



Høgskolen
i Innlandet



Roel Puijk, Nanna Løkka, Kristine Persdatter Miland

Festivalproduksjon og -opplevelse under Covid-19-pandemien

Skriftserien 3 - 2021

Utgivelsessted: Elverum

© Forfatterne/Høgskolen i Innlandet, Telemarksforsking 2021

Det må ikke kopieres fra publikasjonen i strid med Åndsverkloven eller i strid med avtaler om kopiering inngått med Kopinor.

Forfatteren er selv ansvarlig for sine konklusjoner.
Innholdet gir derfor ikke nødvendigvis uttrykk for høgskolens syn.

I Høgskolen i Innlandets skriftserie publiseres både internt og eksternt finansierte FoU-arbeider.

Foto:

Amandus:

- Ola Moen og Ola-Halvor Flatland
- Eivind Myklebust Nordengen

Digitale festspel 2020:

- Stian Raa og Anne Grethe O. Vold
- Chris-Håvard Berge

Peer Gynt-stemnet:

- Underlig Sky AS/Vegard Moshagen
- Odd Geir Sæther (hologram)
- Roel Puijk

Litteraturdagene i Vinje

- TK-film

ISSN: 2535-5678

Online utgave: 978-82-8380-250-4

Sammendrag

Rapporten er resultat av et forsprosjekt som Telemaksforskning og Høgskolen i Innlandet gjorde for oppdragsgiveren Nynorsk kultursentrum/Litteraturdagane i Vinje. Vi ser på hvordan mindre festivaler tilpasset seg Korona-pandemien i 2020 og hvordan deltakere i disse festivalene opplevde tilbudet.

De fire festivalene som vi undersøkte (Amandusfestivalen, Digitale festspel 2020, Peer Gynt stemnet og Litteraturdagane i Vinje) viste seg å ha svært forskjellige tilbud i 2020. De to første festivalene, Amandus og Digitale festspel 2020, ble i hovedsak gjort om til on-line festivaler, mens de to andre kombinerte fysisk oppmøte med digital formidling. Mens Amandusfestivalen i stor grad beholdt de planlagte programelementene og den samme tidsperioden for avvikling av sitt digitale tilbud ble programelementene for Digitale festspel 2020 lagt på nett fordelt over en tre måneder lang periode. I tillegg til dette arrangerte Digitale festspel to studioproduksjoner i den opprinnelige festivalperioden samt flere innslag utover høsten. Litteraturdagane i Vinje holdt seg til den opprinnelige festivalperioden, men reduserte antall innslag, som nesten alle ble formidlet direkte. Peer Gynt-stemnet la om programmet sitt til en minifestival i de helgene der forestillingene egentlig skulle foregå og utvidet med digitale tilbud lokalisert i Gudbrandsdalen.

De fire aktørene hentet inn ekstern kompetanse for å ta seg av den tyngste delen av formidlingen, men tilbudet omfattet også noen egenproduserte videoer. Vi ser at alle i første omgang brukte lokal videokompetanse til å stå for produksjon av mer avanserte flerkameraopptak, men de aller mest ressurskrevende delene ble gjennomført i Oslo. Estetisk beholder strømming mye av sceneopptredenens sin karakter, med vekt på å vise fram utøvere og deres budskap. Man kan snakke om en sakte/minimalistisk estetikk med få sceniske elementer, lite bruk av lys som virkemiddel, lange takninger, og ytterst forsiktige kameravekslinger og -bevegelser.

Den andre delundersøkelsen ser på hvordan publikum opplevde de digitale arrangementene under Digitale Festspel 2020 og Litteraturdagane i Vinje. Empirien ble hentet inn gjennom en spørreundersøkelse til deltakerne samt intervju av et mindre utvalg. Studien viser først og fremst at langt færre deltok på festivalen når formatet var digitalt. Informantene oppgir at de oppfatter det digitale formatet som et alternativ til det fysiske i en spesiell tid, ikke som et framtidig substitutt. Et fåtall deltar på festivalen *fordi* den er digital, de aller fleste deltar *på tross av* at den er digital. Undersøkelsen viser også at festivalen som paraplyarrangement synes å miste sin betydning når plattformen blir digital, det er det enkelte arrangement som blir viktig. Et annet sentralt funn er at informantene i liten grad klarer/ønsker å sammenligne den fysiske festivalen med den digitale. Det indikerer at publikum opplever dette som to helt forskjellige opplevelser. Flere sier at de opplever at den digitale festivalen mest av alt ligner en TV-sending. Undersøkelsen er imidlertid basert på en liten informantgruppe, konklusjonen bør først og fremst brukes som pekepinner for hva som er relevant å undersøke i framtidige prosjekter.

Emneord: festival, strømming, Covid-19, audiovisuell produksjon, publikum

Oppdragsgiver: Nynorsk kultursentrum/Litteraturdagane I Vinje

Summary

This report is the result of a preliminary project carried out by Telemark Research Institute and the Inland Norway University of Applied Sciences commissioned by Nynorsk kultursentrum/ Litteraturdagane i Vinje. In it we analyse how small festivals in Norway adjusted to the Covid-19 pandemic in 2020 and how the participants experienced their moving online.

The investigation focused on four festivals: the Amandus film festival, Digitale festspel 2020, Peer Gynt stemnet and Litteraturdagane i Vinje. The festivals adapted to the situation differently. The two festivals that took place first (Amandus and Digdale festspel 2020) were largely online, while the later ones combined on-location with offline performances. While the Amandus festival to a large extent retained its original programme and timetable, Digitale festspel 2020 spread its online offering over three months, as well as arranging two streamed multi-camera studio productions for the original festival timespan. Litteraturdagane i Vinje retained its original time schedule but the programme which was streamed online was reduced. Peer Gynt was also slimmed down so that it became a mini festival over the weekends of the festival period. In addition, they developed on-location-based digital offerings with sound tours and a hologram with experts of the Peer Gynt performance.

The four festivals produced some videos that were available online themselves, but all brought in local video production firms to produce the more complicated parts of the productions. Some of the more resource-heavy parts of the production (multicamera production) were carried out in Oslo. The streaming productions were used for stage-based items, focusing on the actors and their performances. Aesthetically, these were minimalist productions with few scenic elements, little use of lighting, a slow editing pace and little obvious camera movement.

The second part of the study examines how the audience experienced the digital events arranged by Digitale Festspel 2020 and Litteraturdagane i Vinje. The empirical material was collected through a survey and through interviews with a smaller group. The study shows first of all that considerably fewer people attended to the festival when digitized, and that the audience experience the digital format primarily as an alternative during a special time – not as a substitute for future festivals. Only a very few informants say they attend to the festival *because* it is digital and easily accessible, most of them attend *in spite of* it being digitized. The study also demonstrated how the festival as such loses its meaning when its digital, it is the specific events that matters. Another important finding is that the respondents are reluctant to compare the digital and the physical festival, implying that the audience experience this as two completely different things – incomparable. Many of the informants reports that they experience the digital events as a TV-show. However, the study is based on a small group of informants, the conclusions should therefore be regarded as preliminary and first and foremost useful for further studies.

Keywords: festival, streaming, Covid-19, audio visual production, audience

Financed by: Nynorsk kultursentrum/Litteraturdagane I Vinje

Forord

2020 ble verden rammet av en pandemi. Pandemien påvirket nær sagt all virksomhet i landet, deriblant festivalene. Noen avlyste, andre valgte å gjøre hele eller deler av festivalen digital. I møte med kompetansemeklere fra Telemarksforskning, så daglig leder ved Vinjesenteret, Nynorsk kultursentrum, Kristian Rantala muligheten for å få mer kunnskap om hvordan digitale festivaler kan gjennomføres, og om hvordan små festivaler kan nå ut til et større publikum ved å bruke digitale plattformer. På den bakgrunn ble det suksessfullt søkt om finansiering av forprosjekt fra fylkets Forregion-program. Flere forskingsmiljøet ble kontaktet for å gjennomføre oppdraget, men bare Høgskolen i Innlandet og Telemarksforskning kunne snu seg om på kort tid.

Arbeidet med rapporten har vært delt mellom Høgskolen i Innlandet og Telemarksforskning, der Høgskolen i Innlandet fikk ansvaret for å beskrive hvordan de utvalgte festivalene generelt sett tilpasset seg Koronapandemien, mens Telemarksforskning hadde ansvaret for å undersøke hvordan publikum opplevde digitaliseringen av arrangementene. Vi har skrevet hver vår delrapport, men ettersom de to delene henger sammen, publiserer vi det som en samlet rapport bestående av to deler. Roel Puijk ved Høgskolen i Innlandet har samlet inn materialet og skrevet første delen (kapittel 1-7), mens Telemarksforskning har vært ansvarlig for andre delrapporten (kapittel 8). Kristine Persdatter Miland innhentet det empiriske materialet, mens Nanna Løkka har utført analysene og skrevet teksten.

Vi takker informantene for å ha stilt opp til intervju og fylt ut spørreskjema. Også takk til oppdragsgiver Nynorsk kultursentrum/Litteraturdagane i Vinje for et godt samarbeid.

