

Magdalena Tutka-Gwózdź

Independent scholar

<https://orcid.org/0009-0006-6792-7814>

Nettsiden til *Polske filmdager* i Norge som multimodalt samspill

The Website of *Polish Film Days* in Norway: A Multimodal Interaction

The article examines the website of the festival *Polske filmdager i Norge* [Polish Film Days in Norway] as a multifaceted text. The multimodal analysis of the front page, its composition and forms of expression as meaning resources, is further interpreted in light of information posted about the festival. This leads to conclusions about whether the interaction of the website's various modalities contributes to expressing the festival's identity and promoting the concept of cross-cultural dialogue that is crucial for *Polske filmdager*.

Key words: Polish Film Days in Norway, multimodal analysis, website analysis, intercultural dialogue in Norway

Nøkkelord: Polske filmdager i Norge, multimodal analyse, nettstedsanalyse, tverrkulturell dialog i Norge

Innledning

Det å uttrykke seg selv ved bruk av medieteknologier har blitt et sterkt behov både for enkeltindivider og større og mindre menneskegrupper. Man kan likevel ikke si at den stadig voksende tilgjengeligheten av ulike medieuttrykk som kan tas i bruk i dag for å oppfylle dette målet, gjør det lettere å avspeile den identitets-skapende prosessen eller avsløre dybden i identitetens kompleksitet (Gripsrud 2015: 15–23; Lundby 2008). Internett byr på et helt spekter av modaliteter (Engelbrechtsen 2010: 17–36) som kombineres på ulikt vis, og dette samspillet mellom skrift, bilde og lyd utgjør et fantastisk verktøy til å beskrive hvem vi egentlig er. Innen det sosialesemiotiske og retoriske perspektivet kan man tolke det slik at avsenderens identitetserklæring er det grunnleggende budskapet som gjør den legitim og troverdig og gjør det mulig å utvikle mer eller mindre effektiv kommunikasjon

med leserne¹. Dette er en av de mest universelle mekanismene som strukturerer meningsutveksling mellom både enkeltindivider og menneskegrupper.

Dagens forskning på multimodale uttrykk hører inn under ulike vitenskapslige disipliner som bl.a. sosiosemiotikk, retorikk, narratologi, medieestetikk og medieanalyse (Kress og van Leeuwen 2001; Kress 2010; Barthes 1977; Kjeldsen 2004; Liestøl, Morrison og Rasmussen 2003; Tufte 1997; Engholm og Klastorp 2004; Fagerjord 2008; Lundby 2008; Hausken 2009; Gillespie og Toynbee 2009). I denne artikkelen vil jeg utforske en multimodal prosess bak identitetsskapingen til et konkret kulturelt fenomen. Dette skal gjøres i det sosiosemiotiske perspektivet, basert på et konkret materiale og ved en bestemt metodologi.

Metodologi

Formålet for denne artikkelen er å vise hvilke konkrete modaliteter og virkemidler som kan brukes til å uttrykke identiteten til en polsk festival i Norge, altså Polske filmdager i Fredrikstad og Oslo, ved å gjennomføre en næranalyse av festivalens nettside «Polske filmdager»². Nettsiden skal hovedsakelig ses på som en sammensatt tekst (Engebretsen 2010: 17–36). Enkelte retoriske begrep som «avsender» og «leser» brukes for å vise at nettsiden ble skapt for å appellere til en viss avgrenset målgruppe for å nå frem med et bestemt budskap. Fokuset i analysen skal da ligge på det multimodale aspektet ved kommunikasjon mellom avsenderen, altså festivalen selv som en gruppe mennesker som driver virksomheten med et konkret budskap de ønsker å formidle, og mottakerne som bruker festivalens nettside, som samtidig utgjør festivalens potensielle publikum. Dette metodologiske valget tillater en å spore nøyaktig hva slags modaliteter (Engebretsen 2010) som gjør det mulig å skape en mer eller mindre sammenhengende multimodal representasjon av festivalens idé, innhold, organiseringsmodus, som uttrykk for dens identitet. Polske filmdager ses på som et kulturelt fenomen representert av en gruppe mennesker («avsender» – gruppen) som danner et bestemt identitetsbilde. Det kunne ellers være interessant å gjennomføre en retorisk analyse av festivalens nettside eller utdype brukernes perspektiv uttrykt via et spørreskjema eller en fokusgruppe for å vise flere aspekter ved dens innvirkning på leserne. Dette er likevel ikke målet ved denne næranalysen og er potensielt stoff for en annen artikkel.

Polske filmdager er en årlig polsk-norsk kulturproduksjon med tverrkulturell dialog i fokus. Festivalen har nå blitt arrangert ti år på rad og feiret sitt første runde jubileum høsten 2023. **Hvordan er det synliggjort på festivalens nettside? Hvilke modaliteter og virkemidler blir tatt i bruk for å skape et legitimt bilde av Polske**

¹ Begrepene «avsender», «leser» og «tekst» brukes i denne artikkelen i utvidet betydning, jamfør M. Engebretsen (2010: 17–36).

² Frontsiden: <https://www.polskefilmdager.org/norsk-2023-main>.

filmdager på nettet? Og hvordan samspiller de med hverandre for å tiltrekke potensielle festivaldeltakere og promotere begrepet «tverrkulturell dialog»³?

Disse spørsmålene besvares her i to trinn: ved å analysere innholdet på festivalens nettside og så tolke nettsiden i lys av Polske filmdagers filosofi slik den er omtalt av festivalarrangøren selv. Analyse materialet avgrenses til et utvalg av nettsidens viktigste og mest eksponerte lag, altså frontside fra året 2023 og enkelte undersider («Polske filmdager 10 år» og «Om oss»).

