

DIGITAL OG MUNTLLIG HISTORIEFORTELLING FOR REISELIVET

Et kompetansehevingsprosjekt for reiselivsbedrifter i Troms

Foreløpig prosjektbeskrivelse

Bakgrunn.....	4
Mål	5
Framgangsmåte	6
Aktiviteter i prosjektet.....	6
Generell informasjon om studiet	8
Milepæler og aktivitetsbeskrivelse.....	9
Kostnader og finansiering	12

Prosjektet ”Byen som marked” - kompetansehevning for reiselivet

Bakgrunn

Bakgrunnen for prosjektet er satsningen på grønt reiseliv, som er et satsningsområde innenfor landbruk og reiseliv. Grønt reiseliv betyr at prosjektet skal forsøke å utnytte det næringsmessige potensialet, nærheten til naturen og kulturlandskapet og andre markedsfortrinn i de ulike områdene. Prosjektet skal legge til rette for samspill mellom ulike typer næringsaktører innenfor og utenfor landbruket, og da spesielt innenfor reiseliv. Visjonen er å kunne bidra til å utvikle/videreutvikle attraksjonsverdien for bygder samt markedsføre disse gjennom arrangementer, media og internett. Konjunkturbarometeret for våren 2008 konkluderer med at reiseliv vil være viktig for sysselsetting og verdiskapning. Samtidig er det i dag et stort fokus på de tilbud Norge har innenfor opplevelsessturisme og hvordan disse kan forbedres slik at pris og kvalitet står i et bedre forhold til hverandre.

Prosjektet ønsker spesielt at flere av Tromsøs innbyggere skal bruke sin kommune og nærkommunen for kjøp av opplevelser basert på områdets natur, kultur og historie. Det er en forbrukertrend i dag som viser at kultur, natur og mat blir stadig viktigere elementer i en opplevelse. Besøkende ønsker en total opplevelse, de ønsker å lære noe, de ønsker kvalitet og de ønsker å kunne velge (www.opplevelseskonferansen.no). Samtidig blir forbrukeren mer bevisst på sine valg og trenden går mot at vår bevissthet styres av overordnede forhold som miljø/klima, rettferdig handel, bærekraftig utvikling, kortreist mat og økologiske produkter. Dette stiller utfordringer til tilbydernes kunnskaper om hvordan slike overordnede forhold kan brukes bevisst i utvikling av produkter/service som inkluderer mat, kultur og natur, samt på hvordan de på en mest mulig interessant måte kan formidle denne kunnskapen til de besøkende. Prosjektet ”Byen som marked” har fått tilbakemeldinger fra aktører om at det er flere som etterspør historier om lokal mat, om kulturen og naturen i våre områder. De ønsker å lære mer om sin egen plass, sin mat og sin historie som de ønsker å formidle ut til sine besøkende. Samtidig skjer det internasjonalt en utvikling fra produktorientert markedsføring (hva som selges) til prosessorientert markedsføring (hvordan det selges) (www.opplevelseskonferansen.no).

Tilbydernes kunnskaper om plassen de bor på og om den lokale matkulturen kan også være identitetsskapende og kan således bidra til både å differensiere opplevelsene for de besøkende og gi destinasjoner et klarere og mer definert uttrykk (eller en destinasjonspersonlighet). Disse kunnskapene kan igjen bidra til positiv omdømmebygging gjennom økt synlighet og sterkere identitet basert på det vi kaller ”ektehet”. Samtidig vil det å løfte fram slik kunnskap kunne bidra til at bygdene blir stolte over sin historie. Kunsten å formidle – fortellerkunsten – vil ha en sentral plass på grunn av kunstens påvirkningsmuligheter. Historiefortelling er en ”glemt” kunst og den er viktig for å kunne skape det som vil gi en opplevelse en ekstra dimensjon. Fortellingsformatet kan videre bidra til å sette fokus på verdiskapningsprosessen gjennom identifikasjon, forståelse av historiens betydning for egen hverdag og interesse for det lokale og unike.

Et viktig element i studiet er muligheten til å bygge solide og tverrfaglige nettverk. Gjennom studiet vil studenter fra forskjellige kommuner jobbe sammen og bli kjente med hverandre. Virkningene av et nettverk, som igjen kan åpne for nye ideer og tanker om utvikling av ny næringsvirksomhet.

