

Stockholms tunnelbana förvandlas till digitalt konstgalleri där konsten styrs av invånarnas känslor

Från den 7 mars kommer flera hundra digitala reklamskyltar i Stockholms tunnelbana att visa digital konst. Vilka verk som visas styrs i realtid av stockholmarnas känslor och syftar till att hjälpa stadens invånare hantera negativa känslor som stress och irritation. Detta förvandlar stadens tunnelbanesystem till världens sannolikt längsta digitala konstutställning.

Bakom det nya konstinitiativet står Clear Channel som äger nätverket av digitala reklamskyltar i tunnelbanan. Under utställningsperioden kommer stockholmarna inte bara kunna uppleva konsten utan även påverka den, eftersom de konstverk som visas vid varje givet tillfälle styrs av invånarnas känslor. Stockholmarna är enligt en tidigare undersökning de mest stressade i Sverige, och precis som i många andra snabbt växande städer i världen är urbaniseringen och en allt mer utbredd trängsel i stadsmiljön och kollektivtrafiken en stressfaktor.

- Med över 250 uppkopplade skärmar är tunnelbanan en oslagbar miljö för att nå ut till människor. Samtidigt är det en intensiv plats där vi vill försöka skapa fler positiva upplevelser. Eftersom vi når en miljon människor varje dag har vi en unik möjlighet att använda vår teknik och infrastruktur för att testa nya sätt att interagera med stockholmarna, till exempel en ny sorts konstupplevelse, säger Finn Wikander, Produkt- och innovationsdirektör för Clear Channel Scandinavia.

Stockholms tunnelbana är redan idag en internationellt välkänd konstdestination med målningar, inristningar, skulpturer och mosaiker fördelat över 100 stationer och en sträcka på totalt 110 kilometer, världens längsta konstutställning. Nu när även tunnelbanans hela nätverk av digitala reklamskyltar aktiveras för att visa konst förvandlas Stockholms tunnelbana också till en enorm digital konstutställning – sannolikt den längsta av sitt slag.

Initiativet heter "The Emotional Art Gallery" och innehåller sex nya originalverk som är skapade specifikt för att balansera negativa känslor. Sex internationella konstnärer har valts ut och var och en har tilldelats uppgiften att skapa ett konstverk som uttrycker och förstärker en positiv känsla: glad, fridfull, energifull, lugn, kärleksfull och trygg. Var och en av dessa är motsatsen till en negativ känsla, vilka kommer att plockas upp av en nyutvecklad algoritm som analyserar stadens rådande känsloläge och utifrån det väljer vilket konstverk som visas.

- Det vi ser är en känslotriggad konstupplevelse och ett helt unikt sätt att kurera och visa konst. Tänk dig att du går in på ett galleri där utställningen anpassas i realtid för att du ska må bra. De utvalda konstnärerna representerar en ny generation som framförallt arbetar i digitala medium. För dem är en sån här skärm en helt naturlig kanvas, säger Antonia von Euler-Chelpin, grundare av Young Art, en plattform för nya konstnärer och som har bidragit i att välja ut konstnärerna.

Den nya algoritmen som skapats för initiativet analyserar nyckelord i öppna datakällor så som Google-sökningar, sociala medier, nyhetsartiklar och trafikinformation för att hitta indikationer på om stadens invånare känner sig ledsna, ångestfyllda, trötta, stressade, irriterade eller rädda.

- Idag gör så gott som varje företag någon form av omvärldsbevakning. Så varför inte använda den typen av realtidsdata som en ny slags kreativ brief, oavsett om det handlar om att skapa konst eller marknadsföring. Det gör innehållet mer relevant, och i det här fallet bättre anpassat för att sprida allt ifrån glädje och energi till lugn och kärlek i pendeltrafiken, säger Finn Wikander.

Clear Channel arbetar tillsammans med städer genom investeringar i allmännyttan och infrastruktur – till exempel busskurer, låncyklar och laddare för elbilar – i utbyte mot mediaytor i offentliga miljöer. Nyligen har företaget också börjat undersöka hur reklamskyltarna i sig kan användas som en resurs för allmännyttan. Under kalla dagar i slutet av 2018 visades till exempel information som hjälpte Stockholms hemlösa att hitta till närmaste härbärge. Konstutställningen är ytterligare ett initiativ som syftar till att sudda ut gränsen mellan fysisk och digital offentlig miljö.

Den digitala konstutställningen "The Emotional Art Gallery" pågår från 7 mars till 24 mars och visas växelvis med ordinarie reklam innehåll på samtliga digitala reklamskyltar runt om Stockholms tunnelbana och pendeltågstationer, samt på Pelarbacken vid Medborgarplatsen. Utställningen är ett fristående initiativ och äger rum vid sidan om SL:s ordinarie konstverksamhet.

Bland de medverkande konstnärerna finns den framgångsrika Stockholm-baserade motion graphic-konstnären *Andreas Wannerstedt* och den Berlin-baserade konstnären *Susi Sie*, som bland annat skapade digitala konstinstallationer för OS-invigningen i Rio 2016.

Länk till pressbilder och filmmaterial samt info om konstnärerna och konstverken:

- www.emotionalartgallery.com

Undersökning som refereras ovan:

- Nationella folkhälsoenkäten 2016 från Folkhälsomyndigheten

För intervjuer eller ytterligare frågor:

David Klagsbrun, kommunikationsansvarig
+46 (0) 76 525 15 90

david.klagsbrun@clearchannel.se

Om Clear Channel Sverige

Clear Channel Sverige är ett ledande medieföretag som har varit pionjärer inom utomhusreklam sedan 1879. Genom att hjälpa våra kunder att nå ut med rätt budskap i rätt miljö, bidrar vi till att företag och organisationer kan växa och bli framgångsrika. På så sätt kan vi också själva fortsätta att växa och utveckla nya inspirerande sätt att nå fram i stadsmiljön. Vi gör helt enkelt våra kunder framgångsrika och stadsmiljöer mer dynamiska. Clear Channel Sverige är en del av Clear Channel Outdoor.