Næranalyse av Polske filmdagers frontside

Analyse materialet er hovedsakelig festivalens frontside «Polske filmdager», som vises på en bestemt type skjerm, dvs. en Chromebook-skjerm i standardstørrelsen 1410 × 940 piksler. Polske filmdager bruker en web-estetikk som er horisontalt orientert, skjermtilpasset og lagdelt. Allerede ved første øyekast på frontside ser man at den består av mer enn to visuelle felt. Øverst på siden ser man navnet til festivalen i blokkbokstaver og en meny der man kan navigere mellom tre seksjoner: «Utgaver 2014–2023», «Om oss» og «Medier» presentert i liten skrift. Den tredje linjen av teksten utgjør den samme menyen på polsk «Edycje 2014–2023», «O nas» i «Media». Fonten på hele menyteksten og selve navnet til festivalen er enkel, ren, uten ornamentering. Den har hvit farge som står i sterk kontrast til en svart bakgrunn som fyller hele siden til utkantene av skjermflaten.



Illustrasjon 1. Logoen til Polske filmdagers jubileum designet av Jagoda Ryba. Fordi det ikke var mulig å vise den i tre farger slik det er fremstilt på nettsiden, er det en annen versjon av logobildet som vises her, egnet for visning på hvit bakgrunn

Kilde: <https://www.polskefilmdager.org/norsk-2023-main> [tilgang: 25.02.2025].

³ Til tross for at begrepet «integrering» er svært utbredt i det norske offentlige rommet, er det konsekvent erstattet med begrepet «tverrkulturell dialog» på Polske filmdagers nettside.

1. Den første delen av frontsidene

Rett under menyen dukker det opp et ganske stort og svært tydelig logobilde i hvit og rød farge som består av to elementer: «10 år!» og «POLSKIE FILMDAGER». Blikket forankres i de røde elementene, det vil si tallet «10» og ordet «POLSKIE». Tallet ti har tredimensjonal utforming, som danner et inntrykk av en meget tykk skrifttype som nesten ser ut som en skulptur, mens ordet «POLSKIE» er understreket med en hvit skygge bak de røde bokstavene. Uttrykket «år!» er plassert rett over adjektivet «POLSKIE», slik at utropstegnet havner midt over adjektivet som refererer til den polske nasjonen og fester blikket enda mer. Det er ikke bare samspill mellom de to polske fargene, hvit og rød, som har en betydning, men også mellom de ulike retningene til enkelte deler av skriften. Uttrykket «10 år!» er nemlig plassert slik at skriften stiger fra venstre oppover mot høyre, mens uttrykket «POLSKIE FILMDAGER» går i nedadgående retning, fra venstre nedover til høyre. Dette gir en følelse av interaksjon mellom de ulike elementene. Den dynamiske vekslingen mellom de hvite og røde fargene i den øvre delen av logoen (det røde «10» – hvite «år!» – røde «POLSKIE») roer seg i en tydelig hvitfarget skrift i «FILMDAGER». Bokstavene folder seg rolig ut i en lengre linje som strekker seg fra den venstre kanten av tallet ti og parallelt med ordet «POLSKIE». På denne måten får man en følelse av at logobildet blir «stengt» som en helhet. Dette demper også dynamikken i samspillet mellom fargene og de motsatte retningene til skriften i logoens øvre del. Det er ellers ikke noen flere elementer som synes i dette feltet av frontsidene, noe som forsterker et inntrykk av grafisk ro og renhet.

Rett under logobildet følger en linje tekst: «2023 Moss 26–27.08 Fredrikstad 8–15.10 Oslo 20.10». Det brukes ikke komma, men ganske store avstander mellom navnene på stedene og datoene som skiller de tre festivalarenaene. Skriften er holdt i den samme enkle fonten og i samme størrelse som øverst på nettsidens meny. Nederst på Chromebook-skjermen i full modus ser man de øvre delene av tre bilder som introduserer tre ulike motiver⁴. Man merker lett at det er mulig å skrolle nedover på frontsidene for å se resten av bildene, og at dette bare var en antydning om hva som kommer.

2. Oppsummering av den første analysedelen

Den dominerende modaliteten brukt på den øvre delen av nettsiden som man ser først etter å ha åpnet den, er hovedsakelig skrift i ulike størrelser, samt et logobilde som representerer tiårsjubileet av festivalen som er en type grafisk bearbeidet skrift. Bildene tar mye mindre plass ved første øyekast og er eksponert bare delvis

⁴ Bildene synes i sin helhet først etter at man har skrollet nedover. Se Illustrasjon 2.

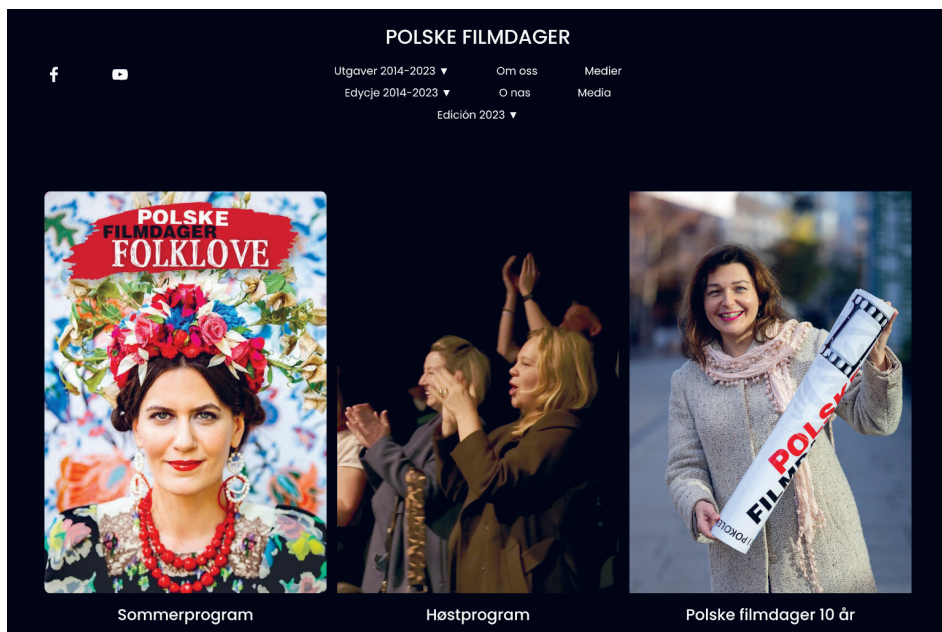
på Chromebook-skjermen. Dette fungerer som en invitasjon til å skrolle ned for å oppdage mer. Teksten er samtidig begrenset til et minimum av verbal kommunikasjon som nesten bare avslører festivalens navn, steder og datoer og annonserer dens jubileum. Det helhetlige inntrykket dannes i et samspill mellom de korte tekstene, den bestemte komposisjonen til sidens grafiske komponenter med logoen i sentrum og fargene og retningene i skrift av ulik størrelse. Alle de grafiske elementene lyser ut av en svart bakgrunn. Dette skaper det samme inntrykket som man får ved å se et bilde som lyser ut av en kinoskjerm mens man sitter inne i en kinosal. Dette er en måte å etablere en uforpliktende, men ganske intim kontakt med leserne på. Det er også en kontrast mellom sidens svarte bakgrunn, lyse bokstaver og de fargerike billedmotivene, som spiller en vesentlig rolle. Til sammen får dette frem det viktige budskapet om festivalens tiårsjubileum.