En kombinasjon av det tradisjonelle fortellerformatet og digital historiefortelling vil utover lokal verdiskapning ha en betydning for markedsføringen av de lokale historiene. Digital historiefortelling vil kunne kombinere visuelle og auditive virkemidler på nye måter og vil dermed gi studentene mulighet til å utnytte de digitale muligheten i mye større grad enn ved å bruke ett element av gangen. En av fordelene ved digital historiefortelling er tilpasningsdyktigheten til forskjellige typer digitale media. Dermed kan man ved å bruke dramaturgiske virkemidler formidle en fortelling eller historie på en spennende og interessant måte, både direkte til en kunde (muntlig) og via digitale media.

Resultatet av en slik satsning vil kunne bety mye for de ulike små og mellomstore reiselivsbedriftene i regionen. Økt kompetanse gir et bedre grobunn for lokal og regional utvikling. Samtidig vil kvaliteten på opplevelsen øke og gi et lokalt og regionalt løft i konkurransen om de besøkende. Dette kan for eksempel bidra til å gi Hurtigruteturisten og cruiseturisten som kommer til Tromsø et bedre landbasert tilbud. Samtidig som tilbudet vil bety mye for lokale satsninger og verdiskapning innenfor reiseliv vil det føre til at Universitetet i Tromsø gjennom utviklingen av dette studiet får tilført ny og verdifull kompetanse innenfor et viktig fagområde.

Mål

Hovedmålet er at deltakerne etter endt studium skal forstå hvordan historie og historiefortelling kan bidra til identitet og næringsutvikling i en opplevelsessammenheng, samt å kunne formidle historiene muntlig og gjennom digitale media. Studiets primære målgruppe er aktører som eier eller ønsker å starte opplevelsesbedrifter. Delmål er:

- 1. Øke deltakernes kunnskap om lokal kultur, natur og historie som bidrar til at de kan tilby opplevelser med lokalt særpreg som tar utgangspunkt i de eksisterende lokale ressursfortrinn.**
- 2. Øke deltakernes kunnskap om hvordan digital historiefortelling kan bidra til salg av opplevelser.**
- 3. Øke brukernes kjennskap til hvilke opplevelser som tilbys i deres nærområde.**
- 4. Bygge stabile og langvarige nettverk mellom ulike typer opplevelsesbedrifter.**

Resultatene av måloppnåelsen vil være:

- Testbesøk
- Intervju
- Nettverksdokumentasjon

Prosjektorganisering

Prosjektet blir organisert med en styringsgruppe sammensatt av representanter fra Innovasjon Norge, reiselivsnæringen, Universitetet og Fylkesmannen i Troms. Prosjektansvarlig er Fylkesmannen i Troms.

Prosjektleder er ansvarlig for å følge opp prosjektet og vil sitte i styret.

Styringsgruppen har beslutningsansvar i forhold til økonomiske disposisjoner og faglig rammeverk.

I tillegg opprettes det en arbeidsgruppe som består av representanter fra styret samt faglige representanter fra Universitetet i Tromsø og en valgt tillitsperson blant de studentene som deltar. Denne gruppen skal følge studiet, evaluere studiet underveis etter endt studie. På denne måten forankres studiet både hos styringsgruppa, det får en solid faglig forankring samtidig som det er forankret blant studentene.

Framgangsmåte

Aktiviteter i prosjektet

Utvikling:

I denne fasen skal prosjektleder, sammen med styret og faglige ressurser i studiet, gjennomføre møter for å tilpasse studiet optimalt til målgruppen. Utvikling av studieplan inngår i dette arbeidet. Det er derfor viktig at prosjektet i denne fasen har med seg en, eller flere representanter fra reiselivsnæringen som kan bidra med innspill til innhold. Samtidig kan denne representanten forankre prosjektet i reiselivsnæringen. Dette vil ha betydning for rekruttering til studiet.

