne, men för att få dessa komplimanger får man jobba hårt och verkligen visa till hundra procent att man gör sitt bästa. Hon har ett vasst öga för talang, personer med hunger och historier.

Under TGEP-utställningarna jobbade vi aktivt med body>data>space kollektivets experter som Ghislaine Boddington samlat till sin kontaktlista längs med åren. Att jobba och träffa dessa härliga människor speglar också hur karaktärer som Ghislaine drar till sig otroliga personligheter med fantastiska färdigheter.

### 6.1.2 EUNIC – European Union National Institutes For Culture

Initiativet till att förverkliga projektet kom från EUNIC London (European Union National Institutes for Culture), som är ett nätverk för alla kulturella institut och ambassader från medlemsstater i den Europeiska Unionen i London. Londons EUNIC nätverk har som



bäst 32 medlemmar som delar kunskap och resurser för att främja samarbete och utveckla partnerskap mellan europeiska och engelska organisationer.

EUNIC har varje år ett stort projekt som ges till någon viss medlem att utföra. The Games Europe Plays gavs åt The Finnish Institute in London och Czech Center som ett gemensamt projekt att utföra. Finnish Institute in London och Body Data Space (organisationen där vår kurator Ghislaine Boddington är grundare och kreativ direktör) koordinerade projektet, och fick ytterligare extra hjälp av följande institutioner och ambassader: Czech Centre, the Danish Embassy, the Goethe-Institut London och Svenska Ambassaden. Projektets syfte var att hämta ett bra urval av indie och innovativa spel gjorda i Europa till London för att upplevas och spelas.

### **6.1.1 The Finnish Institute In London**

The Finnish Institute in London som hade huvudansvaret för detta projekt, är en privat non-profit stiftelse som hämtar samman aktörer, samhällen och organisationer. Institutets mission är att identifiera nya frågor som är viktiga i samtida samhället i Finland, England och Irland. De uppmuntrar tvärvetenskapligt och gränsöverskridande samarbete genom att skapa nätverk och bygga nya partnerskap. The Finnish Institute in London jobbar med konstnärer, kreatörer, forskare och beslutsfattare.

The Finnish Institute vill ta upp sociala utmaningar och kulturella praktiker i nya, positiva riktningar. För att lyckas med detta, öppnar de utrymmen för nya idéer, diskussioner och trender genom att föra passionerade människor tillsammans. De tror att en nypa risktagande tillsammans med hårt arbete av fantasifulla människor kan förändra kulturer och utrymmen vi kollektivt använder. Deras mission är att öka medvetenhet om den finländska kulturen och samhället i Storbritannien och Irland, och att öka samarbete mellan dessa länder. För att nå detta mål, identifierar institutet nya frågor och strävar efter att göra en positiv social inverkan. Institutet provocerar sina partners att genomföra kulturellt och socialt betydande åtgärder.

### **6.1.1 Finansierare – Arts Council England & British Council**

The Games Europe Plays projektet fick finansiering av Arts Council England och en av våra projektpartners British Council. British Council är en internationell organisation för kulturella förbindelser. Konst är en av de tyngsta missionerna för British Council. Deras uppdrag är att skapa en vänlig kunskap och förståelse mellan människor från Storbritannien och resten av världen. De hittar på nya sätt att hämta människor samman, ge förståelse genom konst, utveckla starkare sektorer runt om världen som är starkare bundna i samband med Storbritannien.

## 6.2 Tid Och Plats

Till näst berättar jag bakgrund om de tre evenemangen som vi ordnade under projektet. Jag berättar om evenemangen i den ordningsföljd som de producerades. Först berättar jag när och var varje event ordnades för att ha en bas för de kommande kapitlen.

Första evenemanget jag berättar om tog plats på The Finnish Institute in London från 2-10 April 2016. Vi var öppna på måndag, onsdag-fredag 12.00-18.00, tisdagar 12.00-20.00 och Lördag till Söndag 11.00-17.00. Institutets praktikanter funderade som personal under utställningens öppettider.

Andra evenemanget Body<>Tech utställningen hölls på Stephen Lawrence Gallery (University of Greenwich) från 7 juli till 26 augusti. Utställningen var öppet på från tisdag till fredag 11.00-16.00. Stephen Lawrence galleriet ger en möjlighet för universitetets ungdomar att sommarjobba på galleriet, så studeranden från universitetet fungerade som personal under utställningens öppettider.

Vårt sista evenemang i projektet var Future Fest som ordnades 17 - 18 september på Tobacco Dock.

### 6.3 The Games Europe PPlays – The Finnish Institute In London

Detta kapitel berättar noggrant om första utställningen på The Finnish Institute in London. Temat för vår första utställning var visuellt starka spel som hade någon anknytning till hälsa. Målgruppen som vi fokuserade på var barnfamiljer och yngre publik.

Utställningen var med i **London Games Festivals** Festival Fringe program. Games London är ett nytt program som stöder utveckling, tillväxt och promotion av spel och de interaktiva scenen i Storbritanniens huvudstad. Programmet (London Games Festival) är finansierat av Mayor of London's Leap – The Local Enterprise Partnership for London och levererat av Film London, huvudstadens strategiska agentur för film och media, och Storbritanniens handelsorganisation för spelindustrin The Association for UK Interactive Entertainment (Ukie).

The London Games Festival tog fram den kulturella styrkan hos den interaktiva underhållningsindustrin. Detta år var det över 38,000 människor som deltog i alla olika evenemang och utställningar som festivalen hade att erbjuda. Själva festivalen pågick i hela tio dagar.

Torsdagen den 7 april ordnade vi en panelkväll på The Finnish Institute in London. Dess syfte var att undersöka på vilket stadium vi ligger i spelandet i Europa idag. Panelen modererades av vår fantastiska kurator Ghislaine Boddington. I panelen satt journalisten och TV presentatören Kate Russell (England), Installations- och spelartisten Tine Bech (Danmark/England) och direktören för det finska spelindustriföretaget Neogames Koopee Hiltunen.

Ämnen som diskuterades av panelen var karriärutvecklingen hos unga människor i den framtida spelindustrin, kreativitet och samarbete i design, könsperspektiv i spelindustrin och STEAM (Science, Technology, Engineering, Art & Design, Maths).

Något som vår kurator Ghislaine Boddington ville få fram i de indiespel som hon valt till vår utställning var stark betoning på design, det visuella, det virtuella interaktiviteten och det psykiska engagemanget.



Figur 3. Panel kväll. foto: Stina Öfverström (2016)

Torsdagen den 7 april ordnade vi en paneldiskussion som modererades av Ghislaine Boddington. Panelisterna inkluderade journalist och TV-personligheten Kate Russel (UK, högra hörnet), spel och installation konstnären Tine Bech (Danmark/UK, vänstra hörnet) och finska spelindustri bolaget Neogames VD Koopee Hiltunen (i mitten). Från panelkvällen på The Finnish Institute. Panelisten Kate Russel (höger) och moderator/kurator Ghislaine Boddington (vänster). Debatten tog en titt på ungdomars karriärmöjligheter inom spelbranschen, kreativa samarbetsprojekt i design, könsfrågor i spel industrin och STEAM.

Spelen som valdes till utställningen var exceptionel när det gällde design, kreativitet, stimulans speletik, avmystifiering av skador och faror när det kommer till barnens hälsa och kreativa utveckling. Dessa är några frågor och poänger som vi undersöker genom utställningen och i våra debatt: Hur lär sig unga människor genom spel och lek? Hur kan spel stimulera fantasin och kreativiteten? Hur kan digitala spel hämta barn och familjer tillsammans över olika generationer för lek och ny kunskap? Vilka är de framtida kreativa färdigheter som behövs hos unga människor? Är framtiden jämställd för kvinnor och män? Hur representerar spel kvinnor och kön? Hur representerar barn sig själva i virtuella syften och spel?

Ghislaine Boddington kommenterade Finnish Institute in Londons spel utställning på följande sätt:

**Commented [JT1]:** Upprepning, samma sags i ett stycke ovanför bilden.

“Gaming today has gone digital and is evolving into some wonderful new forms, enabling us to envision future scenarios in which gaming experiences are at the centre of work and play. New formats use the whole of our bodies into the game, both through physical interactions and through exploring digital representations of ourselves. The exhibition allows us to explore a European perspective on the evolution of games for the future.”



*Figur 4. Ghislaine Boddingtons välkomsttal foto: Stina Öfverstrom (2016)*

Valet av spel utgick från att alla länder som deltog i EUNIC-samarbetsprojektet fick ha sitt eget land i representerat. Tyvärr måste vi skippa spel från vissa länder för att teknologin på deras förslag på spel var för komplicerad, eller för att spelet bara fanns i ett exemplar (teknisk utrustning) som just då turnerade i ett annat land.