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	3
Summary	4
Forord.....	5
Innholdsfortegnelse	6
1. Festivalproduksjon.....	8
1.1 Innledning.....	8
1.2 Festivaler	9
1.3 TV-produksjon.....	11
1.4 Deltakelse	12
1.5 Audiovisuell formidling på nett.....	13
2. Hensikt og metode.....	15
3. Amandusfestivalen	17
3.1 Om festivalen.....	17
3.2 Prosessen forut for festivalen.....	18
3.3 Festivalen 2020	20
3.3.1 Strømming nominerte filmer	20
3.3.2 Strømming til YouTube	20
3.4 Oppslutning	24
4. Digitale festspel 2020.....	25
4.1 Om Nynorske festspela	25
4.2 Prosessen forut for festivalen.....	26
4.3 Festivalen 2020	27
4.3.1 Podkast	27
4.3.2 Tekstmateriale	28
4.3.3 Video	28
4.3.4 Videostrømming.....	30
4.4 Publikumsoppslutning.....	34
5. Peer Gynt-stemnet	35
5.1 Om Peer Gynt-stemnet	35
5.2 Prosessen før festivalen	35
5.3 Festivalen 2020	36
5.3.1 Strømming	36
5.3.2 Utviklingsprosjekter	37
5.3.3 Video	40
5.3.4 Hologram	42
5.4 Oppsummering Peer Gynt	43
6. Litteraturdagane i Vinje	44
6.1 Om Litteraturdagane i Vinje	44
6.2 Prosessen forut for festivalen.....	45
6.3 Festivalen 2020	46
6.3.1 Kransnedlegging.....	46
6.3.2 Skolebesøk.....	46
6.3.3 Omsorgssentre.....	47
6.3.4 Strømming	47
6.4 Lærdommen fra årets festival.....	51

7.	Organisering, produkt og festivalfølelse	52
7.1	Organisering.....	52
7.2	Framstillingsformene.....	52
7.3	Festivalfølelse	53
7.3.1	Digital festivalfølelse?.....	53
7.3.2	Liveness	55
7.3.3	Frivillige.....	56
7.3.4	Til slutt	57
8.	Publikumsundersøkelse	60
8.1	Metodene - Survey og kvalitative intervju	60
8.2	Bakgrunnsinformasjon om informantene	61
8.3	Et tilbud som når flere?	61
8.4	Pris.....	62
8.5	Teknikk og opplevelse av formatet	63
8.6	Digital versus fysisk opplevelse.....	64
8.7	Den sosiale dimensjonen.....	67
8.8	«Festivalopplevelsen»	68
8.9	Sammenfatning	69
	Litteraturliste.....	70

1. Festivalproduksjon

1.1 Innledning

Audiovisuell formidling har fått en oppblomstring under Covid-19 pandemien. Mange arrangement har vært umulig å gjennomføre pga. smittevernkrav, mens audiovisuelle medier, særlig strømming, har blitt benyttet som en reserveløsning for andre. Å formidle med audiovisuelle medier endrer situasjonen – ikke bare blir det kulturelle uttrykket formidlet gjennom en skjerm, tilskuere og seere er også i en helt annen kontekst. Som seer hjemme går man glipp av alle opplevelser rund framføringene og festivaldeltakelse – å kjøpe billetten, å komme seg ut av hjemmet, kanskje stå i kø, og være til stede i arrangementets lokaliteter. Selv om man ikke lenger så ofte befinner seg i røykfylte lokaler med eim av alkohol og svette, så kan det være naturomgivelsene (og været) ved utekonserter, et mørkt kulturhus, kino-salen, kirken eller hva slags omgivelse arrangørene enn bruker til sine arrangementer. Under en festival er man vanligvis på flere arrangementer, kanskje oppholdet inkluderer overnatting, og man er gjerne sammen med venner og kjente både under forestillingen og i pausene. Festivaler foregår over tid og er mer enn summen av forestillinger i og med at de gir publikum en festivalopplevelse utover forestillingene.

Å delta i en festival oppleves gjerne som å være i en egen 'verden'. Her har man tid til å være sammen med venner, møte nye folk med lignende interesser, spise og drikke sammen – kort sagt så har man det hyggelig sammen. Festivaler har da også vanligvis flere tilbud enn de rent kunstneriske. De kjennetegnes av at de står i motsetning til det hverdagslige – de er et avbrekk fra hverdagen. Slike tidsperioder som bryter med hverdagen blir omtalt som 'liminoide' perioder (Turner 1974) – perioder hvor andre regler og normer gjelder enn i hverdagen og man oppfører seg forskjellig (med hensyn til soving, drikking, sosiale omgangsformer, osv.). Det er en periode hvor man kobler av, har opplevelser og gjerne også knytter spesielle bånd til andre deltakere. Noen slike liminoide perioder som russetiden, er særdeles intense mens andre perioder kan oppleves mindre dyptgripende, men allikevel ha en spesiell, ofte minneverdig, karakter for den enkelte. Det er den totale opplevelsen under en festival, både kulturopplevelsen og den sosiale opplevelsen knyttet til festivalen som vi kan kalle festival-opplevelse.

Alle de sansemessige og sosiale opplevelser utover de audiovisuelle inntrykkene fra forestillingen man har kommet for å se og høre blir forskjellig når de blir formidlet gjennom en skjerm. Uansett om man bruker mobil, PC eller TV-skjerm for å konsumere slike forestillinger så vil man vanligvis gjøre det i en setting som mangler de stedsspesifikke sanseintrykk og sosiale kontekst som festivalen gir. Konsumet skjer gjerne i en hjemlig kontekst og denne konteksten er forskjellig fra seer til seer. Noen sitter i godstolen i stua og ser med partner og kommenterer det de ser og hører, andre ligger med hodetelefon og skjerm Brett i senga og ser konsentrert mens en tredje blir stadig forstyrret av andre aktiviteter i sin omgivelse. Disse eksemplene viser at seerkonteksten kan variere veldig slik at man kan anta at også seeropplevelsen varierer.

Festivalprodusenter må forholde seg til slike forskjeller når de tilrettelegger festivaler for online deltakelse. Da Korona-pandemien gjorde det umulig å avvikle festivaler slik de var planlagt var det flere som tydde til digital formidling. Ikke alle hadde erfaring med digital formidling fra før og mange var preget av usikkerhet om hvordan dette ville slå ut. Særlig mange var usikre på hvordan de kunne klare å formidle den særegne festival-opplevelsen og om det var mulig i det hele tatt. Dette er bakgrunnen for dette forprosjektet hvor vi har sett på hvordan fire små og mellomstore festivaler har tilpasset seg den særegne situasjon som oppsto etter at landet ble stengt ned den 12. mars 2020. I

første omgang ble alle kulturarrangement med tilstedeværende publikum forbudt. Utover sommeren ble det mulig å ha et begrenset antall tilskuere til stede, men også da var det store begrensninger på hva festivalene kunne gjøre.

Denne delstudien har et produksjons- og formidlingsperspektiv. Vi tar utgangspunkt i hvordan noen få utvalgte festivalprodusenter forholdt seg til situasjonen, og hvordan de tilrettela og 'reprogrammerte' sitt tilbud. Dette innebærer at vi prøver å kartlegge hvordan de tenkte, hvilke ressurser og kompetanser de tok i bruk og hvilke erfaringer de satt med i etterkant av årets festival. Dessuten ser vi mer konkret på tilbudet og hva slags formidlingsformer de brukte. Her ser vi først og fremst på de audiovisuelle produksjonene.

Gjennom analysen av disse fire casene håper vi å kunne identifisere noen områder som festivalene kan jobbe videre med. Selv om 2020 var et spesielt år og vi vil forhåpentlig ikke kommer tilbake til samme situasjon med lock-down og nedstenging av samfunnet har også (noen) festivaler fått øynene opp for anvendelse av digital teknologi i sin vanlige formidlingsvirksomhet. Erfaringer fra dette ekstraordinære året kan inspirere til å utvikle nye digitale formidlingsformer som kan brukes også i ordinær virksomhet. Meningen er altså å identifisere utfordringer og områder som nye eksperimenter i neste omgang kan utforske. Spesielt utfordringene med å gjenskape den særegne 'festivalfølelsen' som preger gode festivaler er en utfordring som står sentralt.

Rapporten er bygget opp på følgende måte. Først vil vi si noe mer allment om festivaler i Norge. Deretter vil vi se på audiovisuell formidling og hente inspirasjon fra film- og TV-forskning om hvilke virkemidler som man kan bruke i formidling med lyd og levende bilder. Festivalformidling er selvsagt ikke det samme som film- og TV-produksjon, men noen av begrepene og teknikkene kan anvendes. Det samme kan sies om nett-video som omfatter mange sjangre, men en spesiell type videoklipp knyttet til egenproduksjon (DIY), blogsfæren og YouTube kan tjene som utgangspunkt for sammenligning.