Prosjektet tenker seg utvikling i flere faser gjennom arbeidet med utvikling av studiet:

- faginnspill; hvilke fag, i tillegg til fortelling og digital historiefortelling, skal få plass i studiet (eksempel på fag kan være naturfag, regional/lokalhistorie, mat og kultur, markedsføring, nettverksbygging).
- markedsføring: hvilken tilnærming vil føre til optimal tilslutning til studiet
- evaluering: dette blir en del av resultatsmålingen hvor eksternt evalueringspartner vil gjennomføre intervju og bedriftsbesøk.
- forskning: kartlegge effekt og bruk av kunnskaper

Aktiviteter i denne fasen vil være:

Aktivitet	Innhold
Utvikling av studieplan	Form, innhold, pensum og eksamen
Styremøter	Faginnspill, markedsføring, evaluering og forskning. Planlagt 3 møter på 3 timer hver.
Arbeidsgruppemøter	Fagkoordinering, kompetanseutveksling. Planlagt 5-6 møter på 2 timer.
Konferanser	Innhente nødvendig informasjon og kompetanse samt markedsføre studiet for målgruppen.
Studieturer	Innspill til fagsammensetning

Gjennomføring:

Etter utviklingsfasen kommer gjennomføringsfasen, hvor resultatene av utviklingsfasen synliggjøres gjennom tilbakemeldinger fra studenter om innholdet i studiet samt på antall studenter som faktisk melder seg på studiet. I denne fasen vil prosjektet forsette med regelmessige møter. Det er fokus på evaluering av hver samling og evt. ny utvikling og tilrettelegging. Innholdet i møtene vil i stor grad dreie seg om å gå igjennom evaluering dokumenter som studentene leverer inn etter hver samling. Fagressurser som deltar i de forskjellige delene av studiet vil kunne bidra med verdifull informasjon inn i disse møtene.

Aktiviteter i denne fasen:

Aktivitet	Innhold
Arbeidsgruppemøter	Samlingsevalueringer, nye faginnspill, pensum, innspill fra studenter behandles. Planlagt 5 møter på 1 ½ time hver.
Styremøter	Etter behov om endringer må gjøres underveis.

Evaluering

Ved avslutning av første gangs gjennomføring vil styringsgruppa, sammen med arbeidsgruppa og en tillitsvalg fra studentene, ha en gjennomgang av hvordan de synes studiet har fungert. Dette vil gi grunnlag for innspill til andregangsgjennomføringen av studiet. I tillegg vil det være nyttig for studiet å få eksternt innspill på effekter og bieffekter av studiet. En eksternt evaluering vil ha et annet perspektiv på studiet. Denne evalueringsbiten vil knyttes opp mot resultatmålingene, dvs. at de som evaluerer vil gjennomføre intervjuer og besøke hos de som har gjennomført studiet for å se om det har tilsiktet effekt.

I tillegg til en evaluering burde det legges til en forskningsdel for dette studiet. Grunnen til dette er både for å kunne evaluere de faglige sammenhengene i studiet (ettersom de er nye) og for å skape en arena for kunnskapsutvikling på universitetsnivå for reiselivsnæringen. Det finnes ikke en slik arena for reiselivsaktørene i dag.

Aktiviteter i denne fasen:	Innhold
Evalueringsmøte	Intern evaluering på studiet. Ett møte på 3 timer.
Eksterne evalueringsmøter	Besøke studenter, intervju og effektkartlegging (resultatmål). Ett månedsverk beregnet med satser fra Norut. To møter på 1 ½ timer hver.
Forskningsmøter	Hvordan kan små reiselivsbedrifter skape seg en arena for kunnskapsutvikling? Nettverksbygging og nettverksbruk. To møter på 2 timer hver.

Generell informasjon om studiet

Det kreves generell studiekompetanse for opptak til studiet eller tilsvarende realkompetanse. Deltakere må ha tilknytning til en opplevelsesbedrift (eller være i planleggingsfasen for oppstart av) og ha tilgang på PC med internettkobling. Studentene kan følge studiet kun som et kurs med kursbevis eller som kompetansegivende tilbud med innlagt eksamen. Studenter som følger tilbudet som et kurs trenger ikke å dokumentere studiekompetanse. Søknadsskjema og nærmere opplysninger fås ved henvendelse til Avdeling for lærerutdanning ved Universitetet i Tromsø.

Det vil være en studie som vil gi 30 studiepoeng og som vil gå over 1 år for 2 kull. Det er viktig med et langsiktig perspektiv fordi vi ønsker å fange opp flest mulige potensielle studenter. Et studium som går over 2 kull vil bety at vi når flere studenter og at vi får en mulighet til en total evaluering av studiet etter å ha gjennomført dette første gang.