#### **6.4 Body <> Tech – University Of Greenwich**

Andra utställningen i vårt projekt ordnades på The University of Greenwich i universitetets galleri Stephen Lawrence Gallery. University of Greenwich Galleri öppnades 2013 i den nyare byggnaden på Stockwell Street. The Stephen Lawrence Gallery syftar till att främja olika visuellt märkvärdiga utställningar. Oftast är utställningarna grupputställningar av konstnärer, designers och arkitekter.

Denna utställning gick under namnet Body<>Tech. Dess tema var att undersöka vår kropp från dess gömda mikro bakterier till digitala inkarnationer. Body<>Tech tar en lekfull titt på hur digitala teknologin hjälper oss att bli friska men hur den också kan störa vår hälsa i dagens läge, och också i framtiden.

BODY <>TECH griper i debatten kring europeisk spelande och interaktiva spel & installationer som representerar våra kroppar och sinnen. I denna utställning ville vår kurator Ghislaine Boddington visa verk som både har ett socialt syfte och artistiska avsikter som kan visa den nya världen – var insidan berör utsidan, det digitala hjälper det psykiska, det virtuella och psykiska kommer samman.



*Figur 5. Debattkväll på University of Greenwich. foto: Stina Överstrom (2016)*

Kring denna utställning så ordnade vi en debattkväll torsdagen den 7 juli på University of Greenwich. Denna paneldiskussion handlade om spelande runtomkring i Europa och interaktiva verk som representerar våra kroppar och sinnen. Diskussionen var organiserad av Ghislaine Boddington och Digital Arts Lead Ian Thompson.

## 6.5 Future Fest - Tobacco Dock

Sista utställningen av The Games Europe Plays projektet var på stora spelfestivalen Future Fest 17-18 september 2016. Future Fest är en veckoslutsfestival som ordnas i gamla tobaksfabriken Tobacco Dock i Wapping. Future Fest ordnas varje artonde månad i London.

Veckoslutet är fyllt med talks, upplevelser, debatter om framtiden, utställningar, seminarier och mycket mer. Evenemanget ordnas av Storbritanniens innovationstiftelse Nesta. **Nestas** mission är att väcka kraftfulla nya idéer för att förbättra hur världen fungerar för oss alla. Nesta ser en värld full av möjligheter, där människors idéer har kraften att förbättra allas liv. Enligt dem förändras världen och vi behöver nya idéer för att ta itu med de stora problem vi alla står inför. De vill ge fler människor möjligheter att anta dessa utmaningar och forma en bättre framtid för alla. Nesta arbetar med andra för att uppnå sina egna mål, för att de vet att de inte kan nå alla förändringar själva. De arbetar med en kombination av partners från hela världen, med att förena de stora, såsom nationella regeringar och globala teknikföretag, med gräsrotterna, till exempel samhällsgrupper och lokala aktivister.

Nesta har hjälpt människor och organisationer att komma tillsammans med idéer till livet. Nesta stödjer människor och organisationer över hela Storbritannien, Europa och i mer än 40 länder över hela världen. Deras arbete omfattar nya idéer inom utbildning, hälso- och sjukvård, konst, teknik och ekonomisk politik.

Under vår sista utställning så visade vi bara en artist på Future Fest, samma som vi hade på Stephen Lawrence Gallery, Ivor Diosi's Molding the Signifier. Marco Donnarumma som tidigare var med i Body<>Tech utställningen deltog i en paneldiskussion under Future Fest-helgen.

## UTSTÄLLNING 1. THE GAMES EUROP PLAYS - FINNISH INSTITUTE IN LONDON

I detta kapitel presenterar jag alla spelen och installationerna som var med i The Games Europe Plays utställningarna. Jag presenterar alla verk i den ordning som utställningarna ordnades alltså: The Finnish Institute – The Games Europe Plays, University of Greenwich – Body<>Tech och Nesta - Future Fest.

### Gigglebug – Kikattava Kakkiainen



Figur 6. Gigglebug sagornas karaktärer. foto: Gigglebug (2016)

Spelet som representerade Finland i den första utställningen var Gigglebugs spel Face Race. Joonas Utti och Anttu Harlin är skaparna bakom Gigglebug, och deras mantra är: skratt tillsammans med andra är det bästa på denna jord.

När de designar och skapar Gigglebug-historierna, vill de åstadkomma lärorika mönster och metoder som gör barnen glada med hjälp av digitala upplevelser, skärmar och TV. Gigglebug är ett independent pre-school brand som grundades 2013.



Gigglebugs spel "Face Race" som var en show-case på The Games Europe Plays hade premiär på just denna utställning. Face Race är ett spel för barn såväl som vuxna och går ut på att du skall göra roliga grimaser och miner. I spelet dyker det upp animerade karaktärer på skärmen som gör grimaser som man sedan skall härma. Mobilapparatens kamera läser av data från ditt ansikte och analyserar sedan hur bra du lyckades med att matcha karaktärens givna grimas. Denna applikation fungerade på Ipad, Iphone och Ipod Touch.



*Figur 7. Gigglebug foto vägg.foto: Stina Öfverström (2016)*

Detta spel var uppsatt i en träbox där du kunde spela spelet vid ett bord med en Ipad. Utanför stora träboxen fanns en TV skärm som var kopplad till Ipaden inne i träboxen, så att man kunde följa spelet på utsidan. Vi gav också våra galleri- gäster möjligheten att printa ut sina Gigglebug-ansikten som de sedan kunde ta med sig hem eller sätta upp på väggen i träboxen.



*Figur 8. Gigglebug gamers collage. foto: Stina Öfverström (2016)*

Vänster: Ett gäng barn och unga som bjöds in för att spela och ge kommentarer till pressen i launchen.

Höger: En av spelskaparna Joonas Utti testar spelet före launch.



*Figur 9. Gigglebug TV-series. foto: Viivi Särkijärvi*

Gigglebug som var en showcase också Gigglebug TV Animation som rullade på en skärm bredvid träboxen och ljudböcker som kunde läsas i träboxen.

### Toca Boca - Robot Lab & Toca Nature



*Figur 10. Toca Boca spel stationerna. foto: Stina Öfverström*

Vänster: Ung gäst som spelar Toca Bocas spel Robot Lab. Spelet var anslutet via Ipaden till en stor skärm så att andra galleri gäster kunde se på spelandet.

Höger: Ung gäst som spelar Toca Bocas spel Toca Nature. Spelet var fastsatt i ett bord där man kunde spela. Alla spel med ljud hade hörlurar så att man fick den ultimata spelupplevelsen.

Sverige representerades av Toca Boca, som hade två spel med sig: Toca Nature och Toca Boca Robot Lab som båda är mobilapplikation spel för barn i 6-8 års ålder.

Deras filosofi är att lekfullt lärande och att ha roligt är bästa sättet att lära sig. Därför har de gjort digitala leksaker för att stimulera fantasin.

Toca Nature handlar om att forma naturen och att i spelet kunna se den utvecklas. I applikationen planterar man egna träd som resulterar i en skog, samlar bär, nötter och matar olika djur. Barnen lär sig i spelet att vilka djur som äter vad och helt enkelt hur naturen fungerar. Spelet är visuellt starkt och lärorikt för barnet.

Toca Boca Robot Lab är gjort för barn från 0 till 5 års å. Genom att dra ihop färggranna former kan man bygga sin egen robot, och efter det spela en kort liten flygtur med roboten man skapat.