Det er altså jubileumslogoen som utgjør det sentrale elementet på frontsidens. Logoen spiller på de polske fargene (hvit og rød) ved å bruke kontrast og dynamiske endringer i skriftretning. Utopstegnet som er plassert midt i logobildet, kan leses som et uttrykk for glede, entusiasme eller positiv energi. Dette kan naturligvis knyttes til det annonserte tiårsjubileet, men også til festivalstemningen generelt. Innholdet i logobildet, altså uttrykkene «10 år!» og «POLSKE FILMDAGER», fungerer her som en enkel måte å markere festivalens posisjon på, mens samspillet mellom de ulike grafiske elementene i logobildet illustrerer en idé om sammenstilling av ulike verdier og perspektiver, grafisk representert av ulike farger og retninger. Ikke minst valget av språk i logoen har sin funksjon, ved å kombinere et norsk uttrykk med et polsk tema. En slik komposisjon av logoen danner mange spennende semiotiske kontrapunkt.

Teksten i menyen man ser over logobildet, er en symbolsk representasjon av festivalens portefølje som sprer seg over 10 utgaver. Men det understreker også den flerspråklige karakteren til festivalvirksomheten, siden hele menyen er presentert parallelt på norsk og polsk. Det spanske tillegget antyder at festivalmiljøet også er åpent for impulser fra andre kulturer. Skriftens tydelige og enkle form gjør den lett lesbar, og skaper i tillegg et inntrykk av at alle de språkene som er brukt her, er likeverdige. Teksten under logobildet tilbyr en annen viktig informasjon om stedene festivalen utspiller seg på, og avslører slik festivalens lokale og regionale posisjon. Alle stedsnavnene står på samme tekstlinje, noe som antyder at arrangementer holdt i hovedstaden og i mindre byer er like viktige for festivalen.

Det å plassere noen bilder rett under den enkle informasjonen har nok en annen funksjon. De fargerike motivene i de tre bildene man først kan se på skjermen, fester blikket og appellerer til følelser knyttet til den slaviske folkloren og den festlige stemningen. Den sistnevnte er representert ved bildet av en mann med hevede armer og et entusiastisk uttrykk. Motivet av den smilende damen i nærmere billedutsnitt skaper en følelse av tiltrekkende nærhet, mens bakgrunnen i bildet antyder at festivalen står i sterk tilknytning til byen eller bykulturen. Ut ifra dette,

og uten å lese mer om festivalen, kan man forstå at avsenderen ønsker å fremstå som en inkluderende, samfunnsengasjert og flerspråklig aktør som er aktiv på ulike plan og vil nå frem til ulike målgrupper⁵.



Illustrasjon 2. Utdrag fra frontsiden til Polske filmdager slik den så ut i 2023

Kilde: <https://www.polskefilmdager.org/norsk-2023-main> [tilgang: 25.02.2025].

3. Den andre delen av frontsiden

Etter å ha skrollet litt ned får man opp tre bilder med ulike motiver som nå er presentert i full modus med underskriftene «Sommerprogram», «Høstprogram» og «Polske filmdager 10 år». Først til venstre ser man et bilde av en ganske ung kvinne i et halvnært utsnitt. Hun er kledd i en folkedrakt som kan assosieres med polsk eller slavisk kultur, blant annet på grunn av de store, røde perlene hun har på seg. Hun er ellers pyntet med en stor blomsterkrans. Ved nærmere ettersyn ser man at blomstene er laget av kreppapir, men de er relativt naturtro. De røde elementene

⁵ Det er enda en faktor som påvirker betrakterens perspektiv ved bruk av internett, nemlig brukerinvolvering. Potensialet i nettsidens interaktivitet ligger skjult i navigeringsmulighetene man oppdager på frontsidene. Man kan utforske flere undersider enten gjennom å åpne en norsk eller polsk meny, eller ved å klikke på bildene midt på frontsidene. Selve komposisjonen av menyene avslører at Polske filmdager er en veletablert festivalarena som har virket i de ti siste årene, som har gjort seg mange erfaringer og skapt sin egen historie.

i drakten og pynten er godt avstemt med rødfargen på leppestiften til kvinnen. Dette skaper et dynamisk spill mellom sterke farger og en festlig atmosfære, særlig i samspill med bakgrunnen som også er fylt med rike blomstermotiver og farger. Dette bildet er et portrett, det vil si at det som virker viktigst, er kvinneskikkelsen i forgrunnen, mens andre elementer utgjør en bakgrunn. Inne i bildet ser man også en ny logo som strekker seg over kvinnens hode på en rød bakgrunn som korresponderer med de andre røde elementene i bildet. Logoen består av tre linjer tekst i blokkbokstaver: «POLSK» i hvit farge, «FILMDAGER» i svart farge (begge i samme font som i jubileumslogoen) og «FOLKLOVE» holdt i litt større font som ligner på penselmalt håndskrift og hvit farge. Man merker lett at det nye ordet «FOLKLOVE», som ikke hører direkte til festivalens navn, antyder at det enten er en ny del eller noe spesielt ved festivalprogrammet.