Studiet vil være organisert som et samlingsbasert studie med samlinger ved Universitetet i Tromsø. Mulige organisasjonsformer er 30 studiepoeng som en enhet eller å dele opp og tilby 15+15 eller 10+10+10 studiepoeng. Arbeidsformene vil være varierte med bruk av felles forelesninger, plenumsdiskusjoner og gruppearbeid med lokal innhold. I periodene mellom samlingene forutsettes det at deltakerne fordypet seg i litteratur og utfører arbeid i samband med de obligatoriske oppgavene. Det forutsettes aktiv deltakelse på samlingene. Det internettbaserte programmet Fronter nyttes i mellom samlingene som medium for utlegging av fagstoff, innlevering av deltakernes egenproduserte notater, kunngjøringer og kommunikasjon mellom studiets deltakere. Det er derfor en forutsetning at deltakerne har tilgang på PC med tilkobling til Internett. Innføring i bruk av Fronter vil bli gitt i løpet av første undervisningssamling.

Det er viktig at studieavgiften blir holdt på et minimum da dette er tenkt å være et lavterskeltilbud, dvs. at økonomi ikke skal bli et hinder fra å søke. Mange av opplevelsesbedriftene er små med liten inntjening.

Utvikling av studiet er i stor grad basert på dialog mellom prosjekteier, ressursgruppe og faglærere.

Generelt om studiet

Eksamen: Eksamens- og vurderingsformen er ikke bare et redskap for å fastsette deltakernes faglige nivå, men utgjør også en sentral del av læringen. Av den grunn legges det opp til nær sammenheng mellom eksamens- og vurderingsformene og arbeidsformene i undervisningen. Eksamens- og vurderingsformen består av obligatoriske arbeidskrav og avsluttende eksamen. Eksamen består av en individuell muntlig eller skriftlig eksamen med fokus på sentrale faglige problemstillinger. Ved bedømmelse av eksamen benyttes bokstavkarakterer fra og med A til og med F. Karakteren A representerer høyest oppnåelige eksamensresultat og karakteren E representerer lavest mulige. Karakteren F gis i de tilfellene der eksamen ikke er bestått. Eksamensresultatene kunngjøres samlet etter at eksaminasjonene er avsluttet. Ved stryk på eksamen kan ny prøve tas. Ny eller utsatt prøve arrangeres normalt semesteret etter at ordinær eksamen ble avvirket

Pensum: Deltakerne som ønsker å ta eksamen skal tilegne seg et pensum med samlet omfang på 1500 sider. Pensum fastsettes av faglærerne og foreligger normalt før semesterstart.

Milepæler og aktivitetsbeskrivelse

I oppstartsfasen vil utvikling av studieplan og utviklingsmøter med Universitetet i Tromsø å fungere som milepæler. Deretter vil studiestart, samlinger og arbeidsgruppemøter fungere som milepæler. Siste milepæl vil være evalueringsmøtet ved studieslutt og eksamen.

Milepælsplan

Aktivitet	Gjennomføring
Utvikling av studieplan	Mars – mai 2009
Etablere styringsgruppe	Mars 2009
Ferdig studieplan	Mai 2009
Etablere arbeidsgruppe	Mai 2009
Rekruttere studenter	Mars – juli 2009
Studieoppstart	Oktober 2009
Samlinger	Oktober 2009 – juni 2010 (alternativt august)
Arbeidsgruppemøter	Oktober 2009 – juni 2010
Evalueringsmøte	Juni 2009 (alternative august)
Eksamen	Juni 2010 (alternativt august)
Re-evaluering av studieplan	Juni 2010
Etablere styringsgruppe	August 2010
Etablere arbeidsgruppe	August 2010
Rekruttere studenter	Mars – juli 2010
Studieoppstart	September 2010
Samlinger	September 2010 – mai 2011
Arbeidsgruppemøter	September 2010 – mai 2011
Eksamen	Juni 2011
Evalueringsmøte	Mai 2011
Evalueringsrapport	Etter avsluttet prosjektperiode
FoU	Etter avsluttet prosjektperiode