Etter den mer teoretiske delen presenteres metoden som er brukt i utvelgelsen av de fire casene i undersøkelsen samt hva slags materiale som er brukt og hvordan det er samlet inn.

Hoveddelen er en beskrivelse av de fire casene. Beskrivelsen for hver av casene består av en kort oversikt over festivalens historie, formål og omfang. Deretter beskrives hvordan festivalledelsen beskrev deres overveielser rundt organiseringen i forkant av festivalen i 2020. I tillegg analyseres de audiovisuelle produktene som festivalene produserte. Fokus er på formidlingen og hvordan de så ut heller enn det innholdsmessige.

Rapporten avsluttes med en mer allmenn oppsummering av funnene og de erfaringene man har gjort med organisering av 2020-festivalen og en drøfting av begrepet festivalopplevelse.

1.2 Festivaler

Festivalbegrepet og hva man skal regne som en festival er omdiskutert (Mair 2019, s. 4). De vanligste definisjoner spesifiserer at festivaler a) handler om et bestemt tema, b) består av flere arrangement på et avgrenset sted, c) innen et avgrenset tidsrom og d) er gjentakende. Uten å gå nærmere inn på hva slags avgrensing man har gjort refererer Kultur- og Nærings- og fiskeridepartement til at det

finnes rundt 900 festivaler i Norge (KUD & NFD 2019, s. 18).¹ De fleste festivaler er musikkfestivaler og disse har også fått mest forskningsmessig interesse og er best dokumentert (f.eks. Négrier, Bonet & Guérin 2013, Ericsson 2017, Rykkja & Ericsson 2016). Interesseforeningen for norske kulturfestivaler Norske Festivaler skiller f.eks. mellom fem typer musikkfestivaler etter sjanger. I tillegg opererer de også med litteratur-, film-, teater- og scenekunsthendelser i tillegg til kategoriene barn og ungdom, generelle kulturfestivaler og festspill. Særlig de siste ti årene har det dukket opp en rekke andre festivaler innenfor bl.a. mat, etniske festivaler og historiske spill.

Størsteparten av (musikk)festivalene blir arrangert i byene. Ericsson (2017) rapporterer at av 2 av 3 festivaler foregår i byer, særlig kategorien 'ikke musikk' hvor hele 92% blir arrangert i byer. Likevel nevner kulturmeldingen fra 2013 at festivaler er «i høy grad å regne som en desentralisert kunst- og kulturarena.» (NOU 2013: 4, s. 267). Mange, men ikke alle, festivaler har en sterk lokal forankring. Ifølge kulturmeldingen er «festivalene som kunstarenaer i større grad formet av lokale interesser, ved at regional og lokal kompetanse etablerer nettverk til nasjonale og, ikke minst, internasjonale miljøer hvor de henter hjem i prinsippet hva det skal være av kvalitetskunst» (s. 267).

Festivalens relasjon med både det lokale og det (inter-)nasjonale nivå er gjerne flersidig. Noen festivaler har lite tilknytning til det stedet der de arrangeres – ofte er det da snakk om å hente inn de fremste nasjonale og internasjonale artister for å gi et tilbud først og fremst for betalende tilskuere, enten de kommer fra regionen eller reiser spesielt for anledningen. Men de fleste norske festivaler er interessedrevne og har en sterk lokal tilknytning. De henter ofte nasjonale utøvere slik at lokalbefolkningen får tilgang til disse. Samtidig vil mange festivaler vise fram lokal tematikk og lokale utøvere og gi de en scene hvor de kan vise seg fram både for lokalbefolkning og tilreisende. Slik sett knyttes det ofte bånd mellom lokale amatører og nasjonale profesjonelle (som også kan ha lokal tilknytning).

Typisk for mange festivaler, ikke minst de interessedrevne, er at de baserer seg på mange frivillige. Rapporten *Statistikk for norske musikkfestivaler og konsertarrangører* viser at ansatte utførte ca. 100 årsverk i 2016 mens det var ca. 8 100 frivillige som utførte rundt 90 årsverk først og fremst mens festivalene fant sted (Ericsson 2017, s. 44). Frivillige er altså et viktig element i festivaler og samtidig et viktig bindeledd til lokalsamfunnet ettersom vi kan gå ut fra at de fleste frivillige er lokale.

Digitaliseringen har økt sin betydning spesielt innen musikkfeltet. Den har ført til at artistene får en stadig mindre del av sine inntekter fra platesalg. Salget av fysiske produkter har i stadig større grad blitt erstattet av strømmet musikk som utøverne tjener lite på. Live opptreden, både i form av enkeltkonserter, men ikke minst festivaler utgjør en stadig større del av musikerens inntekter (Nordgård, 2013, s. 55). Samtidig henger disse to former for musikk-konsum sammen - musikkfestivaler er dypt medialisert – ikke minst fordi det sirkulerer mye materiale knyttet til ulike festivaler i sosiale medier (Kjus 2018, Danielsen & Kjus 2019). Dette innebærer at deltakelse i festivalen, særlig for ungdom, ikke bare er en fysisk opplevelse av en forestilling, men den blir utvidet og skjer også online.

Når festivaler digitaliseres og ikke lenger (bare) foregår på et fysisk sted, men blir mediert elektronisk så innebærer dette selvsagt flere utfordringer. En tradisjonell problemstilling i medieforskning er at enhver situasjon som blir overført audiovisuelt blir remediert, noe som innebærer at noen trekk blir overført mens andre ikke overlever remedieringen. Matfestivaler har dårlige odds når det gjelder

¹ Basert på Visit Norge sine tall. Se ellers også Kulturdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet (2019).

overføring fordi smak ikke kan overføres audiovisuelt. Når vi holder oss til det audiovisuelle så kan vi snakke om to kommunikasjonsakser:

1) *Vertikal - mellom utøvelse og seeren.* Bilde og lydlegging innebærer bestemte observasjonspunkter fra hvor man gjør opptakene. Her kan man velge mellom å gjøre medieringen minst mulig synlig eller man kan velge å la formidlingen tilføye noe til opplevelsen. Vi kan kalle dette den vertikale akse som handler om hva slags 'bilde' seeren får av det som foregår foran kamera og mikrofonene – hvordan seeren lever seg inn i opplevelsen.

2) *Horisontal - mellom seeren og omgivelsen.* Ettersom seeren befinner seg på et annet sted enn framføringen befinner seg, vil også konteksten være forskjellig. Vi kan kalle dette den horisontale akse som handler om hvordan seeren samhandler med sine omgivelser – den fysiske omgivelsen (f.eks. hjemme), andre som er til stede, hva som skjer før og etterpå.

Som vi antydte allerede i innledningen er dette forhold som online-formidlete festivaler delvis har til felles med fjernsynsmediet. Vi vil derfor se på hvordan dette mediet har håndtert disse dimensjoner før vi ser hvordan de ikke-redigerte online forholder seg til slike utfordringer.

1.3 TV-produksjon

Selv om strømming av festivaler har sine egne kjennetegn og ikke kan sammenlignes med en TV-sending direkte har TV-produsentene vært opptatt av en del av de samme problemstillingene som festivalledere er i dag – hvordan formidle det audiovisuelle innholdet slik at seerne får en best mulig opplevelse og blir værende foran skjermen? Om det nå er allmennkringkastings- eller kommersielle TV-kanaler, alle vil de at seerne følger med i programmene og de har utviklet ulike teknikker for å holde på seerens oppmerksomhet.

Det finnes mange TV-sjangre men de fleste festivaloverføringer ligner mest på hva som gjerne kalles 'transmisjoner' – direkte overføringer fra noe som foregår på en scene. Vi vil derfor konsentrere meg om kjennetegn sjangeren.

For at seerne skal få best mulig opplevelse av hva som foregår på scenen er det vanlig å gjøre mediet minst mulig påfallende slik at seerne får en opplevelse som samsvarer med å være til stede der hvor handlingen foregår. Her har TV mye til felles med den tradisjonelle fortellende filmen. Under studieproduksjonsperioden i amerikansk film på 20 tallet utviklet man de grunnleggende elementene i den usynlige fortellende filmen. En viktig forutsetning er at man skaper et enhetlig univers hvor seerne bli guidet 'sømløst' fra en seerposisjon til den neste, uten å oppleve at de mistet kontinuiteten i opplevelsen. En forutsetning er at teknologien fungerer og at bildene og lydene oppleves som 'gjennomsiktige'. Generelle regler slik som etableringsbilder, veksling mellom oversiktsbilder og nærbilder og teknikker som 'bevegelsesklipp' og 180° regelen bidrar også til at seerne ikke blir distraheret av forstyrrende elementer som bryter med illusjonen. Samtidig er seerens audiovisuelle opplevelse forskjellig fra tilskuerens: kamera får gjerne de beste seerposisjoner, fokusdybde, zoom, kamerabevegelser brukes gjerne til å framheve bestemte deler (på bekostning av andre deler). Dette er ikke den eneste måte fjernsynet fungerer på – den kan f.eks. bruke filmatiske virkemidler som bryter med den usynlige fortelling, for å oppnå f.eks. humoristiske eller kunstneriske effekter.