Det andre bildet som presenteres midt på frontsiden, står i stor kontrast til det første bildet med sine mørke farger. Det forestiller tre personer i halvfigur. Det er to middelaldrende kvinner som står og klapper med entusiastisk uttrykk i ansiktene (en av dem ser ut som om hun synger eller roper noe ut), og i den venstre utkanten av bildet ser vi overkroppen til en mann som står bak kvinnene og strekker armene høyt over hodet for å applaudere entusiastisk. Dette er en tydelig og visuelt overbevisende representasjon av festivalpublikummet. Alle personene som er fremstilt på dette bildet, synes på en svart, ren bakgrunn som minner om en kino- eller konsertsal. Påkledningen til damene er ganske ledig. De har på seg kåper i brunt og grått, og en av dem har et gyllent skjerf med et lett glitter. I den venstre utkanten synes en mannlig arm i en enkel hvit T-skjorte.

Det tredje bildet plassert til høyre i galleriet på frontsiden med billedteksten «Polske filmdager 10 år» forestiller en middelaldrende kvinne med et stort smil. Hun er fanget i en dynamisk positur, nesten som om hun går i retning mot leserne. Hun holder frem en stor plakate med skriften «POLSK» og «FILMDAG» i rød og svart farge på en hvit bakgrunn. Teksten leses naturligvis som «POLSK FILMDAGER» utifra hovedkonteksten, særlig når man aner et grafisk symbol av en billedrute på plakaten. Hovedpersonen har på seg en kåpe i lysegrå farge og et skjerf i en lyserosa farge. Bylandskapet er utydelig, men man kan kjenne igjen noen silhuetter av bygninger, trær i høstfarger og himmelen som fyller rommet mellom dem. Dette danner et inntrykk av et ganske åpent rom. Man fester blikket på det brede smilet til kvinnen og skriften som antyder festivalens navn. Den røde fargen på leppestiften korresponderer igjen direkte med logoens farge.

De tre billeduttrykkene er et eksempel på hvordan motivet med polske farger og rød farge i sentrum blir konsekvent utviklet. Rødfargen er nemlig satt sammen med ulike andre farger, både fra spekteret av sommerblomster, høstblader og den mørke fargetonen som minner om stemningen i en kinosal. Hovedtemaet i alle de tre bildene er mennesker. Det er ikke sikkert at det er et bevisst valg av avsenderen at det er damer som dominerer, men deres positur og smil kan bidra til å skape et inntrykk av spontanitet og skjønnhet. De to bildene til venstre og høyre i galleriet

forestiller to kvinne som ser rett mot leserne. Det midterste bildet viser en gruppe mennesker i en festivalaktivitet. Bildene har da to ulike funksjoner, de representerer et fellesskap av festivalpublikum og oppretter en direkte kontakt med nettsidens potensielle lesere. Hovedfølelsene de illustrerer, er glede, entusiasme og energi.

Det kreative fargespillet foregår også i påkledningen til personene som avbildes. De ulike draktene de har på seg, representerer både folketradisjon og moderne holdninger til klær, og de refererer til to ulike årstider, som er sommer og høst. Man kan da oppsummere at modaliteten som dominerer i dette feltet av frontsidens bilder med et fargespill som appellerer følelsesmessig til leserne. Billedtekstene under bildene spiller bare rollen som informativ tillegg som setter navn på de ulike programdelene og igjen markerer at festivalen feirer sitt tiårsjubileum. Ved å klikke seg inn på alle de tre bildene får man opp programmet for begge årstidene og mer informasjon om festivalens jubileum⁶.

4. Den tredje delen av frontsidens

Det tredje feltet på frontsidens, som man kan utforske ved å skrolle enda mer ned, består av fire vinduer med videoer i ulike formater og moduser. Alle fire stammer enten fra Polske filmdagers YouTube-kanal eller mediesponsorens kanal og kan avspilles som film ved å trykke på stillbildene. Først til venstre ser vi et stillbilde fra filmen «Polske filmdager 2023» med billedteksten «Alek Nowak/ Iconic Photography» (Polske filmdager b, u.å.). Det mest iøynefallende er to kvinnelige skikkelser i forgrunnen. De står foran kinopublikummere som fyller en kinosal. Publikummerne er ganske uskarpe slik at man ikke kan kjenne igjen ansikter. De to damene bøyer seg mot hverandre for å utveksle en mikrofon. Over radene med seter fylt av tilskuere ser vi et lys fra en projektor som kan være klar til å snurre en film. Dette kan tolkes som en filmatisk metafor om at det å være en del av festivalens fellesskap ikke krever at man samtidig avslører alt om seg selv overfor kameraet. Denne metaforen kan bidra til å skape mer tillit hos nettsidens lesere.

Til høyre for det stillbildet som omtales ovenfor, ser man to mindre vinduer med videoer fra YouTube-kanal Radio Wataha⁷ (YouTube-kanal til Radio Wataha a,b, u.å.). På ett av dem ser man to damer som sitter ved siden av hverandre på den første raden i en tom kinosal. Kvinnene og rommet rundt dem er fanget i et halvtotalt billedutsnitt, så det avsløres ikke mange flere detaljer. Siden dette vinduet er ganske lite, får man ikke lest hele filmtittelen, men bare det uferdige uttrykket *Festivaljenter med skaperk*. Stillbildet i det tredje lille vinduet viser filmen *Konsertdialog over grenser*, som forestiller to middelaldrende menn i et halvnært

⁶ Det kunne vært interessant å se innover i nettsiden og analysere samspillet mellom de ulike undersidene samt mulighetene for interaktiv navigering. Men dette er det ikke plass til i denne kortfattede analysen.