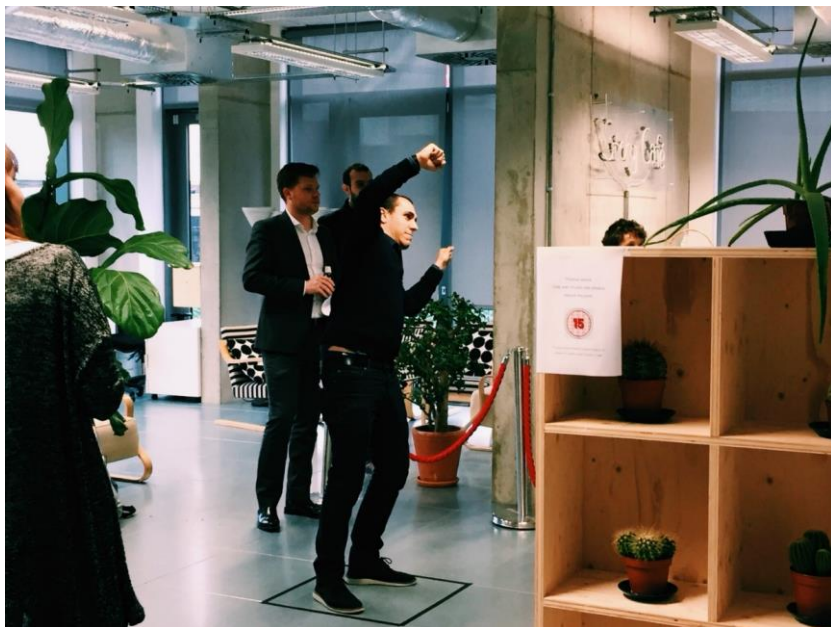
## Perfect Woman



Figur 11. Ung gäst som spelar Perfect Woman. foto: Stina Öfverström (2016)

Spelet för våra lite äldre gäster var Perfect Woman från Tyskland - det spel som helt klart skapade mest diskussion och chockerade en del av publiken. Designern Lea Schönfelder och Spelutvecklaren Peter Lu står bakom Kinect-spelet där man kan vara "sitt livs egna Perfekta Kvinna". Perfect Woman är ett spel som är inspirerat av allestädes närvarande personlighets- och samhällsfrågor i damtidningar och den kvinnroll de visar. Enligt dem finns det så många roller som betonar aspekter som familj, karriär, upplevelser, sex och mer. Men dessa kan inte karaktärisera djupet och komplexen i en kvinnas liv. Perfect Woman spelet tar upp dessa stereotyper och bygger upp block för att bli den Perfekta kvinnan enligt samhället.





*Figur 12. Pressgäst testar hur det är att vara en perfekt kvinna, foto: Stina Öfverström (2016)*

Spelet är strukturerat och byggt i progressiva nivåer. Varje nivå representerar ett visst skede i kvinnans liv. Du spelar spelet med hjälp av en Kinect som känner igen dina kroppsrörelser, så med andra ord spelar du endast med rörelserna av din kropp.

Spelet visar olika rörelser som du skall göra, och med hjälp av dessa ”poser” spelas spelet. Ju bättre ”poser” du gör, desto bättre poäng får du och lyckas i din uppgift att bli ”The Perfect Woman”. Spelet rekommenderas för personer från 4 år, men vi hade en 15-årsgräns på spelet i och med att spelet visar sex, våld och scener som kan vara känsliga för vissa unga.

**Amanita Design - Botanicula & Samorost**

*Figur 13. Amanitas spel Botanicula, foto: Stina Öfverström (2016)*

Czech Republic representerades av en liten utvecklingsstudio för independentspel som går under namnet Amanita Design. Amanita Design grundades 2003 när Jakub Dvorsky tog sin examen på Academy of Arts in Prague. Då skapade han ett fritt online flashspel med namnet Samorost, spelet som vi också hade med i vår utställning.

Vid sidan om att göra datorspel gör studion också musikvideon, webbsidor, animerade verk och illustrationer. Spelen som vi fick av dem var två otroligt visuellt starka spel: Samrost och Botanicula.



Figur 14. Mor och son spelar *Botanicula*, foto: Stina Öfverström (2016)

*Botanicula* är vackert designat, humorfyllt äventyrligt spel där fem kompisar, små trävarelser skickas iväg på ett äventyr för att rädda de sista fröna från sina hemträd som blivit infekterade av elaka parasiter.

*Samorost* gick också i äventyrliga banor. En liten varelse som äventyrade runt i en fantastiskt vacker värld med små knep man måste klura ut med hjälp av miljön varelsen befann sig i.

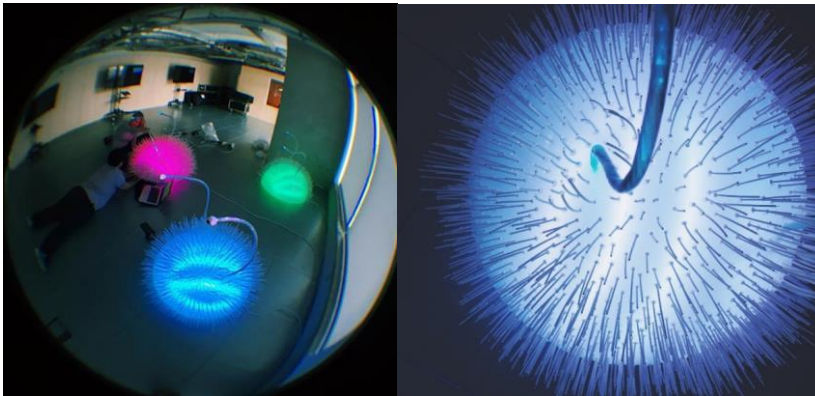
Båda spelen var grafiskt fantastiska och musiken var som från en stor filmproduktion från Hollywood. Spelen var väldigt kluriga, och föll vuxna i smaken. När vi intervjuade varför just de spelen föll i deras smak så kom alltid det grafiska och musiken upp mest.



*Figur 15. The Games Europe Plays koncentrerade sig på barnspel men publiken var i alla åldrar och från olika branscher, foto: Stina Öfverström (2016)*

Amanita Designs båda spel kunde spelas på PC, Mac, Linux, Steam, Ipad och Android.

#### **Tine Bech - Chromatic Play**



*Figur 16. Chromatic Play. foto: Stina Öfverström (2016)*



*Vänster: Tine Bech och hennes tekniker installerar varelserna till liv.*

*Höger: Den största av alla de tre varelser som var med i utställningen.*

Enda spelet i vår utställning som inte var skärmbaserat kom från den danska konstnären Tine Bech. Tine Bech är en artist och innovativ tänkare som kombinerar konst och design med digital teknologi för att skapa spektakulära projekt.

Bech är född i Danmark, men jobbar och bor i London där hon skapar innovativa interaktiva projekt vilka inspirerar folk runt om i världen.

Hennes verk forskar kring omvandling av miljöer och människans beteende genom alla kreativa möjligheter i lek och spelskapelser. Bechs verk har tidigare fått uppmärksamhet i bred skala internationellt och i England.



*Figur 17. Vänster: Ung gäst leker med varelserna, foto: Viivi Särkijävi (2016)*

*Höger: Konstnär Tine Bech blir intervjuad av press före launch, foto: Stina Öfverström (2016)*

Till The Games Europe Plays hämtade hon verket Chromatic Play, som presenterar tre ljusskulpturer som byter färg enligt hur man rör sig kring dem. Dessa skulpturara varelser

kommunicerar med varandra och genererar lekfulla färger då de upptäcker rörelser runt sig. Dessa tre taggiga varelser uppmuntrar växelverkan och utforskning.

## UTSTÄLLNING 2. BODY><TECH - UNIVERSITY OF GREENWICH

### Ivor Diosi - Molding The Signifier

I Ivor Diosi verk Molding the Signifier (som också var en show-case i vår sista utställning på Future Fest) träffar man tre pratsamma avatars. Avatarernas hjärnor blir infekterade av en mystisk bakterie som sakta men säkert rubbar deras beteende och sätta att tala. Som Ivor Diosi berättade för mig, så var detta ett sätt att visa för människor hur något så biologiskt som mögel kan infektera avatarer, alltså mötet mellan det digitala och biologiska.

Ivor Diosi är en konstnär som haft utställningar runt omkring i världen sedan slutet av nittioalet. Ivor arbetar aktivt vid korsningar av konst, vetenskap och teknik, inom "neurocinema (eng)", spel-konst, bio-konst och hybridkonst. Han kombinerar blandade verkligheter, datorbaserade visioner och världar, artificiellt liv, simulakra, syntetiska och virtuella enheter. Hans arbete utforskar identitet, framväxten av organiskt liv och medvetande. Molding the Signifier är en "felriktad interaktiv installation" som blandar konst, cyber-teknik, ekologi, lingvistik och biologi som bjöd åt våra besökare ett sätt att ifrågasätta vad som utgör det mänskliga medvetandet och hur vi uppfattar det mänskliga i den digitala världen.

Som jag tidigare nämnde, så träffar besökaren på tre avatarer. Avatarerna kommunicerar genom ögonkontakt, detta är möjligt med hjälp av en web kamera som känner igen ett ansikte som står framför kameran. Småningom förlorar dessa avatarer sin förmåga att kommunicera för att deras digitala värld blir infekterat av en bakterie, vilket resulterar i tillstånd som vi som "vanliga människor" uppfattar som psykisk sjukdom.