Som et elektronisk medium har TV mulighet til å formidle verden i nåtid og til å binde ulike steder sammen. TV, som andre elektroniske medier, har muligheten til direkteoverføringer hvor det avbildete vises samtidig som det skjer i virkeligheten. For å understreke at seeren får delta i noe som riktignok skjer 'der og nå' men som oppleves som 'her og nå' legger de elektroniske mediene vekt på samtidighet. Dette kommer til uttrykk i det engelske 'liveness'-begrepet (Auslander 2008, van Es 2017). Denne produksjonsformen innebærer også at bildene redigeres i sanntid og ikke – slik det gjøres i tradisjonelle fiksjonsproduksjoner – i etterkant av opptakene. Derfor brukes flerkamera

teknikk, noe som i fjernsynssammenheng krever mye utstyr, tilrettelegging, gode elektroniske forbindelser og mye personell (OB-bus, gjerne et team med rundt 10 personer eller flere). Hele dette tekniske apparatet gjør det mulig å sende direkte fra et eller flere steder. At det er en direkte sending blir ofte sett på som en fordel, bl.a. fordi det står mer på spill for de involverte som vet at de har mange øyne rettet på seg. Slik sett er det likt en offentlig opptreden for både de foran og de bak kameraene.

I direkte sendinger understrekes samtidigheten – bl.a. av programledere som refererer til 'her' (i studio eller på den bestemte location) og 'nå' ('i dag', 'senere skal vi'). Disse programlederne har ofte en direkte henvendelsesform til seerne – de ser inn i kamera og snakker til seerne hjemme. En slik henvendelsesform gir autoritet og simulerer en følelse av delaktighet.

Direktefølelsen blir understreket ved å skrive 'direkte' på skjermen. Dette er kanskje mest påfallende i nyhetssendinger hvor studioverten 'setter over til reporteren i [stedsnavn]', og hvor reporteren plasseres foran begivenheten som utfolder seg og snakker om det som skjer der. Men også i andre tilfeller som sportssendinger, store underholdningskonkurranser (Melodi Grand Prix, Stjernekamp) dyrkes nåtidigheten. En del av disse TV-overførte arrangementene kommer under kategorien mediebegivenheter.

Mediebegivenheter er store direkte sendte Tv-begivenheter som får stor oppmerksomhet blant publikum slik at man – i alle fall når det er vellykkete – kan si at de trekker nasjonal, eller i noen tilfeller internasjonal oppmerksomhet. Det handler gjerne om de store sportssendinger (VM og OL i populære idretter), kongelige ritualer (bryllup, begravelser) eller politiske hendelser (valgdebatter). Mediebegivenheter blir av Dayan og Katz (1992) beskrevet som festlige sendinger, som binder seerne til samfunnet og senteret av begivenheten. Slike begivenheter oppleves gjerne av seerne som en spesiell tidsperiode, et brudd med hverdagen. Vi kan også her snakke om en liminoid periode. Som vi kjenner til fra f.eks. viktige fotballkamper så er seeradferden også en annen – mange ser kampene i puben eller på storskjerm nettopp for å delta i et fellesskap. Det er vel ikke helt uvanlig at folk som ser hjemme inviterer familie og venner for å oppleve fellesskapet mens de ser på. Dette styrker den horisontale dimensjonen i kommunikasjonen. På denne måte kan man si at folk lager sine egne festivaler rundt TV begivenheten og opplever sin egen festivalopplevelse sammen med andre i fysisk nærhet av hverandre.

1.4 Deltakelse

I utgangspunktet er fjernsyn et massemedium. Det er få sendere som deler sine budskap til mange mottakere som alle, hver for seg, får samme budskap levert hjemme. Man kan si at fjernsynet, og de teknikkene de utviklet til å tiltrekke seg seere, var først og fremst basert på vertikal kommunikasjon.

Fjernsyn er også et enveis-medium – eventuelle tilbakemeldinger fra mottakere må skje via en annen kanal. Før var det først og fremst brev og telefon som seerne brukte til å formidle sine reaksjoner på programmene. Som enveismedium legger fjernsyns først og fremst til rette for vertikal kommunikasjon. Når horisontal kommunikasjon er viktig å formidle, f.eks. ved humorprogram, må fjernsynsproduksjonen tilrettelegge for det, f.eks. ved å invitere publikum i studio eller ved å bruke latterbokser.

Med utbredelsen av internett har denne situasjonen endret seg. Gjennom nettet har seerne fått en mulighet til å kommunisere i samtid med programskapere og med hverandre. Ulike programkonsepter er utviklet til å gi seerne mulighet til å påvirke programmets innhold – f.eks. reality-programmer som Idol, MGP og Stjernekamp prøver å engasjere og involvere seerne ved at de kan stemme på sine kandidater. (Kjus 2009, Puijk 2008). Dette er en måte å styrke den vertikale dimensjonen, gjøre kommunikasjonen mer gjensidig og dra inn seerne på nye måter.

Internettet byr imidlertid også på muligheter til å styrke den horisontale dimensjonen i kommunikasjonen. Når seerne kan gi tilbakemelding på en chat eller diskuterer programmet på Twitter mens det foregår, gir det mulighet til å snakke med andre seere og føle inkludering i et større fellesskap rundt programmet. Dette fellesskapet dannes rundt et begrenset antall programmer som har en aktiv fanskare. De fleste programmer med stor fanbase er (amerikanske) fiksjonsserier, men også mediebegivenheter som idrettsprogrammer, MGP og andre gjentakende programmer kan bygge seg opp en fanbase. Riktig nok har det blitt vanskeligere å få generell oppmerksomhet når antallet TV kanaler har økt og sosiale medier har fragmentert mediasfæren, men det er ikke nødvendigvis slik at sosiale medier undergraver og fører oppmerksomheten bort fra slike TV-begivenheter - sosiale medier kan også bidra og understøtte de og bidra til at seerne får en eventyrbegivenhet, litt tilsvarende en festivalopplevelse.

Ovenfor har vi beskrevet noen av de viktigste virkemidler som profesjonelle TV-produsenter tar i bruk for å formidle sine budskap for å holde på og engasjere sine seere. Når festivaler har blitt tvunget til å strøme sine programmer p.g.a. den pågående Covid-19 situasjonen er de sjølsagt i en annen situasjon, de har andre kanaler og en helt forskjellige økonomisk ramme for sin virksomhet. Det vil derfor være hverken rimelig eller nyttig å forvente at festivalene gjorde formidlingen på samme måte. De må gjøre det på sine egen premisser. Samtidig gir erfaringene fra TV produksjoner en indikasjon på hva det kan være viktig å se på. Det er snakk om å lære fra egne og andres erfaringer og å ha mulighet til å vurdere elementer som man ikke har tenkt på selv.

1.5 Audiovisuell formidling på nett

Den audiovisuelle formidlingen som festivalene driver med bruker ulike internettbaserte plattformer (hjemmesider, YouTube, Facebook, osv.). For å være attraktiv må den antakelig måtte tilpasse seg internettets logikk. Hva det innebærer er ikke helt opplagt. Internettbaserte audiovisuelle fortellinger har et større spenn i estetisk uttrykk enn TV tradisjonelt har. Internett er jo heller en infrastruktur og distribusjonsform og ikke en bestemt sjanger – det rommer både korte amatørbaserte YouTube og TikTok-videoer, så godt som spillefilm og Netflix serier laget av profesjonelle utøvere. Særlig den yngre generasjonen er vant til en særegen nett-estetikk, ikke minst på YouTube og andre sosiale medier. Noen generelle trekk er:

- Innslagene er korte
- Det legges vekt på humor
- De har en 'fresh' estetisk utseende

Det er vanskelig å definere 'freshheten', men det innebærer mindre vekt på teknisk kvalitet ettersom man ofte bruker mobiltelefon og amatør utstyr slik at man er blitt vant til ustødige bilder, dårligere farger og oppløsning (web-cam), stående format (9:16), ofte uredigert eller med synlige jump-cuts. Nå har amatør-utstyr og mobiltelefoner blitt stadig bedre og billigere, men grensen for hva man tolererer har også blitt større.

Den pågående Covid-19 pandemien har også forsterket denne tendensen. Hjemmekontor og begrensinger på å reise har ført til at vi har blitt vant til videokonferanser i langt større grad. Skype og Face Time har vært mye i bruk en-til-en (P2P) for private formål, og stort sett som et alternativ til telefon. Det siste året har mange vennet seg til å være i Zoom- og Teammøter med mange ansikter på skjermen hvor billedkvaliteten og billedkomposisjonen ikke er spesielt gjennomtenkt. Vi ser at de samme bildene blir brukt av f.eks. NRK i journalistisk sammenheng (f.eks. Dagsnytt 18, Dagsrevyen), hvor det det siste året har blitt vanlig å sende bilder og lyd med langt lavere kvalitet enn vi var vant med. Slik sett har skillet mellom profesjonell TV-estetikk og nett-video estetikken blitt mindre.