⁷ Festivalens mediesponsor.

billedutsnitt. En av dem har en T-skjorte med bilde av en mørkhudet saksofonist, mens den andre er kledd i en dressjakke i en ganske avslappet stil. Begge smiler lett og ser rett inn i filmkameraet som fanger lesernes blikk til tross for at vinduet ikke er stort. Det er et estetisk virkemiddel som er felles for alle disse stillbildene: det spilles på kontrasten mellom de mørke og lyse fargene. Lyseffektene og forskjellen mellom lys og skygge og mellom skarpe og uklare bildelementer er et hovedgrep i filmen *Polske filmdager 2023*.

Under de tre vinduene finner man enda et vindu med en video med en tekst i hvit farge som ruller på en svart bakgrunn (Polske filmdager a, u.å.). Videoen er aktiv så teksten avspilles foran lesernes øyne. Den inneholder en liste over alle arrangementer festivalen har gjennomført i løpet av ni utgaver, altså før det første runde jubileet. Når man trykker på volumknappen, får man høre lyd. Det er en norskspråklig jazzlåt, *Havet*⁸, som vekker assosiasjoner til norsk natur. Den har ganske lite tekst og flere instrumentale deler. Dette gjør det lett å fokusere på den rullende teksten som takket være sin enkle form og rene font nesten virker som rulleteksten på en film man ser på kino. Denne videoen begynner med logobildet «POLSKA FILMDAGER 10 ÅR!», som man kjenner igjen fra den øvre delen av frontsidens.

5. Den fjerde delen av frontsidens

Det nederste feltet på frontsidens er et galleri av logobilder som viser hvem som er festivalarrangør, samarbeidspartnere og mediesponsorer. Festivalens e-postadresse er oppgitt som kontaktinformasjon. Logostripen blir synlig nederst mens man eventuelt navigerer videre gjennom ulike undersider.

6. Oppsummering av den andre analysedelen

Det tredje feltet på frontsidens består av stillbilder og videoer og har billeduttrykk som dominerende modalitet. Disse skaper en mening og et følelsesmessig engasjement eller til og med innlevelse hos leserne. De valgte scenene representerer festivalens liv under arrangementene. Hovedkarakterene er personer som symbolsk representerer enten festivalpublikum eller festivalarrangøren. Stillbildene og filmene viser at det oppstår en interaksjon mellom dem. I motsetning til de statiske bildene presentert i det andre feltet på frontsidens, der man ser enkeltmennesker med tydelige ansiktsuttrykk, er det ofte større menneskegrupper som er avbildet i filmene. Hovedtemaet om den mellommenneskelige kontakten og publikums opplevelse gjenstår imidlertid uforandret både i frontsidens andre og tredje felt.

⁸ Komposisjon: Dawid Sulej Rudnicki. Tekst: Magdalena Tutka-Gwózdź.

Alle personer fremstilt i filmene smiler lett, men mimikken har mindre intensitet enn på de statiske bildene i frontsidens andre felt, der billeduttrykkene sto for etableringen av en direkte kontakt med leserne.

Det er interessant at bortsett fra logobildet til jubileet, som står øverst på frontsidens, og som dukker opp inne i videoen med rullende tekst, er det ikke mange motiver med polske farger i det tredje feltet. Fargeskalaen både i bildene og påkledningen til hovedkarakterene er betydelig redusert. Det største visuelle inntrykket gjør et skarpt lys fra projektoren som naturlig oppstår i en kinosal, så vel som et enkelt spill mellom hvitfarget skrift på svart bakgrunn som utgjør en metafor for den veletablerte tradisjonen med undertekster i film. I logogalleriet eksponert nederst på frontsidens ser man heller ikke mange motiver med sterke farger eller symboler, bortsett fra bildet av det polske flagget i Polens ambassades logo, som i dette tilfellet virker helt naturlig.

7. Undersidene «Om oss» og «Polske filmdager 10 år»

Analysen av innholdet og komposisjonen til Polske filmdagers frontside viser at det er flere modaliteter som brukes til å skape en flersidig representasjon til festivalen. For å bedre forstå hvordan skrift, bilder, videosnutter og lyd er med på å gjøre dette, er det nødvendig å tolke analysefunnene i sammenheng med informasjonen som er lagt ut om temaet «Polske filmdager 10 år» på undersiden⁹. Denne åpnes ved å klikke inn på bildet til høyre på frontsidens, samt i seksjonen «Om oss»¹⁰, som man kan åpne midt i menyen plassert i frontsidens øverste del.

Undersiden «Polske filmdager 10 år» består av fire ulike felt: en tekst som beskriver ulike aspekter ved festivalvirksomheten, seks bilder som illustrerer dem med korte bildetekster, et horisontalt galleri som presenterer festivalplakatene fra alle de ti festivalutgavene og to vinduer med videoer om Polske filmdager 2023 og 2022. Bakgrunnen er svart, og teksten er holdt i hvit og gul farge og samme font som på frontsidens. Skriften er ganske stor og er disponert i tre avsnitt. Den første setningen er en enkel kunngjøring i gulfarget skrift: «Polske filmdager er blitt 10 år!». På den samme linjen leser man: «Se programmet 2023 HER» hvor ordet «HER» også er understreket med gul farge og inneholder en lenke som leder til programmet. Nedenfor følger en større mengde hvitfarget tekst:

Siden 2014 har festivalen vært en arena for tverrkulturell dialog og tverrfaglig samarbeid, frivillig engasjement, debatt og samfunnsbygging, kunstformidling og medieproduksjon, samt interaktiv opplæring.