Ett förorenad biokultur (ett sortiment av mögelsvampsarter) övervakas och mäts med ett digitalt mikroskop och en uppsättning av olika sensorer. När detta mögel förs över till avatarerna så kan vi följa med i realtid hur de för varje dag som går blir de mer sjuka och galna.

### **Anna Dumitriu Och Alex May – The Sequence Dress Och Sequence Vr**

Anna Dumitriu (England) och Alex Mays (England) presenterade två n installationer. I ett av verken hade de samlat *Staphylococcus aureus* bakterie från Annas kropp, och använt detta för att skapa en virtuell upplevelse.

För att uppleva konstverket Sequence VR använde vi den relativt nya teknologiutrustningen VR-headsets. När du har på dig detta headset får du uppleva "Sequence VR" vilket är en uppslukande virtuell installation som tar deltagaren på en resa genom den stora datan som är producerad genom *Staphylococcus aureus* bakterier som är tagna från konstnären Anna Dumitrius kropp.

Konstverket undersöker hur denna nya teknologi fungerar i både praktisk och kulturell kontext, mot bakgrund av allmänhetens oro kring integritet, kommersialiseringen av data, hot om nya pandemier och bristen på nya antibiotikabehandlingar.

"The Sequence Dress" är en bio-digital installation som undersöker den framväxande och utvecklande teknologin av hela sekvenseringen av bakterier. Installationen består av en klänning med en video, som är en kartlagd projektion av sekvensering av hela genomet hos *Staphylococcus aureus* bakterier från Annas kropp.



Figur 18. En bild av Anna Dumitrius konstverk 'The Sequence Dress' jag postat på Finnish Institute in Londons Instagramkonto för marknadsföring. foto: Stina Öfverström (2016)

När Anna forskade i detta, lärde hon sig att denna organism sannolik är en mänsklig patogen (virus som kan spridas i människokroppen), och vara resistent mot flera viktiga grupper av antibiotika. Under andra omständigheter skulle dessa kunna göra henne sjuk eller till och med döda henne.

*”Bakterien jag har studerat är en av miljoner som utgör min microbiome. De detaljerade kunskapen vi har om endast denna organism, belyser hur lite kunskap vi har om arbetet om våra egna kroppar, som vi reflekterar över de sublimes mikrobiologiska världarna vi bär mer oss.”* – Anna Dumitriu

Anna Dumitriu är en brittisk artist vars arbete förenar hantverk, teknologi och biovetenskap för att utforska vår relation till den mikrobiologiska världen. Hon är också en ansedd forskare vid Brighton och Sussex Medical School.

Alex May är en brittisk konstnär som utforskar ett brett utbud av digital teknologi, främst videoprojektion på fysiska föremål, men även interaktiva installationer, performanskonst och videokonst.

### **Marco Donnarumma – Xth Sense And Corpus Nil**



*Figur 19. Marco Donnarummas uppträdande av Corpus Nil, foto: Marco Donnarumma (2016)*

Marco Donnarumma är en italiensk artist som koncentrerar sig på ljudkonst. I sitt verk *Corpus Nil* använder Donnarumma sina egna hjärtslag, blodcirkulation och muskelsammandragningar för att skapa digital musik och media. I detta använde han ett sensorsystem han själv skapat, *The XTH Sense*. På vår launchkväll gav han en musik- och dansuppvisning med sin uppfinning *The XTH Sense*.

*Corpus Nil* är en ritual för födelsen för en modifierad kropp, en spännande koreografi mellan en mänsklig artist som uppträder och en självständig maskin som exploderar genom ljud och ljus.

En kropp, delvis människa och delvis maskin, ligger på scenen. Det är ett amorft kluster av hud, muskler, hårdvara och mjukvara. När själva uppträdandet börjar, utvecklar kroppen långsamt en obekant varelse. Delarna konfigureras genom en sinnlig koreografi som vidgar gränserna för muskelspänningar, lemmar, torso, friktion och jämvikt.

Biofysiska sensorer kopplade till uppträdarens lemmar fångar kroppsliga elektriska spänningar och kroppsliga ljud och matar dem till den självständiga maskinen.

Allt detta är möjligt med XTH Sense som konstnären Marco uppfunnit. XTH Sense är ett bärbart instrument som använder bioakustiska ljud som fångas upp med hjälp av en chipmikrofon som kan bäras på antingen armar eller ben.

Ljud från musklerna samlas med hjälp av ett speciellt softwareprogram och en spellista som modulerar audio ljudeffekter. Artisten kan styra och kontrollera levande provtagningsparametrar genom vägning av kraft, hastighet, artikulation av rörelsen och andra muskelövningar. Denna typ av uppträdande kallas biofysikalisk musik.

#### **Alexandra Deschamps-Sonsio – The Good Night Lamp**



*Figur 20. Good Night Lamp. foto: Designwarm(2016)*

The Good Night Lamp designad av Designwarm använder lampor för att skicka signaler åt nära och kära med hjälp av mobiltelefon teknologi. Hur fungerar detta? Jo, med hjälp av IoT (Internet of Things). The Good Night Lamp är en samling av lampor som är anslutna till varandra. Med hjälp av dessa kan man dela sin närvaro och tillgänglighet med sina nära och kära enkelt och på ett rörande sätt. Med hjälp av denna lilla signal kan man exempelvis berätta för en älskad person att ”Nu är det en bra tid för ett snack”, ”Jag tänker på dig”, ”Jag har kommit hem”. Du bestämmer. När familjer växer eller flyttar åt olika håll från varandra, kan man lägga till så många små lampor man vill.

Denna signal fungerar på det viset att om jag exempelvis tänder den stora lampan, så släcks alla små, och samma åt andra hållet.

Lamporna är handgjorda och designade i Storbritannien.

Designwarm som Alexandra Deschamps-Sonsio kallar sig, står bakom produkten. Hon är en interaktionsdesigner som har koncentrerat sig på internet of things de senaste tio åren. Hon kom upp med Good Night Lamp året 2005 men det var först år 2012 som hon, med hjälp av tidigare investerare Blaine Cook och Usman Haque kunde börja kommersialisera sin unika produkt.

Alla collections kommer med en stor och en liten lampa, men man kan lägga till fler minilampor som är anknutna till den stora.

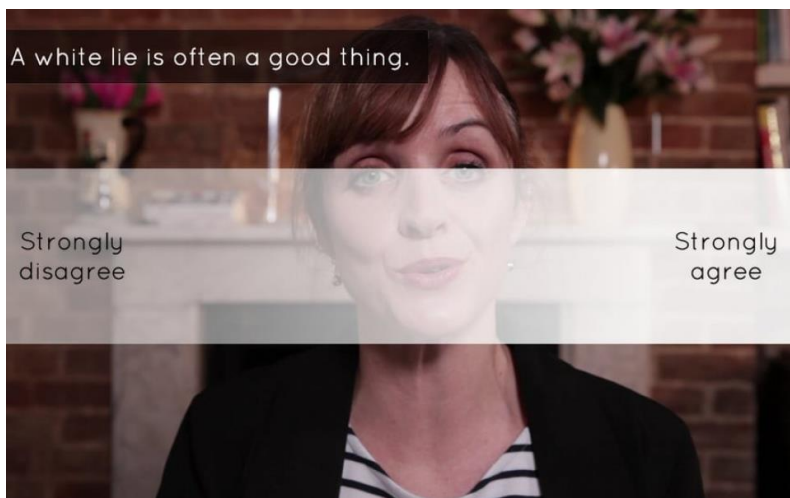
### **Blast Theory – Karen**



*Figur 21. Finnish Institute in Londons praktikant Anna Pöppönen får livsråd av Karen, foto: Stina Öfverström (2016)*

Blast Theory's mobilapplikation Karen är en livscoach som blir lite för vänlig och påträngande.

Karen är en livscoach som ställer frågor längs med dagen och med hjälp av svaren som man ger henne så lär hon känna dig snabbare än du tror. Du interagerar med Karen genom en mobilapplikation. Hon ställer dig några frågor om din syn på världen för att få en klarare syn och förståelse om vem just du är.



Figur 22. Karen. foto: Blasttheory (2016)

I själva verket är hennes frågor hämtade från psykologiska profileringar och frågeformulär. Hon – och programvaran – profilerar dig och ger dig råd baserat på de svar du ger henne. Under veckan har du konversationer med Karen, och det blir väldigt snabbt uppenbart att Karen har något i sitt egna personliga och professionella liv.

Som relationen mellan spelaren och Karen utvecklas, så verkar hon plötsligt veta saker om dig som hon inte borde. Frågan uppkommer – spionerar hon på dig?