Digitale festivaler har altså en rekke muligheter til å formidle sitt kulturelle innhold digitalt. Hva de velge å gjøre avhenger av ulike faktorer, som budsjetter, inntjeningsmuligheter, kompetanser, sjanger som skal formidles, osv. I det følgende skal vi se på hvordan de fire utvalgte casene har gjort det og deres begrunnelser for det, men først skal vi gjøre rede for metoden vi har brukt for å hente inn vårt materiale.

2. Hensikt og metode

I denne forundersøkelsen har vi valgt ut fire mindre festivaler som alle har lagt om programmet sitt til digital formidling på grunn av Korona pandemien. Prosjektet var fra starten ment å undersøke noen av de mindre festivaler i distriktene og ikke de store musikkfestivaler som har helt andre forutsetninger for å takle den nedstengingen som fulgte nedstengningen av landet den 12. mars. Dette vil ikke si at disse musikkfestivalene har det lettere, men det gjøres også forskning på disse (jfr. Spilker 2020). Utgangspunktet var samarbeidspartneren/oppdragsgiveren sin festival Litteraturfestivalen i Vinje. Dette er en mindre litteraturfestival arrangert i Vinje, Telemark med tilknytning til Vinje-senteret. Også vår andre case er en mindre litteraturfestival, nemlig Digitale Festspel 2020 som arrangeres i Østra/Volda og har tilknytning til Ivar Aasen senteret. Begge disse sentre og festivaler er del av Stiftelsen Nynorsk kultursentrum.

Vi valgte ut Amandus Lillehammer Internasjonale Studentfilmfestival (heretter forkortet til Amandusfestivalen) fordi de, hadde lagt om hele program til en digital versjon i løpet av svært kort tid (3 uker). Amandusfestivalen er en filmfestival for barn, ungdom og studenter, og inkluderer som mange andre filmfestivaler filmkonkurranser med filmer fra unge filmskapere. Vi valgt Peer Gynt-stemnet fordi vi viste at de hadde gjort en annen audiovisuelle vri – de hadde produsert et hologram med utdrag fra Peer Gynt forestillingen som var plassert ved Gålå-vannet hvor utendørsteaterforestillingen vanligvis foregår.

Materialet som denne rapporten baserer seg på er først og fremst intervjuer med lederen for hver av festivalen, deres audiovisuelle tilbud og i noen tilfeller årsrapporter og annen tilgjengelig litteratur (kvalitative intervjuer med eksklusive informanter, se Bruun 2014). To intervjuer ble gjennomført på Høgskolen i Innlandet, Lillehammer, mens de to andre intervjuene ble gjennomført som Zoom-samtaler. Intervjuene er alle rundt 1 ½ time lange. Intervjuene ble transkribert og deretter analysert. Vi har brukt forholdsvis lange sitater fra intervjuene i et forsøk å la informantene komme til ordet mest mulig. Informantene har lest gjennom hver sitt intervju og kommet med tilbakemeldinger og noen har gitt utfyllende informasjon underveis i prosessen.

Vi har også analysert det audiovisuelle materialet som festivalene har produsert. En god del av dette ligger på deres nettsider/YouTube kanalen og er tilgjengelig for alle. I tillegg har vi fått tilgang til de strømmingene som tilskuere måtte betale for og som ikke lenger er tilgjengelig på nettet lengere. I analysen har vi lagt vekt på formen disse 'tekstene' har – først og fremst hvilken estetiske og filmatiske virkemidler de har tatt i bruk.

Gjennom disse fire casene fikk vi en rimelig variasjon i vårt utvalg. Selvsagt er dette enkelttilfeller og det er ikke mulig å generalisere ut fra våre funn. Meningen med dette forprosjektet er da heller ikke å få en totaloversikt over de utfordringer som alle i festivalfeltet sto overfor og de løsninger som ble valgt. Meningen er heller å få innsikt i noen av alternativene som ble valgt, hvorfor de ble valgt og hva slags konsekvenser de valgte løsninger har for deltakelsen og opplevelsen. Festivalene bruker internett til å formidle sitt innhold til tilskuere som ikke er fysisk til stede og spørsmålet er i hvilken grad de bruker trekk fra TV-formidling, trekk fra mer tradisjonell audiovisuell internett-formidling eller om de bruker en mer egen estetisk form.

I det følgende beskrives hvordan de fire cases har håndtert Koronasituasjonen og estetikken i deres video-formidling av deres festival i 2020. Casene blir presentert etter når festivalen ble avviklet i tid, noe som også innebærer forskjeller i myndighetenes restriksjoner. Første case, Amandusfestivalen, ble avviklet bare tre uker etter lock-down innføring den 12. mars, noe som utelukket fysisk publikumsdeltakelse. Neste festival, Digitale Festspel 2020 ble avviklet juni og kunne heller ikke ha

publikum. I de påfølgende festivalene var restriksjonene mindre strikte slik at de kunne ha et begrenset antall festivalpublikum fysisk til stede.

3. Amandusfestivalen



Bilde 1: Studioproduksjon Amandus 2020

3.1 Om festivalen

Amandusprisen ble opprettet av Statens filmsentral som pris for unge filmskapere under Den norske filmfestivalen i 1987. Senere ble det til egen festival som fra 1994 holdt til i Trondheim før den ble flyttet til Lillehammer i 1999 (Amandus u.d.). Amandusfestivalen ble i 2016 slått sammen med Den Norske Studentfilmfestivalen og endret navn til *Amandus - Lillehammer Internasjonale Studentfilmfestival* men blir her omtalt som Amandusfestivalen. Amandusfestivalen er en nordisk filmfestival for unge filmskapere. Unge filmskapere kan sende inn sine filmer til festivalen og konkurrere om ulike priser i delvis aldersbestemte klasser. Prisene utdeles på festivalens festkveld. I tillegg til konkurransen består festivalen av en rekke arrangement (filmvisninger, foredrag, verksteder, masterklasser) og har egne områder for servering av mat og drikke.

Festivalen ble en stiftelse i 2006 med Norsk filminstitutt, Oppland fylkeskommune (nå Innlandet fylkeskommune, Lillehammer kommune og Høgskolen i Lillehammer (nå Høgskolen i Innlandet) som stiftere. Omsetningen var i 2019 på NOK 2,1 million. Det er 2 heltidsansatte, mens studentene fra årsstudiet i kulturprosjektledelse fra Høgskolen i Innlandet er med på å arrangere festivalen og står bl.a. for mange av de praktiske gjøremålene.

I 2019 ble festivalen avviklet fra 10.-13. april. Programmet inneholdt en rekke programposter: 16 visninger av nominerte filmer med etterfølgende samtaler med filmskapere, 6 verksteder, 8 foredrag, 3 møter med filmskapere, filmfest med 11 innslag varierende fra filmvisning og filmquiz til konsert, 5 andre programposter (Amandus 2019).

3.2 Prosessen forut for festivalen

Festivalen 2020 skulle gjennomføres fra 1. til 4. april, under tre uker etter at Norge stengte ned den 12. mars. Ryktene om en pandemi hadde allerede startet uken før og Festivalledelsen hadde startet dialog med festivalens fremste arena, kinoen, om smittevern. Da de fikk høre at UKM (Ung Kultur Møtes) hadde avlyst arrangementet de skulle ha siste uke i mars gikk alvoret opp for dem:

Da begynte vi å kjenne på – Okay, har vi faktisk kommet der? At vi må begynne å vurdere en endring eller en avlysning, eller noe sånnt. Så hadde vi en dialog med styreleder for festivalen den tirsdagen. (...) Og på onsdag den ellefte tok vi faktisk avgjørelsen om at vi ikke kom til å gjennomføre. Det var jo dagen før tolvte da alt stengte ned. (...) Altså vi var litt frem og tilbake på hvordan vi egentlig skal løse dette her. Men vi bestemte oss da (...) å gå for en helt komplett avlysning det synes vi blir for dumt. Vi har jo lyst til å faktisk få gjennomført noe. Film, som er mediet vårt, har jo tross alt den fordel at det er ganske lett å kunne overføre til en digital plattform. Mye lettere enn mange andre kulturuttrykk på festivaler. Så tenkte vi at vi er jo tross alt filmfestivalen som er rettet mot ungdom - og for og av unge. Så hvis en festival skal kastes ut på prøve for dette her, så må det jo nesten være oss, tenkte vi. (Festivalsjefen Amandus, intervju)

Ledelsen fikk det travelt med forskjellige praktiske gjøremål, bl.a. å ha kontakt med hotellene for å avbestille hotellrom. Hovedutfordringen var imidlertid å legge om til digital festival. Om selve begrepet og innholdet i det ikke var helt ukjent, så var det noe annet å forestille seg hva det skulle bli:

Men også prøve å finne ut av hva egentlig en digital festival er? Hva vil det egentlig si å delta på en digitalfestival. Nå begynner jo de fleste å ha et inntrykk av hva digitale festivaler er, for vi har hatt det i ganske mange forskjellige varianter. Men i mars 2020 så var vi ikke så vant med digitale festivaler enda. Så da var det ikke sånnt at vi hadde en eksakt idé om ... det var ikke en ferdig oppskrift på hvordan vi skulle gjøre det. (Festivalsjefen Amandus, intervju)

De fikk litt inspirasjon fra den danske dokumentarfilmfestivalen CPH:DOX som arrangerte digital festival 18.-29. mars, men måtte tenke ut store deler på egen hånd. Noen av grunnpremissene var at:

- a) de skulle gjennomføre festivalen på de oppsatte dagene (1. – 4. april)
- b) de skulle nå ut til alle de ulike målgruppene for festivalen – både unge filmskapere, skoleklasser, og generelle festivaldeltakere.