⁹ Undersiden: <https://www.polskefilmdager.org/norsk-2023/project>.

¹⁰ Undersiden: <https://www.polskefilmdager.org/om-oss>.

Polske filmdager i tall: over 18 000 deltakere, 233 gratis arrangementer, over 60 gjestekunstnere og spesielle gjester, over 50 frivillige hvert år fra 12 ulike land, og flere engasjerte samarbeidspartnere fra Norge og Polen (Polske filmdager b, u.a.).

Nedenfor teksten ser man et galleri med 6 bilder som illustrerer «tverrkulturell dialog», «tverrfaglig samarbeid», «frivillig engasjement», «debatt og samfunnsbygging», «kunstformidling og medieproduksjon», samt «interaktiv opplæring» ved å avbilde små grupper folk av ulike opprinnelse og i ulike aldre. Kameraet har fanget dem mens de er engasjert i ulike aktiviteter: kunstnerisk installasjon i byen, montering av en utendørs utstilling med flotte filmbilder, dansing, diskusjon og filminnspilling. Halvnære billedutsnitt gjør det mulig både å se mimikken og gestene til de avbildede personene, samt hvilke typer aktiviteter de er engasjert i. Man ser for eksempel to voksne som filmer og et barn som også er opptatt med filmopptak. Alle retter blikket direkte inn i kameraet, slik at leserne får et sterkt inntrykk av øyekontakt. Dette er en type intertekstuell lek der personer fanget i bildene selv betjener et annet kamera, slik at leseren får en illusjon av å også være med i situasjonen. Bildene har et ganske stort fargespekter, med lyserød, oransje og rosa som dominerende farger. Disse varme fargene er imidlertid ganske jevnt distribuert i utkantene av galleriet. Et bilde med barn og voksne som danser sammen, inneholder festivalens logo eksponert på en monitor i bakgrunnen¹¹.

Undersiden «Om oss»¹² inneholder en lengre tekst, samt bilder av medlemmer av festivalteamet med billedtekster og et galleri med logoene til bidragsyterne. I den høyre utkanten ser man også et lite vindu med en video med rullende tekst, den samme som man møter på frontsiden.

Hovedteksten eksponert øverst på siden begynner med en kort introduksjon: «Vi har fokus på kulturforbindelser mellom Polen og Norge, samt Polen og andre land. Polske filmdager arrangeres for 10. gang i år!». Se programmet «HER» i den samme fonten som ble brukt på frontsiden i ganske stor størrelse. I likhet med frontsiden har denne undersiden også svart bakgrunn, så de lyse bokstavene er lette å lese. Det meste av teksten er hvit, men gul farge brukes to steder: På ordet «HER», som inneholder en lenke til programmet for 2023, samt på setningen som annonserer tiårsjubileet. Nedenfor finner vi et ganske stort felt fylt med mye mer informasjon oppgitt med relativt liten skrift:

Det var et sterkt ønske om å bidra til dypere dialog i det norske samfunnet som lå i grunn for opprettelsen av Polske filmdager. [...] Arrangementsrekken består av filmvisninger, konserter, audiovisuelle forestillinger, utstillinger, verksteder, møter og foredrag. [...] Alt dette for å vise frem kulturforbindelser mellom Polen og Norge og inspirere til tverrkulturell dialog, samt dypere refleksjon om egen kultur. Polske filmdager er skapt som et internasjonalt

¹¹ På grunn av begrenset plass i denne publikasjonen er det ikke mulig å analysere resten av innholdet på denne undersiden, men galleriet med seks bilder omtalt her er den sterkeste meningsressursen på siden.

¹² Undersiden: <https://www.polskefilmdager.org/om-oss>.

møtested, en polsk sone i den norske virkeligheten, der alle er velkomne. Det er den eneste polske festivalen i Norge med så stort tverrdisiplinært opplegg og fri entré for alle. [...] (Polske filmdager c, u.å.).

Tolking av analysefunn i lys av informasjon om Polske filmdager

Slik avsenderen formulerer det selv, er festivalens misjon å få frem «kulturforbindelser mellom Polen og Norge» eller «bidra til dypere dialog i det norske samfunnet» (Polske filmdager c, u.å.). Etter å ha sett nærmere på frontsidene og de utvalgte undersidene er det mulig å trekke konklusjoner om hvorvidt web-estetikken og det sammensatte, multimodale innholdet til de mest eksponerte lagene i festivalens nettside støtter og uttrykker dens filosofi.

En viktig kontekst er at hele nettsiden er tospråklig, dvs. at alle de norske undersidene har sin polske ekvivalent. Allerede i menyen øverst på frontsidene ser man at festivalen satser på et samspill der norsk og polsk er likeverdige språk, samtidig som den inkluderer flere språk, som spansk, som dukker opp i en seksjon. Modalitetene som brukes på de analyserte sidene, omfatter skrift, bilde, lyd og video som en sammensatt form som forener alle disse. Det er imidlertid ikke skrift, men billeduttrykk som oftest dominerer som en meningsressurs på frontsidene. Bildene viser universelle motiver konsentrert rundt mennesker som dukker opp i ulike festivalrelaterte roller (modell i fotokunst inspirert av folklore/ festivalpublikummere under arrangementet/ en smilende dame med en festivalplakat), fanget i nære og halvnære utsnitt og på bakgrunner som symboliserer både festivalarenaer (kunstnerisk dekorasjon i fotostudio/ mørk kinosal eller konsertsal/ byen) og tidspunktene festivalen utspiller seg på (sommer og høst). Alt dette samsvarer med Polske filmdagers beskrivelse med utdypet informasjon om den kunstneriske bredden festivalen favner, samt om den inkluderende karakteren til denne festivalarenaen der «alle er velkomne». Hovedtemaet i alle bildene på frontsidene er mellommenneskelig kontakt og en ekte opplevelse i møte med kunst som festivalen tilbyr. Dette er også en hovedtråd i videoen fra jubileumsutgaven, som er meget godt eksponert i et stort vindu både på frontsidene og undersiden «Om oss».