Blast Theory är internationellt känd som en av de mest äventyrliga konstnärsgupper som använder interaktiva medier, skapar banbrytande nya former av prestanda och interaktiv konst som blandar publik över internet, liveframträdande och digitala sändningar. Under ledning av av Matt Adamns, Ju Row Farr och Nick Tandavanitj, utforskar gruppen interaktivitet och de sociala och politiska aspekterna av tekniken.



### Grendel Games – Gryphon Rider

Nederländska spelet Gryphon Rider av Grendel Games var designat för rehabilitering av barn med hjärnskada. Kinect spelet hjälper barnets balansförmåga och kan spelas med väldigt små rörelser.



Figur 23. Gryphon Rider spelet. foto: Grendel Games (2016)

Vad handlar spelet om? Jo, en ung hjälte faller bokstavligen in i ett äventyr. Flygande på ett sagodjur är din uppgift att rädda kungariket från en hotande kraft. Gryphon Rider är ett spel som är fantastiskt för barn i alla åldrar som lider av hjärnskada. I spelet tar sig spelarna rollen som en ung älva som finner ett mystiskt sagodjur.

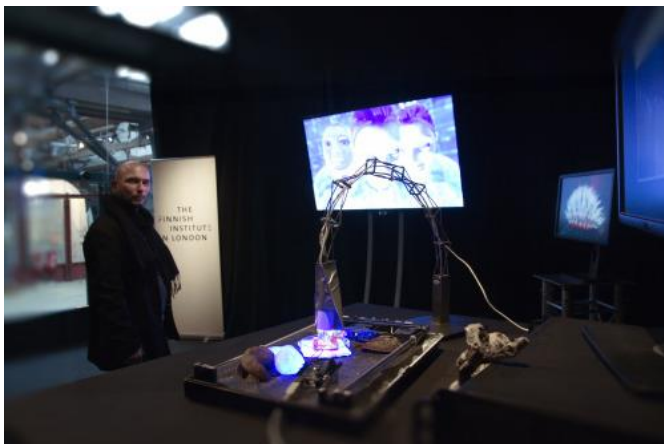
Tillsammans kommer de att åka på en resa för att läka en nation som är sliten i två sidor. Spelet är utvecklat på ett sådant sätt att spelet kan spelas med patienters föräldrar, bröder, systrar och vänner medan sjukgymnasten eller fysioterapeuten kan jobba vid sidan om och att samla data och uppgifter om patientens framsteg.

Grendel Games är en spel studio som utvecklar underhållning och seriöst spelande. Alla spel är innovativa med uppslukande upplevelser. Deras motto är att både underhållning och seriöst spelande bör vara ”allvarligt underhållande”.

Spelen de skapar är för väldigt vida målgrupper, spelen skiljer sig massor i genre och hårdvaruplattformar, spelen spelas också från Nintendo Wii konsoler till mobiltelefoner och till PC och MAC datorer.

### UTSTÄLLNING 3. NESTAS FUTURE FEST - TOBACCO DOCK

På Future Fest vi endast en installation som show-case och det var samma som vi hade på den tidigare, Ivor Diosis Molding the Signifier.



Figur 24. Upplägget av Molding the Signifier på Tobacco Dock (Future Fest) foto: Ivor Diosi (2016)



Figur 25. Vi hade praktikanter från The Finnish Institute, Czech Centre, Goethe Institute och body>data>space för att presentera Molding the Signifier åt publiken. foto: Ghislaine Boddington (2016)

## 7 FRÅN EN DIGITAL VÄRLD TILL VERKLIGHET

I detta kapitel berättar jag hur vi producerade dessa evenemang med hjälp av material från pressmeddelanden och mina egna anteckningar från möten vi ordnade i samband med projektet. Senare i kapitlet presenterar jag vilka marknadsföringsmetoder vi använde och resultaten som de gav.

Hela produktionsprocessen hade startat långt före jag kom till Finnish Institute i London för min praktik. De finansiella stöden hade redan givits och planeringen för det kommande året var i full gång.

Jag har tidigare jobbat i produktioner där vi skapat festivaler, utställningar av olika slag av konst, yrkesseminarier, sportevenemang, arenakonsorter, galor, tv-produktioner, mäsor och många olika genrer av sociala upplevelser. Jag har alltså längs med åren då jag studerat till kulturproducent haft möjlighet att samla erfarenhet av olika slags evenemangsproduktion på kulturfältet.

Då jag fick veta att min huvuduppgift för det kommande året skulle vara att koordinera TGEP visste jag skulle testa på något som jag aldrig förr gjort. Nytt land, ny arbetskultur, nya kontaktnät, nytt fält och alldeles nya kollegor. Att ordna ett spelevenemang, utställningar med digitala installationer som show-cases var jag inte heller bekant med. Något som ändå överraskade mig var, att hur litet praktiska arrangemangen och evenemangsproduktionsdelen skilde sig från mina tidigare erfarenheter av andra evenemangsproduktioner.

Något som ändå var alldeles annorlunda och skilde sig totalt från andra konstupplevelser var marknadsföringen och publikarbetet. Denna delen var den som tog mest av allas tid och som jag presenterar härnäst.

## 7.1 Målgrupp Och Publik

Vi ville göra det möjligt för Finnish Institute in London och EUNIC London att skapa nya partnerskap och nå nya publikgrupper i och utanför London. Vi ville engagera både professionell publik och allmän publik genom alla våra utställningar.

På europeisk nivå, ville The Games Europe Plays attrahera speltillverkare, akademiker och experter, specialister i organisationer som jobbar inom handel, business och innovation.

Från den feedback vi fått in, har utställningarna vi producerade stimulerat nyfikenhet hos publiken som upplevt ett brett utbud av lekfulla och utmanande spel och digitala upplevelser bland de specifika teman som Boddington valde.

Att vi förde samman videospel med digitala konstverk har hjälpt en massa TGEP att attrahera en väldigt varierande publik. Till exempel några unga människor och familjer kom och spelade videospel och engagerade sig med olika mer komplexa digitala upplevelser.

### Målgruppen för The Games Europe Plays projektet:

Unga människor med intresse för spelteknologi, yrken som oftast inte sysselsätter sig med konst, London Games Festivalens publik

Kreativa industrins specialister, speciellt innovativa speltillverkare

Akademiska, business och innovativa specialister

Individer som är intresserade av innovation, kreativa industrin och framtida visioner, Future Fest publiken

Konstnärer som är involverade i och intresserade att vara med i den digitala utvecklingen för nya plattformar och distribution

Experter i organisationer som jobbar inom handel, business och innovation

Akademiker och universitet som är aktiva i spelprogramsutveckling

Organisationer som är aktiva i kvinnofrågor och teknologi

Allmän konstintresserad publik

Marie Proffit fungerade genom hela projektet som vår PR- och marknadsföringsansvariga. Marie har åtta års erfarenhet av kuratorskap, skapande och producerande av virtuella och psykiska projekt somför samman kreativitet, utbildning och innovation i Europa såväl som i England. Proffit har också en examen som kulturproducent från Frankrike i bagaget. Hon hade en top level av kontakter i London när det kom till digitala, business, teknologi, innovation och media.

Marie jobbar som Executive Secretary hos EUNIC London så hon var aktivt i kontakt med alla organisationer och höll i alla trådar genom hela projektet. Hon tog hand om all vår marknadsföring genom hela TGEP-projektet och att se takten och resultatet hon gjorde i sitt jobb var något som jag själv någon dag vill sträva till. Utan henne skulle vi troligen aldrig lyckats så bra med målen som vi lagt upp för projektet TGEP. I detta examensarbete har jag också tagit mycket stöd av hennes Activity Report som hon och jag gjorde tillsammans för Arts & Council där vi skulle berätta hur vi genomförde projekten. Marknadsföringen för första utställningen visade sig vara den mest krävande. Vi stötte på frågor som: Hur skall vi få folk att komma på utställningar under sommaren och spela videospel, istället för att spendera vackra soliga dagarna utomhus?

I London finns det så brett utbud på alternativ som man kan välja mellan när det kommer till utställningar och evenemang. Hur skall vi få familjer att hämta barn på en utställning för att spela videospel då det i många familjer anses som dåliga för ens barn? I denna utställning var ändå vår målgrupp helt klart och tydligt barnfamiljer.

Men med dagens stereotyp, tankesätt och som media påverkat det hela, är ordet spel och barn i samma mening inte från det positivaste ändan. Det sägs att dagens bästa barnvakter är digitala spel hemma, och detta har ju i många familjer blivit till ett problem.

När man äntligen fått barnen bort från spelen hemma, varför skulle man hämta dem till en utställning för att spela? Här stötte vi på ett litet problem när det kom till att marknadsföra, för att det skall klinga rätt i örat och att folk skulle komma på plats.