Som festivalsjefen sa det:

Vi skulle nå ut til alle de forskjellige publikumsgruppene som vi har, altså målgruppene våre. (...) Vi landa jo på at vi måtte ha en slags streaming av festivalen. Altså som et slags TV-show som du går inn og ser på et fast tidspunkt. Det ble en av løsningene våre. I tillegg til at vi hadde, på en måte, en mer sånnt video on demand-aktig versjon av de nominerte filmene som vi allerede hadde annonsert ut (...) Og de som da deltar, unge filmskapere som deltar, med film i konkurransen vår, dem måtte vi også få vist - på en eller annen måte. På den ene siden så begynte vi å jobbe med det å få mulighet til å kunne vise de filmene på nettsidene våre - og sånt der. (Festivalsjefen Amandus, intervju)

Festivalen har også tidligere vist nominerte filmer på internett, men den gangen var det i samarbeid med NRK som sto for den tekniske gjennomføringen. Etter at Amandusfestivalen ble slått sammen med Den norske studentfilmfestivalen hadde det blitt mer problematisk å formidle konkurransefilmene på nett – de eldre deltakere var mer bevisst sine (kommersielle) rettigheter og mer forbeholdne til å dele sine filmer gratis på internett. Våren 2020 innså de aller fleste at Korona

pandemien skapte en ekstraordinær situasjon og filmskapere av bare fire (av 74) filmer ville ikke at filmene ble lagt ut en uke under festivalen slik at det hjemmeværende publikum kunne se de.

Denne gangen måtte de bruke sine egne nettsider som måtte bygges om for å fasilitere videostrømming. Festival sjefen hadde den nødvendige kompetansen og klarte å omprogrammere sidene på få dager slik at de kunne vise både de innsendte filmene, og programinnslagene.

Noen av programinnslagene måtte avlyses eller legges om. Filmfesten med bl.a. konsert, sing-along med *Rocke Horror Picture Show* og *Amanduskroa* ble det ikke noe av. Dessuten var det planlagt 15 visningsbolker hvor man skulle ha samtale med filmskapere i etterkant. Dette ble erstattet av fem panelsesjoner hvor Lars Ole Kristiansen, Einar Aarvig og Ida Madsen Hestman snakket om noen av de innsendte filmene. Også verksteder og visning av langfilm måtte avlyses. Festival sjefen sa det slik:

Vi skulle for eksempel ha noen litt kule lydverksted som vi hadde planlagt. Vi skulle inn i et studio og jobbe med Foley-lyd, og dubbing hadde vi som en egen greie. (...) Og så var det jo enkelte foredrag som vi heller ikke kunne få gjennomført (...). Også er det selvfølgelig filmvisninger av langfilmer. For det har vi også pleid å ha en del av. Og så har vi regissør og filmskaper til stede som snakker om det - på en måte som en masterclass da- med den filmen. Det kan vi jo selvfølgelig ikke gjøre - vi får jo ikke vist langfilmene på digitalfestivalen. Da hadde vi trengt litt mer tid for å jobbe med rettigheter, for å si det sånn. (Festival sjefen Amandus, intervju)

Samtidig ga den digitale festivalen mulighet for å gjennomføre en skuespillersamtale med Thea Sofie Loch Næss på nett. Festivalen hadde vært i kontakt med henne tidligere, men det viste seg at hun ikke fysisk kunne komme til Lillehammer. Det digitale møtet med henne ble det mest sette enkeltinnslag under festivalen.

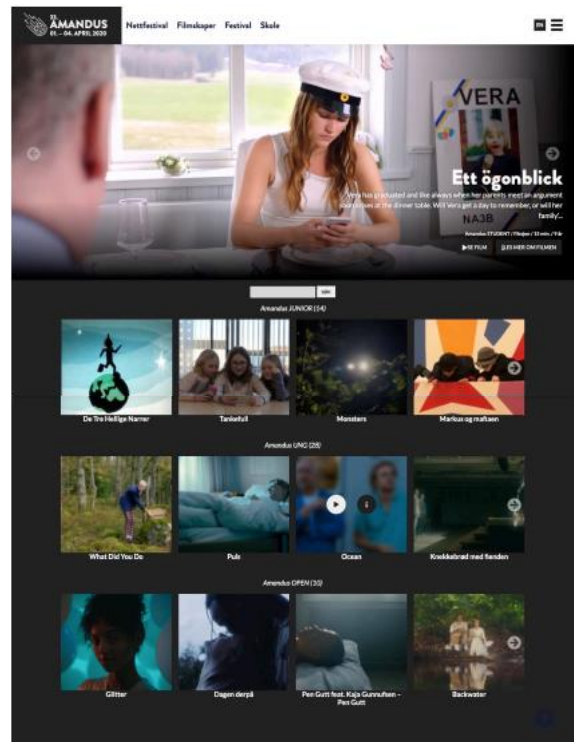
Økonomisk holdt festivalen budsjettet – noen innslag ble avlyst slik at det ble penger spart men samtidig leide de studio med bemanning i Oslo for NOK 150 000 pluss moms til å lage innslagene. Grunnen til at det gikk bra er også at de får størsteparten av inntektene som offentlige tilskudd slik at de ikke er særlig avhengig av å selge billetter.

Vi kommer oss greit igjennom koronaperioden økonomisk. Det skyldes jo at vi er en festival som i hovedsak får offentlig støtte og at vi stort sett får beholde den offentlige støtten. Vi er ikke avhengig av billettsalg og sponsorer og den type kommersielle inntjening, som mange andre er avhengig av. (Festival sjefen Amandus, intervju)

3.3 Festivalen 2020

3.3.1 Strømming nominerte filmer

Strømmeløsningen under festivalen var todelt. De nominerte filmene var tilgjengelige på festivalens hjemmeside. Her kunne alle se 70 av de 74 nominerte filmene gratis i perioden 30. mars til 5. april, men man måtte registrere seg som bruker for å gjøre det. Filmene var organisert som andre strømmetjenester (f.eks. Netflix) med en tilfeldig og vekslende film øverst i bildet og små bilder fra andre filmer under (bilde 2). Det var også en søkefunksjon. Selve filmene lå på Vimeo og kunne avspilles i nettleseren, men ikke lastes ned eller kopieres.



3.3.2 Strømming til YouTube

De andre programelementene ble strømmet gjennom festivalens YouTube-konto – de er i sin helhet tilgjengelige på [Amandus sin kanal](#). Til sammen ble det laget fire 'live on tape' sendinger som ble strømmet i perioden 1. – 4. april. De første kveldene varte programmene mellom 3 og 4 timer, mens prisutdelingsprogrammet varte en time.

Programmene besto av ulike programinnslag (foredrag, visninger av videoer, paneler) og studioinnslag som bandt programdelene sammen. Teknisk sett ble dette gjort gjennom bruk av strømmeprogrammet Open Broadcaster Software. Ett av innslagene (Thor Joachim Haga sitt foredrag om filmmusikk) gikk i sanntid slik at han kunne reagere på spørsmål som kom i chatten.

Brukere kunne delta i en chat. Denne chatten er i ettertid deaktivert. Festivalsjefen fortalte at det var en del aktivitet i chatten:

Særlig i begynnelsen ... da hadde vi ganske mye, det var en del som fulgte med live så vi. Da er det klart, da er det nok ikke alltid de mest voksne kommentarene som dukker opp i en sånn type kommentarfelt. Det er noen som synes det er veldig gøy å trolle litt underveis da. Det var ikke det at det var sånn veldig ubehagelige, kjipe ting, men det var litt barnslige ting på en måte, innimellom. Men sånn er det når man lager live sending for ungdom. Det roet seg ned underveis da. (Festivalsjefen Amandus, intervju)

Studioproduksjon

For å binde sammen programmet ble det gjort opptak i et profesjonelt studio i Oslo. Dette var et to-kameraopptak hvor programlederen Hallvard Dyrnes var enten alene i studio eller han var sammen med festivalsjefen Eivind Myklebost Nordengen (bilde 3).