Fargebruk og spill med kontraster i hele billedmaterialet uttrykker både jubileumsglede som sprer positiv energi (lyse og sterke farger, som rødt), og skaper en stemning av intimitet, trygghet og hygge som assosieres med det å være i en kinosal (mørke farger satt sammen med meget lyse elementer). Fargene i påkledningen til personene som presenteres i billedmaterialet, går også i dialog med bakgrunnene og andre fargerike grafiske elementer. Stilen i klesdraktene representerer både tradisjon og modernitet og spenner mellom det hverdagslige og det festlige, noe som understreker festivalens inkluderende rolle, men også dens kunstneriske opprinnelse.

Videoene viser fram ulike rom festivalarrangementene utspiller seg i: byen Fredrikstad, kinoens foaje, kinosal. Slik det ser ut i videoen *Polske filmdager 2023*, er det fullt av mennesker i ulike aldre som ser på utstillingen, danser, diskuterer, ser film, deltar i flermedial forestilling og feirer sammen. Lydsporet kombinerer en rolig jazzlåt på norsk med en liten mengde tekst med lyd i form av både polsk og norsk tale registrert fra deltakerne direkte under arrangementene. Slik behandling av lyd i filmen bidrar kraftig til å øke autentisiteten til filmmaterialet og på denne måten også avsenderens troverdighet. Modaliteter som spiller en mindre rolle i seg selv, men går i konstruktivt samspill med bildene og videouttrykkene, er skrift (inkludert dens utforming, størrelse og disposisjon, fargebruken i tekstene og grafiske elementer i bakgrunnen), nettsidens komposisjon og interaktivitet.

På hele nettsiden er det valgt en bestemt font som er enkel og lettlest. Dette skaper et inntrykk av renhet og fasiliteter eventuell flerspråklig lesing. På frontsidens oppgis kun den mest grunnleggende informasjonen om festivalen, mens man kan lese mer ved å klikke seg inn på flere undersider. Den røde tråden som går gjennom alle sidene som er nevnt i denne artikkelen, er stikkordet «Polske filmdager 10 år!», som også er et hovedtema i jubileumslogoen presentert øverst på frontsidens. Dette uttrykket, som minner om en bursdagsfeiring, kan være en god måte å skape en innlevelse hos brukerne på, ved å samtidig formidle litt informasjon om festivalens historie. Brukerinvolveringen er, teknisk sett, samtidig ganske liten og begrenset til navigering mellom undersider på norsk og polsk, samt aktivisering av videoer. Et unntak er den mest omfattende teksten som imiterer undertekster på en kinofilm, ved å rulle selv i et av vinduene nederst på frontsidens.

Et annet viktig trekk man legger merke til både på frontsidens og de analyserte undersidene, er en nøktern og kreativ bruk av polske nasjonale farger og folkløremotiver. Det er mest synlig i komposisjonen av festivalens jubileumslogo, der rødt og hvitt blir presentert i en mer avansert kombinasjon enn man finner i det polske flagget. Logoen er basert på et fargespill som lager en følelse av dynamisk interaksjon eller kontrapunkt. På denne måten blir betrakteren involvert i en lek med de polske fargene, som åpner opp for ulike tolkninger av selve logoen og festivalmiljøet som den representerer. Lignende effekt blir skapt ved kontraster i bildet med en kvinne som er kledd i en tradisjonell folkedrakt, men pyntet med moderne sminke. Hennes modige blick og sterk dekorering i bakgrunnen gir et inntrykk av en fotokollasje laget i dagens teknologi og er da ganske fjern fra arkivstilen man kjenner fra museer. Frontsidens har ellers nesten ingen direkte visuelle eller tekstlige referanser til det spesifikt norske, men det er forståelig, siden festivalen først og fremst formidler polsk kultur. Den norske kulturkretsen er likevel sterkt representert gjennom språket som er først introdusert på frontsidens¹³.

¹³ Det er flere sterke referanser til norsk kultur, så vel som andre kulturer, f.eks. ukrainsk, som er skjult på undersidene «Sommer- og høstprogram», som denne gangen ikke inngår i analysematerialet.

Dempingen av nasjonale trekk og mangel på sterke symboler knyttet til Polen eller Norge åpner et rom for flerkulturell tolking av fargekomposisjon og kjente motiver. Dette er avsenderens strategi for å markere festivalens åpenhet mot andre kulturer. Satsing på samtidsuttrykk fra egen kultur kan muligens skape et nokså uklart inntrykk blant de utvalgte gruppene av polske mottakere, men dette virker nok å være avsenderens bevisste valg og samsvarer med den beskrivelsen av festivalen som man finner på nettsiden, altså bidrar det til økt legitimitet.

Det som betydelig bidrar til å danne et helhetlig inntrykk av avsenderen, dens virksomhet, tilbud og ikke minst kjerneverdiene den ønsker å formidle, er et samspill mellom frontsidene og undersidene som man finner enten gjennom menyen eller ved å klikke på bildene. Det virker som avsenderen har valgt å fremme den mest universelle informasjonen på frontsidene og slik lage mer plass til de «svake» modalitetene, som bilde og video som involverer kreativ bruk av farger, former og bevegelse som kan tolkes ulikt. Det ser også ut til å være en regel om et minimum av tekst på flere språk, noe som kan gjøre det lettere å navigere på den flerspråklige nettsiden. Disse to løsningene illustrerer festivalens ambisjon om å være en arena som er åpen for alle og ikke festet til kun en kulturkrets.