Spelen som vår kurator valt, hade dock 100% alla något som knöts till barnets hälsa, och vi tog fram det på alla sätt och vis vi bara kunde i vår marknadsföring, pressuttalanden, flyers och sociala medier.

Vår utställning på The Finnish Institute var en del av London Games festivalens Fringe program vilket betydde att vi redan hade en stor publik. Vår utställning koncentrerade sig ändå på barn och familjer, och detta var inte London Games Festivalens publik. Utanför detta ville vi dock absolut marknadsföra institutet och hitta en publik.

I början av marknadsföringsprocessen konstaterade vi att London är stort och tusentals barnfamiljer är bosatta här. För att koncentrera oss på en mindre målgrupp och nischa det så bestämde vi oss för att koncentrera oss på barnfamiljer runt institutet. Områdena vi fokuserade på blev Caledonian Road, Norra Camden och Kings Cross-området överlag.

I marknadsföringen av den andra utställningen visste vi redan vad som skulle vara våra motgångar i marknadsföringen då vi lärt oss av den första utställningen. Vi hade dock denna gång en helt annan genre, lokal, målgrupp och tid på året. Vinnaren av utmärkelsen Årets naturfotograf hade sin utställning i University of Greenwich-byggnaden samtidigt

som vi var där, så folk som besökte denna utställning kom automatiskt genom vår på Stephen Lawrence Gallery.

PUBLIK THE FINNISH INSTITUTE IN LONDON		PUBLIK STEPHEN LAWRENCE GALLERY UNIVERSITY OF GREENWICH	
LAUNCH	93	LAUNCH	200
PROFESSIONELT EVENEMANG	50	SEMINAR DAG	30
PANEL DISKUSSION	42	EXHIBITION VISITORS	12,68
EXHIBITION VISITORS	285	TOTALT:	1478
TOTALT:	470	THE GAMES EUROPE PLAYS 2017, PUBLIK	
THE GAMES EUROPE PLAYS 2016, AUDIENCE			

RESULTAT PÅ ENGAGEMANG		RESULTAT PÅ ENAGAGEMANG	
HUR MÅNGA HAR HAFT NYTTA AV VÅRT PROJEKT?		HUR MÅNGA HAR HAFT NYTTA AV VÅRT PROJEKT?	
ARTISTER	28	EXHIBITIONS	3
DELTAGARE	242	ANSTÄLLNING AV ARTISTER (DAGAR)	1,276
• PUBLIK (LIVE)	2,796	UTSTÄLLNING I DAGAR	58
AUDIENCE (ONLINE, TIDSKRIFTER, BROADCAST)	23,147,087	SEMINARIER OCH TRAINING	3
TOTALT:	23,150,147	TOTALT:	58
THE GAMES EUROPE PLAYS 2016, ENGAGEMANG		THE GAMES EUROPE PLAYS 2016, ENAGAGEMANG	

PUBLIK	
FUTURE FEST TOBACCO DOCK	
MOLDING THE SIGNIFIER	450
PANEL DISCUSSION WITH MARCO DONNARUMMA	120
COLLECTIVE REALITY	500
Part of The Games Europe Plays performers.	
TOTALT:	1070
THE GAMES EUROPE PLAYS 2017, PUBLIK	



Figur 26. Publik & Engagemang resultat. foto: Stina Öfverstrom (2016)

Figur 27. Publik & Engagemang resultat. foto: Stina Öfverstrom (2016)

Figur 28. Publik & Engagemang resultat. foto: Stina Öfverstrom (2016)

## 7.2 Marknadsföringen av The Games Europe Plays

I detta kapitel berättar jag om vilka olika kanaler och verktyg vi använde i marknadsföringen av The Games Europe Plays projektet. Marknadsföringen och promotionen av detta projekt var det som tog mest tid och krävde mest jobb.

Projektet ordnades första gången och vi hade ingen färdig publik, genren är relativt ny och väldigt nischad, att få sitt evenemang fram i en storstad som London kräver kunskap och ett gott nätverk. Marie Proffits Arts Council Activity Report som jag gjorde tillsammans med henne, har fungerat som stöd och inspiration för detta kapitel.

### Tryckt Distribution – Flyers & Print



*Figur 29. Jag delar ut flyers i Camden.foto: Anni Laasala (2016)*

Något som förvånade mig var att hur mycket vikt man lade på flyers och tryckt media i London. I Finland var jag van att nästan all marknadsföring gick genom digital distribution och sociala medier då allt med klistermärken och tryckt promotion anses ineffektivt eller oekologiskt.

Mig överraskade också att vi skulle marknadsföra något som var så digitaliserat, och att vi gjorde största delen av marknadsföringen genom tryckta distributionskanaler. Vi printade ut en hel del flyers inför den första utställningen som blev ett av vårt främsta sätt att göra publiken uppmärksam.



*Figur 30. Utöver de flyers som vi själv tryckte så delade vi ut London Games Festivals flyers. foto: Stina Öfverström (2016)*

De flyers som vi tryckte delades ut av Finnish Institutes praktikanter i Kings Cross området. Jag tog reda på var familjerna i området rörde sig och vilka tider.

Vi delade ut flyers i parker, på metrostationer, i postlådor, på livliga gator, teatrar, bibliotek och caféer som familjer hängde på etc. Alla våra samarbetspartners fick också en bunt flyers som de hade framme på sina kontor, delades på affärsmöten och andra jobbrelaterade miljöer.



Figur 31. Alla våra flyers och The Games Europé Plays logon var designade av grafiska designern Tadej Vindis. foto:Tadej Vindis (2016)



Figur 32. I den andra utställningens flyers använde vi vår konstnär Ivor Diosis bilder. Avatar ansiktet är från Molding the Signifier som var en show-case på University of Greenwich och Future Fest. foto: Tadej Vindis (2016)

I den andra utställningen satsade vi på flyers från samma firma som vi anlitat till den första utställningen.. Denna gång delade en distributionsfirma ut våra flyers i Greenwich området där utställningen ordnades. Alla våra partners fick liksom förra gången en bunt av flyers som de sedan kunde dela liksom förra gången. I denna utställning hade vi också färdigt en stor publik på förhand.

I den sista utställningen stötte vi knappt på några marknadsföringsbaserade problem eller motgångar då Future Fest marknadsförde sig själv så starkt i hela London och vi bara kontaktade arbetsgruppens partners genom nyhetsbrev och flyers.

Här nere är en tabell som visar hur vi använde oss av tryckt marknadsföring:

PRINTS	PRINTS
THE FINNISH INSTITUTE UNIVERSITY OF GREENWICH FUTURE FEST	THE FINNISH INSTITUTE UNIVERSITY OF GREENWICH FUTURE FEST
<b>2700 FLYERS (FININST)</b> Höften delades i samband med London Games Festival och resten delades ut till lokala skolor och området nära Institutet (Kings Cross).	<b>5 BANNERS (FF)</b> En hos Nesta och resten på promotion evenemang (exempelvis London Transport Museums Late kvällar)
<b>VINYLER (FININST)</b> På Institutets fönster hängde vi upp en stt stort klistermärke på TGEF-logon. Logon syntes då rakt åt all trafik på York Way.	<b>4,000 PROGRAM BLAD (FF)</b> Delades på Future Fest Festivalen på Tobacco Dock
<b>50,000 BROSCHYRER (FININST)</b> London Games Festival broschyrer som presenterade Institutets utställning delades ut genom hela London och alla lokaler där festivalen tog plats	<b>2000 BROSCHYRER (FF)</b> Utdelade på Nestas och Transport for Londons informations ställen på Victoria och Kings Cross Stationerna
<b>8600 FLYERS (UOG)</b> Höften delades ut av Impact Marketing i Greenwich och East London, resten delades ut av alla projektets samarbetspartners.	<b>100 HÅFTEN + 2 VINYLER (FF)</b> Skickade till Corporate Affairs kontakter som potentiell sponsorkap/partnerskap
<b>2 VINYLER (UOG)</b> En på fönstret riktat mot gatan utanför, och den andra inombords på själva utställningen med credits.	<b>TOTALT: 67,410</b>
THE GAMES EUROPE PLAYS 2016, PRINTS	THE GAMES EUROPE PLAYS 2017, PRINTS

Figur 33. Tabell på printmedia. foto: Stina Öfverström (2016)

## Sociala Medier

Som ett av våra marknadsföringsverktyg hade vi sociala medier. Medierna som vi valde var Facebook, Twitter och Instagram. Vi bestämde oss för att inte skapa egna konton för evenemanget utan vi satsade på samarbetspartnersens och arbetsgruppens redan existerande kanaler. Varför vi gjorde detta beslut var för att då hade vi redan färdigt följare på dessa konton och kunde lägga tiden på att promota våra projekt på dessa kanaler, istället för att koncentrera oss på att skaffa oss följare som skulle kunna vara potentiell publik.