Bilde 3: Studioutforming, festivalsjef som gjest



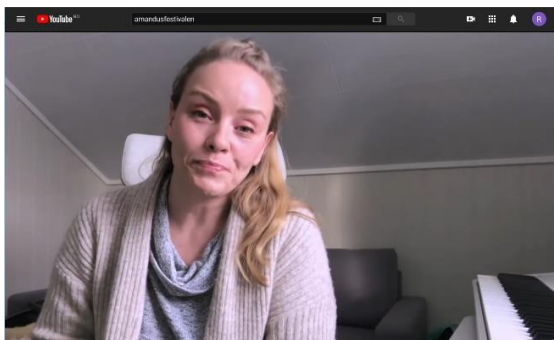
Bilde 4: Bruken av TV-skjerm i studio

Studiodekoren består av en bakgrunn med fotografi av mursteinvegg med Amandus-logoen projisert på. Foran står noen store vaser med grønne planter og en stor TV-skjerm med Amandus-plakat (grønne planter, Amandus i hvit tekst og Amandus sin logo i gult). Av og til blir skjermen brukt som overgang eller til å illustrere noe (bilde 4). På scenen sto en eller to litt slitte velur lenestoler for programleder (og festivalsjef). Et lite bord med Amandusprisen står foran ved siden av programlederen. Selve filmingen består hovedsakelig av faste totalbilder av programlederen i studio og halvtotalbilde av programlederen. Det brukes lite zoom eller nærbilder, slik at totalintrykket er statiske bilder med fokus på programlederen som snakker og introduserer de forskjellige innslagene på programmet.

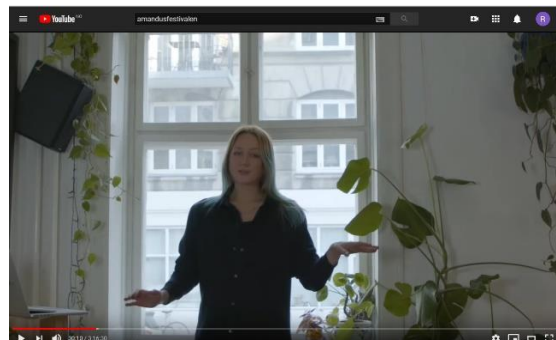
Studioinnredningen skulle iflg. festivalsjefen være en litt spøkefull kommentar til hytteforbudet som ble innført av regjeringen. Både de gamle møblene, steinveggen og plantene skulle formidle varme og samtidig knyttes til temaet for festivalens ytringsprosjekt i 2020: miljø. Miljø var også hovedmotiv for festivalens plakat dette året.

Innslagene, foredragene

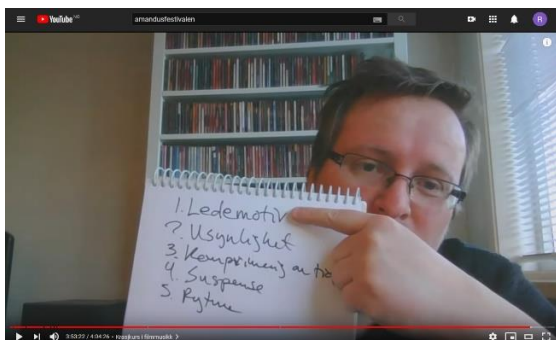
Mange av innslagene viste foredragsholdere eller paneldeltakere i en hjemlig omgivelse. Ettersom mange hadde gjort opptak hjemme får vi stort sett se stuen til foredragsholderen, med mer eller mindre tilrettelagt bakgrunn – enten et nærbilde med foredragsholderen som sitter rett foran kamera eller i halvtotal når vedkommende står i stua (bilde 5 og 6).



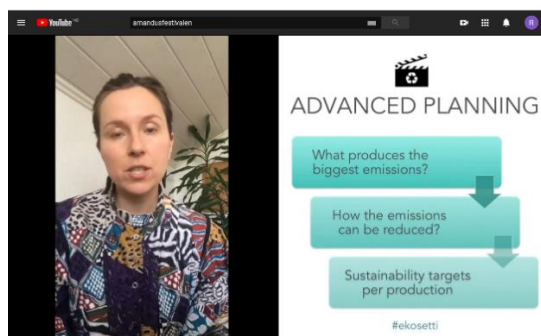
Bilde 5: Filmmusikk med Christine Hals



Bilde 6: Bærekraftig budskap fra Danmark, Anne Ahn Lund



Bilde 7: Kræsjkurs i filmmusikk Thor Joachim Haga

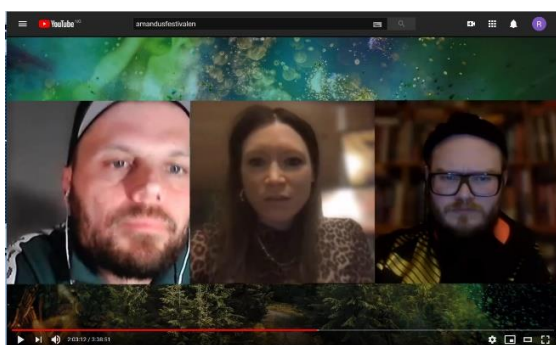


Bilde 8: Klimavennlig filmproduksjon, Anne Puolanne

I mange av foredragene ser vi foredragsholderen i et litt undervinklet bilde tatt med laptop kamera slik vi har blitt vant med fra Zoom og Team-møter det siste året. Bildekvaliteten varierer avhengig av opptaksutstyret som er brukt og lysforholdene på stedet. Opptakene var, bortsett fra Thor Joachim Hagas foredrag, tatt opp på forhånd, og noen av foredragsholderne hadde redigert inn filmklipp og/eller grafikk i sine foredrag. Noen få viste både foredragsholderen og slides (bilde 7 og 8).

Til forskjell fra de kjente Zoom-bildene viste sammensatte bilder bare et utsnitt, dvs. ansiktet til deltakere (bilde 9 og 10). Dette gjelder bl.a. panelet, som med jevne mellomrom kommer og diskuterer et utvalg av de nominerte filmene. De aller fleste innslag var i liggende 9:16 format, men noen få var i stående 'mobilformat' 16:9. I tråd med Zoom-konvensjonen plasserer de fleste seg i midten av bildet, mens noen få har en mer avansert billedkomposisjon.

I løpet av den timelange sendingen med utdeling av Amandusprisen på festivalens siste dag, vises flere filmer i de ulike kategoriene. Sendingen åpnes med en hilsen fra festivalens høye beskytter Kronprinsesse Mette-Marit (bilde 11) og har flere helsinger fra kjente skuespillere og fagpersoner (bl.a. Aksel Hennie, Arild Østin Ommundsen). Også juryene blir presentert i samle-bilder (bilde 12).



Bilde 9: Filmpanelet



Bilde 10: Skaperne bak dokumentarfilmen Aurora



Bilde 11: Festivalens beskytter kronprinsesse Mette-Marit



Bilde 12: Juryen Amandus Junior og Ung

Programlederen og de andre i staben har, ved siden av å informere, oppsummere og presentere neste innslag også bygget inn en rekke humoristiske innslag, f.eks. i dialog mellom programlederen og festivalsjefen, eller ved å inkludere et innslag fra 'green room' hvor 'utegående reporter Ida', utstyrt med tresleiv som mikrofon, bl.a. intervjuer en angivelig deltaker i studentfilmkategorien, en hånddukke (bilde 13). Senere dukker hun opp og intervjuer en utklippet Elvis Presley (bilde 14).

Oppsummert kan vi si at Amandusfestivalen hadde et variert estetisk uttrykk, med hovedvekt på tre elementer: studio, foredrag og video laget av unge programskapere. Studio uttrykket etterligner TV med flerkamera-produksjon og en tydelig programleder som annonserer innslagene og gir bakgrunnsinformasjon. I hovedsak følges festivalens opprinnelige line-up av foredragsholdere og paneler som presenteres etter hverandre de fire dagene festivalen varer. Foredragene kan sies å ha en zoom-estetikk, undervinklede bilder av foredragsholdere som ser seeren rett i ansiktet men noe variasjon mht bakgrunn og utsnitt. Sammensatte bilder fokuserer i enda større grad på ansiktene (Talking faces). Festivalen er den eneste til å ha med egne humorinnslag hvor det tulleles med kjente mediefenomener (green-room, kjendisintervjuet).



Bilde 13: Utegående reporter i aksjon



Bilde 14: Reporteren intervjuer Elvis Presley

3.4 Oppslutning

For å kunne se de nominerte filmene måtte brukerne opprette en gratis konto som ga adgang til filmene i perioden 15. mars - 6. april. I den perioden ble det registrert 704 brukere, mens aktiviteten på nettsidene i festivalperioden omfattet rundt 7.600 unike brukere (Amandus 2020). Tabell 1 viser hvor mange visninger YouTube-videoene fra de ulike festivaldager hadde i slutten av året 2020.