Det mest spesifikke innholdet om den mellomkulturelle interaksjonen er litt mer «skjult», bl.a. på undersiden «Polske filmdager 10 år» eller «Om oss». Man kan da tro at denne utfyllende informasjonen er ment for de mest nysgjerrige og medievanne brukerne. Om denne strategien gjør at avsenderen lykkes med å avsløre potensialet for tverrkulturell dialog, kan ikke fastslås uten å gjennomføre undersøkelser blant mottakere, men det er sikkert en måte å nå fram til ulike miljøer på, og skape et bilde av en avsender som lager broer mellom ulike språk, kulturer og miljøer. Det andre budskapet som kommer frem gjennom hele repertoaret av modaliteter brukt på nettsiden, er at festivalen tilbyr en ekte opplevelse. Det kan være i et møte med kunst av ulik art og i diverse formater, eller en opplevelse av et fellesskap, altså det å gjøre noe sammen og overskride stereotype forestillinger om sin egen og andres kultur.

Avslutning

Polske filmdager er en årlig polsk-norsk kulturproduksjon med tverrkulturell dialog i fokus. Målet ved denne artikkelen har vært å se nærmere på hvordan festivalen Polske filmdager fremstår som en tverrkulturell arena sett gjennom øynene til festivalens nettside-lesere. Næranalysen av de utvalgte lagene på festivalens nettside gjorde det mulig å tolke den som en sammensatt tekst. Analysefunn viser at festivalens hovedidé om å styrke polsk-norsk dialog gjennom kunst og kultur er representert gjennom ulike modaliteter. Bilde og video er dominerende ved første øyekast på frontsidene, som samtidig inviterer til å oppdage mer skriftlig informasjon om festivalen på undersidene man lett navigerer til.

Analysen avslører at nettsidens innhold og estetikk står i tett sammenheng med festivalens konsept sentrert rundt det universelle ved tverrkulturell dialog. Derfor kan dette vurderes som vellykket og effektiv kommunikasjon som gjør at avsenderen fremstår som legitim og troverdig nok til å formidle sitt hovedbudskap. På grunn av denne artikkelens begrensede omfang er det imidlertid ikke mulig å vurdere hvorvidt dette bidrar til festivalens faktiske suksess på det norske kulturmarkedet og eventuell publikumsvekst.

Et annet tema som denne analysen åpner for, og som ikke er undersøkt her, er hvordan nettsiden er med på å utforme forholdet mellom festivalarrangøren, samarbeidspartnere og publikum som danner det konkrete festivalmiljøet. Det kunne ellers være interessant å undersøke hvorvidt denne typen nettsideutvikling kan fasiliterer identitetsprosesser hos polsk diaspora eller påvirke kvaliteten på polsk-norsk dialog i Norge. Artikkelen viser likevel at Polske filmdagers nettside i stor grad lykkes med å fremme et tydelig bilde av festivalen som på en side går i dybden av kunst og kultur, men på den annen side berører og skaper et rom for nærhet mellom «vanlige» mennesker. Gjennom en rekke modaliteter, visse estetiske grep og strategiske valg er den også i stand til å uttrykke festivalens hovedformål tydelig nok, altså løfte viktigheten av den tverrkulturelle dialogen i Norge, eksemplifisert her som polsk-norsk dialog, samt generelt en dialog mellom festivaldeltakere av ulik opprinnelse. Næranalysen ved bruk av metoden utarbeidet av Martin Engebretsen har vist seg å være en effektiv tilnærming for å avdekke dette.

Litteratur

- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.
- Engebretsen, M. (2010). Innledning. I: M. Engebretsen (red.). *Skrift/ bilde/ lyd. Analyse av sammensatte tekster*. Kristiansand: Høgskoleforlaget AS, s. 17–35.
- Engholm, I. (red.) og L. Klastруп (red.) (2004). *Digitale verdener. De nye mediers æstetik og design*. København: Gyldendal.
- Fagerjord, A. (2008). *Web-medier. Introduksjon til sjangre og uttrykksformer på nettet*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Gillespie, M. og J. Toynbee (red.) (2006). *Analysing Media Texts*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Gripsrud, J. (2015). *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hausken, L. (2009). *Medieestetikk. Studier i estetisk medieanalyse*. Oslo: Scandinavian Academic Press.
- Kjeldsen, J. (2004). *Retorikk i vår tid: en innføring i moderne retorisk teori*. Oslo: Spartacus.
- Kress, G. (2010). *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Kress, G. og T. van Leeuwen (2001). *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold Publishers.
- Liestøl, G., A. Morrison, A. og T. Rasmussen (red.). *Digital Media Revisited*. Cambridge: MIT Press.

- Lundby, K. (red.). (2008). *Digital Storytelling, Mediatized Stories: Self-representations in New Media*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Tufte, E.R. (1997). *Visual Explanations. Images and Quantities, Evidence and Narrative*. Cheshire: Graphics Press.

Internettkilder:

- Polske filmdager a. (u.å.). <https://www.polskefilmdager.org/norsk-2023-main> [tilgang: 25.02.2025].
- Polske filmdager b. (u.å.). <https://www.polskefilmdager.org/norsk-2023/project> [tilgang: 25.02.2025].
- Polske filmdager c. (u.å.). <https://www.polskefilmdager.org/om-oss> [tilgang: 25.02.2025].
- YouTube-kanal til Polske filmdager a. (u.å.). *Polske filmdager – 10 år!* Prod. Fredrikstad 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=DvPjnEPOePo&t> [tilgang: 25.02.2025].
- YouTube-kanal til Polske filmdager b. (u.å.). *Polske filmdager 2023. Iconic Photography*. Prod. Fredrikstad 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=5IdL5FNdN-A> [tilgang: 25.02.2025].
- YouTube-kanal til Radio Wataha a. (u.å.). *Festivaljenter med skaperkraft*. Prod. Fredrikstad 2020. <https://youtu.be/JVyxOnbzGw> [tilgang: 25.02.2025].
- YouTube-kanal til Radio Wataha b. (u.å.). *Konsertdialog over grenser*. Prod. Oslo 2019–2020. https://youtu.be/E_QBBKKw9iE [tilgang: 25.02.2025].