För att göra marknadsföringen på de sociala medierna extra effektivt så gjorde Marie Proffit på förhand exempel på tweets, hashtags, bilder och annat material som samarbetspartners kunde kopiera och dela genom sina kanaler. Folk kan vara lata när det kommer till att uppdatera sociala medier, så detta gjorde det lättare för de inblandade att verkligen uppdatera och dela med sig av våra evenemang.

Många använde våra färdiga förslag på uppdateringar och repostade varandras uppdateringar vilket också gjorde att vår röst blev effektivare hörd i marknadsföringen via sociala medier.

### TWITTER

Vi skapade en egen hashtag för hela projektet #Games EU. På Twitter applikationen hade vi 375 uppdateringar med hashtagen #GamesEU och flera olika posts om projektet utan hashtagen. EUNIC Londons Twitter uppdateringar tjänade 37.6K reaktioner från perioden av 31 mars till 10 april, alltså elva av de dagar då utställningen på Finnish Institute pågick.

London Games Festivalen hade med sin hashtag #LGF2016 hela 15 miljoner reaktioner på sociala medier.

EUNIC Londons Tweets samlade 6.3K reaktioner från 6-16 juli (elva dagar då Finnish Institute utställningen var igång). Totalt hade London Games Festivalens hashtag #LGF2016 15 miljoner reaktioner på sociala medier.

EUNIC London tweetsen samlade 6.3K reaktioner från 6-16 juli (elva dagar i början av University of Greenwich utställningens promotionsperiod). University of Greenwich of CPDA Dept tweetsen fick allt som allt åt TGEP 7870 media reach och totalt för hela andra utställningen 22,052 tweets.

EUNIC Londons tweets samlade 11.2K mediareaktioner 16-19 september (fyra dagars period av Future Fest). Totalt fick Future Fest allt som allt 8654 reaktioner på Twitter tillsammans med en reach på 10.2 miljoner.

### **Facebook**

Efter promotionen av TGEF på Finnish Institute in London (genom arbetsgruppens egna promotade posts av EUNIC London, The Finnish Institute in London och Czech Centre) nådde vi en publik på 51,906 människor.

Posts som promotade TGEF utställningen på University of Greenwich (genom arbetsgruppens egna posts av EUNIC London, University of Greenwich, CPDA Dept och Czech Centre) nådde vi 22,138 personer.

Posts som promotade Future Fest (genom arbetsgruppens egna posts av EUNIC London och Czech Centre) nådde en publik på 8745 personer.

### **Fever Och Dojo**

I marknadsföringsprocessen prövade vi också på en ny Londonbaserad applikation. Då jag flyttade till London ville jag få reda på alla möjliga olika events och happenings i staden så jag laddade alla applikationer som bara fanns på Appstore.

Jag såg potential i en ny applikation för eventpromotion som hette Fever. Jag kontaktade deras marketing team och gjorde en deal på att de skulle lägga upp vårt event på Londonkartan och promota oss. När vi gjorde dealen med dem så hade vi noll aning om det skulle hämta oss publik eller inte, vilket med andra ord var en risktagning.

Vi gjorde undersökning för vår marknadsföring under första utställningen och frågade publiken hur de fått reda på utställningen och i medier de sett eller hört om oss. I undersökningen kom det fram att hälften av vår publik i första utställningen hade hört om oss via Fever. Via denna applikation fick vi också en publik som vi inte annars skulle ha nått, unga vuxna.

Tack vare Fever succén i första utställningen bestämde vi oss för att Fever i Body > < Tech utställningen använda. Fever hade då vuxit som event-applikation så nu var det inte heller lika riskabelt som första gången.

Dojo, som också är en mobil evenemangs applikation, är en av Londons snabbast växande. Man kan inte köpa en annons eller marknadsföring av dem utan de väljer själva vad

de vill promota. Future Fest nämndes och fanns på Dojo under ”veckans evenemangstips” vilket gav god synlighet åt den sista utställningen.

### Nyhetsbrev och Websida

Vi på Finnish Institute skickade under året nyhetsbrev om The Games Europe Plays till alla som prenumererat på det. Marie Proffit skickade också pressmeddelanden som alla våra partners kunde skicka som nyhetsbrev åt alla prenumeranter.

Vi gjorde också mycket marknadsföring genom alla partners egna websidor. Bland annat på EUNIC's, Body Data Space, Future Fest, Czech Center och Finnish Institute in London.

Här är en bild som berättar mer specifikt om nyhetsbreven:



Figur 34. Tabell på nyhetsbrev foto: Stina Öfverström (2016)

### Övrig Marknadsföring och Press

Våra utställningar var med i BBC Click World Service, VICE, BBC News och lokala medier. Vi upplever att vi blev nämnda i dessa toppmedier för det innehållet vi hade,

standarden på vår kuratering, teman och speciellt på grund av att vi fokuserade på europeiskt spelande och digital kreativitet i England. Detta var ett hett ämne före och efter brexit.

Med följande bilder vill jag visa läsaren de publiksiffror som vi nådde med vår marknadsföring och verktyg som vi använde i publikarbetet.

## 8 SAMMANFATTNING

Vi hade regelbunden utvärdering med vår arbetsgrupp och de partners som var involverade genom hela projektet. The Games Europe Plays projektet diskuterades med alla EUNIC Londons medlemmar varje månad under ett möte. Ett slutligt möte där vi utvärderade projektet tog plats i oktober. Mötet hämtade samman Finnish Institute in London, EUNIC London och vår kurator. Dessa regelbundna möten som vi hade genom hela utställningarna hjälpte oss på vägen, och all feedback som vi samlade och gick igenom under dessa sessioner var viktig för alla partners.

I den sista diskussionen vi hade med arbetsgruppen gick vi igenom resultaten från projektet med hjälp av Arts Councils activity-rapporten och allt material som vi samlat in. Vi och alla våra partners är väldigt nöjda med hur vi gjorde ifrån oss med projektet The Games Europe Plays projektet. Vi har lyckats med vårt projekt att utveckla och främja nya partnerskap inom spelbranschen och kreativa industrin, både i England och partnerskapsländerna

Alla våra partners har nått nya publikgrupper som de kan ha nytta av i framtida projekt och evenemang. Samarbetet och alla kontakter som knöts under The Games Europe Plays är livslånga för alla personer som var involverade. Artisterna som var med i projekten fick synlighet i England och många andra europeiska länder.

Tack vare The Games Europe Plays, har The Finnish Institute in London och Eunic London utvecklat ett nytt strategiskt partnerskap med nyckelaktörer inom innovation (Nesta, Future Fest), spel och kreativa industrier (UKIE, London Games Festival) och inom digital design och det akademiska (Univeristy of Greeniwhch).



Kuratoren för vårt projekt Ghislaine Boddington (body>data>space) och teman som hon valde (unga människor och utbildning, kroppens teknologi och hälsa) var högt rankade hos alla våra partners och media. Projektets partners var väldigt nöjda med det breda utbudet som vi presenterade genom alla tre utställningar, all teknologi som var involverad, och hur vi tagit i beaktan kön och jämställdhet när vi valt konstnärer och verk.

Debatt, panelkvällarna och konferenserna som ordnades som en del av varje utställning har gjort det möjligt för många professionella inom spelindustrin och vår specialiserade publik att engagera sig i debatten om spelskapande i Europa i framtiden, kunskapsutveckling, kreativitet, STEAM, könsfrågor och framtida teknologier.

Ett stort plus var att vi nådde vår målgrupp från de kreativa industrierna, och också familjer och unga som annars inte alls engagerar sig i konst!

TGEP förde ihop videospel och digital konst, vilket gav oss en bred variation på vår publik. Till exempel, några unga personer och familjer som kom till våra utställningar för att spela videospel blev mer engagerade av annorlunda och komplexa digitala upplevelser.

Dessa resultat visar att vi gett mycket framtida möjligheter för våra partners. Alla mål som vi hade lagt upp för projektet i januari hade uppfyllts och vi lyckades på alla plan med vårt projekt.

Oavsett om projektet var en succé, så säger min magkänsla att The Games Europe Plays projektet inte kommer att ordnas igen. Fältet är väldigt litet och publiken är inte stor, medan kostnaderna för att producera projekt som dessa är det. Men jag är säker på att spelföretagen, konstnärerna och kuratorerna kommer ställa upp i London Games Festivalen och Future Fest igen.

Dock ser jag att samarbetsprojekt mellan arbetsgruppen, konstnärerna och företagen är möjliga. Mycket nya kontaktnät byggdes upp och det förekom diskussioner om framtida gemesamma projekt.

## 9 DISKUSSION OCH SLUTSATSER

När jag bestämde mig för att skriva mitt examensarbete om The Games Europe Plays gick jag noggrant igen vilka möjligheter som fanns när det gällde forskningsfrågor. Relativt fort visste jag att jag ville undersöka hela produktionsprocessen, hur man från spel och digitala installationer skapar något gemensamt och socialt. Ett spel och en digital installation i sig är inte sociala, men ifall man bygger ett koncept, projekt, historia eller evenemang runt dem kan man förvandla dem till sociala upplevelser som man kan njuta av i mindre eller större grupper.

I mina undersökningar så visade det sig att skapa dessa upplevelser inte skiljde sig mycket från andra evenemangsproduktioner jag vart med om. Men att marknadsföra en konstform som inte har en stor publik redan färdigt och i en storstad som London är krävande. I The Games Europe Plays prövade vi verkligen alla verktyg som bara var möjliga för vår budget. Resultaten var positiva och hela arbetsgruppen var nöjd med insatsen.

Men för att verkligen få ett evenemang som detta åt rätt målgrupp och publik kräver det att man tar risker och är uppdaterad ~~kring~~ dagens applikationer. Tryckt distribution fungerar i London lika starkt som digitala. Sociala medier som man specificerar åt en viss publik är också effektivt men risken finns att ens evenemang drunknar i informationsflödet.

Något som överraskade oss positivt var hur stor betydelse evenemangssapplikationer och mobilapplikationer hade. Folk som laddar ner dessa applikationer är färdigt inställda att gå på evenemang, uppleva något nytt, ta sin tid för att gå och utforska vad det finns att uppleva.

Eventapplikationer ploppar upp på Appstore i London varje vecka och vissa överlever och resten dör ut. Att hitta rätt applikation med en tydlig målgrupp kan vara svaret på hur man skiljer sig från massan och får sitt event ut i en storstad som London.

Hur stor vikt tryckta medier och distribution har överraskade mig också. Idag lägger man mer pengar och tid på digital marknadsföring, men vårt projekt bevisade att detta är helt tydligt projektbaserat.

Jag hoppas att läsaren i detta skede har en klar uppfattning om hur brett utbud på konstformer inom det digitala det finns. Möjligheterna att producera evenemang inom spel, digital konst och virtual reality finns lika mycket som i vilken annan konstform som helst. Digitala installationer och spelutställningar har inte ännu nått en stor publik på mainstreamnivå men inom aktörer och personer i branschen så är evenemangen populära och kan nå upp till tusentals deltagare.

Det är en växande bransch, i dagens värld som digitaliseras fort, och arbetet visar att det i framtiden kommer produceras mer projekt som The Games Europe Plays.

Till slut vill jag ännu kort reflektera kring mitt syfte min viktigaste forskningsfråga som detta arbete vill besvara; hur man förvandlar digital konst och spel till sociala upplevelser. Jag har granskat denna fråga genom fallstudien, diskussioner med kolleger från projektet, pressmeddelanden, egna anteckningar, filmer och olika artiklar på internet.

Jag upplever att mitt arbete gav ett bra exempel på hur man producerar olika digitala evenemang. I min fallstudie granskar jag tre evenemang, med olika publik och på olika områden i en storstad. Jag tycker ändå att det finns gott med möjligheter för vidare forskning kring min forskningsfråga. Jag valde att göra en fallstudie som baserade sig på pressmeddelanden, arbetsmaterial från projektet, diskussioner och egna erfarenheter. Det skulle vara intressant att göra intervjuer med professionella personer inom branschen för att höra mer om denna genre som är relativt ny. Den digitala världen och spel utvecklas med racerfart och det gör också möjligheterna, verktygen och mallen för att genomföra projekt som The Games Europe Plays.

En undersökning av ett liknande projekt om bara två år kan skilja sig radikalt från den undersökning som jag gjorde i år. Till exempel har jag under denna examensarbetsprocess insett att ämnet jag skriver om snabbt kommit att ändras och föråldras. Jag hoppas ändå att detta arbete kan ge en inblick i hur projekt som dessa utförs idag och utgöra en grund för ny kommande kunskap och undersökning.

Ghislaine Boddington (kurator av The Games Europe Plays) har i tjugo år jobbat med projekt där man förvandlar digitala världar, installationer och utrymmen till sociala ge-

mensamma upplevelser. När vi planerade dessa evenemang visade fram i hennes erfarenhet att varje digitalt verk, spel och evenemang måste behandlas individuellt, och varje nytt projekt är annorlunda och lär oss något nytt.

Dessa tre evenemang jag undersökt representerar tre olika sätt att genomföra projekt, men slutligen finns alternativ så långt som fantasin når. Jag hoppas också att läsaren fått en god och tydlig bild av vilka möjligheter det finns och motgångar man kan stöta på, och på vilka olika sätt man kan skapa dessa upplevelser.

## KÄLLOR

### Tryckta Källor

#### Böcker

Berg, B. L.; & Lune, H. (2012). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (Eight Edition). Boston: Pearson.

Guinness World Records (2010), Guinness World Records 2010

Sicart, Miguel. 2014, *Play Matters* (Playful Thinking),

Tillgänglig: <https://mitpress.mit.edu/books/play-matters>

Hämtad: 22.3.2017 klo. 18.14

### Elektroniska Källor

#### E-böcker

Woodside, A. G (ed.). (2010). *Case Study Research*, Emerald Group Publishing Limited, 2010. ProQuest Ebook Central, Created from arcada-ebooks on 2017-03-15 04:34:52.

#### Filmer

*Indie Game: The Movie*. 15 Sept 2012 (Taiwan) [dvd] manus och regi: Lisanne Pajot, James Swirsky. distribution: Blinkworks Media, ansvarig utgivare: Blinkworks Media, filmens längd 1h 34min.

### Öppet material tillgängligt på Internet

Ghislaine Boddington, Body>Data>Space,

Tillgänglig: <http://www.bodydataspace.net/who-we-are/core-team/ghislaine/>

Hämtad 25.4.2017 klo: 13.27

The State of Indie Gaming by Juan Gril, Gamasutra The Art & Business of Making Games,

Tillgänglig: [http://www.gamasutra.com/view/feature/132041/the\\_state\\_of\\_indie\\_gaming.php?print=1](http://www.gamasutra.com/view/feature/132041/the_state_of_indie_gaming.php?print=1)

Hämtad 22.3.2017 klo:14.28

Gaming Has Left Lan Party Behind by Ben Kuchera.

Tillgänglig: <http://www.polygon.com/2015/1/29/7944755/lan-party-gaming-call-of-duty> Hämtad 5.4.2017

Hämtad 22.3.2017 klo: 14.35

Vad är digital konst? by Lovisa Ivarsson, Digitalkonst I Fokus.

Tillgänglig: <http://digitalkonst.ifokus.se/articles/537ef9e8ce12c4750b0008da-vad-ar-digital-konst>

Hämtad 5.4.2017

Digital Art by Tate Modern, Tate.

Tillgänglig: <http://www.tate.org.uk/learn/online-resources/glossary/d/digital-art>

Hämtad 5.4.2017 klo. 15.15

Vad betyder Shareware?

Tillgänglig: [http://sce.s5.com/vad\\_betyder\\_share\\_free\\_adw.htm](http://sce.s5.com/vad_betyder_share_free_adw.htm)

Hämtad 5.4.2017 klo: 16.50

## Övriga källor

### Examensarbeten

Håkansson, Laura. 2014, Developing a Marketing Mix for Independent Game Developers

Examensarbete, Helsingfors: Haaga-Hela ammattikorkeakoulu

<http://www.theseus.fi/handle/10024/77235>, Hämtad 24.3.2017 klo. 10:07

Chan, Siu Yung. 2016, Guideline(s) For Planning A Gaming Event – Case Warhammer

Examensarbete, Satakunta: Satakunnan ammattikorkeakoulu

<http://www.theseus.fi/handle/10024/105405>, Hämtad 24.3.2017 klo. 10:08

Mäkinen, Juha-Matti. 2015, Independent Game Development

Examensarbete, Lappi: Lapin Ammattikorkeakoulu

<http://www.theseus.fi/handle/10024/102407>, Hämtad 24.3.2017 klo. 10:09