Tabell 1: Nettaktivitet Amanduskanalen på YouTube

Festivalpass (registrerte brukere)	704*
Aktivitet på nettsiden i festivalperioden	7.648*
Tilskuere live-stream og kortfilmer	6.243*
1. april	985**
2. april	356**
3. april	359**
4. april	1.138**
Møte med Thea Sofie Loch Næss (dag 3)	1.496**

* Kilde: Amandus (2020), s. 27

** Kilde: YouTube 26.11.2020

https://www.youtube.com/channel/UC0EUco1E_E1uPLbrQLnZTzQ

Festivalrapporten for 2020 opererer med et omtrentlig besøkstall på 6 243. Sammenligner en disse tallene med besøkstallet fra 2019 som lå på 3.308 kan man si at festivalen har nådd ut til dobbelt så mange, men det er vanskelig å sammenligne ettersom deltakerne har fått en veldig forskjellig opplevelse.

4. Digitale festspel 2020



Bilde 15: Studioopptak for Digitale festspel 2020

4.1 Om Nynorske festspela

Dei nynorske festspela er en årlig mønstring av nynorskorientert kultur. Feststivalen ble arrangert for første gang i 1992 under navnet Nynorsk Festspelveke. Fra 2000 har Nynorsk kultursentrum hatt ansvar for arrangementene. Foremålsparagrafen til siftelsen lyder: Stiftinga Nynorsk kultursentrum er ei ideell stifting med hovudføremål å arbeide for nynorsk skriftkultur. Stiftinga skal kunne eige og drive språklege og litterære dokumentasjons- og opplevingssenter, festivalar, digitale tenester og forretningstiltak som er med og oppfyller dette føremålet. (Nynorsk kultursentrum 2019: s.3). Nynorsk kultursentrum omfatter i dag bl.a. Ivar Aasen-tunet og Dei nynorske Festspela i Ørsta/Volda, Vinje-senteret og Littaraturdagane i Vinje, samt Olav H. Hauge-senteret og Ulvik poesifestival i Ulvik. Dessuten driver de leksikonet Allkunne og barnenettstedet Tunkatten. Totalt er det 20-25 fastansatte ved stiftelsen Nynorsk kultursentrum, hvorav 15-16 på Ivar Aasen-tunet. Flere av disse er med å drive festivalen, bl.a. er en av de ansatte programkoordinator. Til vanlig er rundt 50 personer, derav 30-40 frivillige, involvert i festivalen.

Dei nynorske festspela i 2019 gikk over 4 dager, fra 13.–16. juni, med i alt 47 programposter og 6107 gjester. Det er bestandig vanskelig å klassifisere arrangementspostene entydig i en kategori ettersom det kan være forskjellige typer innslag (f.eks. diktopplesning og musikk) på samme arrangement, men en grov inndeling av programmet for 2019 besto av: 11 skole-/barnearrangement, 11 foredrag/opplesninger, 9 samtaler og fem konserter. Dessuten kransnedlegging ved Ivar Aasens statue, to utstillinger, blandete åpnings- og avslutningsforestillinger, gudstjeneste, quiz, og litterær vandring. Faste element i festivalen er Ivar Aasen-forelesningen og utdeling av ulike nynorsk priser.

Budsjettet for festivalen er ca. NOK 2. mil. Festivalen hadde i 2019 rundt NOK 500 000 billettinntekter. (Nynorsk kultursentrum, 2019, s. 15).

4.2 Prosessen forut for festivalen

Også i 2020 var det planlagt et tilsvarende program som for 2019. I et foreløpig program fra vinteren 2020 var det også listet opp 47 programposten, i store trekk samsvarende med kategoriene fra året før. Den 27. mars ble festivalen, som var planlagt gjennomført 11. – 14. juni, avlyst på grunn av den pågående pandemien. I stedet ble det satt opp et digitalt program som ble kalt [Digitale festspel 2020](#).

Programkoordinatoren forteller at de hadde noen arrangement før den 12. mars hvor de var usikre på hvilke regler de skulle følge, ettersom det var ulike regler i forskjellige kommuner. De hadde planlagt programslipp uken etter, men valgte å utsette til styrelederen tok en avgjørelse om bare å ha en digital festival.

12.mars kom og da var vel tanken også veldig på: Skal vi lansere festspelprogrammet - som vi skulle lansere uka etterpå. Da det ble bestemt å utsette til slutten av måneden å lansere noe av det, til vi har mer oversikt. Og før vi rakk å komme noe videre med det så ble det bestemt fra øverste hold, det vil si det var vel faktisk styreleder, som sa at nå bare går vi for digitale festspel. Så det var en sjanse han tok, for jeg vet ikke hvor mye oversikt han hadde over hvilken kompetanse vi hadde tilgjengelig. Men for oss som jobbet med det direkte så var det veldig greit å bare få den beslutningen, tatt fra øverste hold, slik at vi slipper å ha så mye fram og tilbake. Bare si at nå blir det sånn. Da er det disse rammene vi har å forholde oss til. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

For festivalledelsen var dette en velkommen avklaring, ikke minst fordi mange forberedelser skjer på denne tiden av året.

Det [avlysing av festival med fysisk oppmøte] var jo for så vidt innspill jeg hadde gitt til direktør også. Hvis vi venter for lenge med å vite om vi skal gjennomføre så har ikke vi tid til å gjøre alle forberedelsene som skal til. Vi bruker å bestille alt av reiser for eksempel, flybilletter og slikt, i mars. Å vente for lenge går jo veldig hardt utover prisene og få logistikken til å gå opp. Det er veldig mye som skal bestemmes i månedene før festivalen. Hvis du får knapt med tid til det så er det i praksis umulig å gjøre noe før festivalen. Så da var det en god avgjørelse mente alle sammen. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

Beslutningen om å gå over til ren digital festival betød at man kunne disponere budsjettet på annen måte og unngå en del kostnader. Inntektssiden ble redusert til en 20-del av det vanlige, men de fikk beholde offentlig støtte.

Altså alt av billettinntekter ble jo omtrent skrellet vekk. Hva det ble til slutt da? 20 000 eller noe sånt. 20-30 000 å tjene på disse digitale arrangementer kanskje. Men lite, ja lite midler, lite billettinntekter. Men vi beholdt jo støtte fra på den ene siden Kulturdepartementet - de gir generell støtte til Stiftelsen. En viss sum blir lovet til festivalen også har du støtte fra kommunene Ørsta og Volda og Møre og Romsdal fylkeskommune og støtte fra Fritt Ord. (...) (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

Selv om festivalen ble planlagt gjennomført digitalt i juni ble det også reservert en sum for å kunne ha noen ikke-digitale arrangement om høsten.

Vi gjennomførte festivalen digitalt uten noe publikum i juni også, men så sparte vi litt midler som gjorde at vi hadde noen arrangementer i høst. Som vi da har gitt merkelappen etterspel som et lite ordspill på festspela. Så vi hadde Odd Nordstoga-konsert fysisk i Volda forrige helg. Har hatt et par andre sånne arrangementer med Stein Versto, som også er festspeldikter, tidligere i høst. Vi hadde planlagt et arrangement kommende helg som nå ble flytta på grunn av nye restriksjoner. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

4.3 Festivalen 2020

Festivalen ble altså heldigital og omfattet ulike elementer som ble gjort tilgjengelig på festivalens hjemmesider og YouTube i festivalperioden fra 20. mai til 10. juli. Dette omfattet både video- og tekstmateriale (bl.a. Haiku dikt) men også podkast. To videoinnslag var direkteoverføringer fra et studio i Oslo, formidlet gjennom nettstedet VIERLIVE. Disse var bare tilgjengelige som direktesending.² Resten av materialet er fortsatt tilgjengelig på festivalens hjemmeside (<https://www.nynorsk.no/digitale-festspel-2020/>). I det følgende vil vi beskrive disse elementene og festivalens begrunnelse for dem slik festivalkoordinator ga uttrykk for i intervjuet. Det er i alt 32 innslag som ligger på hjemmesiden – 4 podkast, 11 tekstlige innslag, 14 enkle video med foredrag, opplesninger, helsinger, preken etc., samt 2 mer avanserte videoproduksjoner og en quiz.

4.3.1 Podkast

Blant de innslagene som ble publisert på festivalens hjemmesider fins det fire podkast («festpelpodden») – samtaler av 50 – 80 minutters varighet mellom forfattere og samtalepartnere (gjerne journalister) rundt litterære tema. Samtalene blir introdusert av en ansatt på Nynorsk kultursentrum og de er også tilgjengelig på andre podkast-steder som Spotify og Apple.

Det var første gang festivalen publiserte slik podkast:

Det var første gang i år. Vi har hatt som rutine å gjøre opptak av arrangement i salen - for lyden. Men det er jo i hovedsak til museumsformål, for vi er et museum og liker å ta vare på ting som skjer. Av og til har vi brukt noen av de opptakene når vi publiserer utstillinger og sånt, kanskje til å finne sitater og slikt til å bruke på utstillinga. Av og til også publisert lydopptak i utstilling. Så det var først i år at vi publiserte som podkast. Det har først kommet i år. Det var en ambisjon vi hadde fra før å formidle med podkast. Så det ble bare et spark i ræva for å komme i gang med det. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

Podkast blir betraktet som en attraktiv formidlingsform, ikke minst for en litteraturfestival som jo er basert på det skrevne og talte ord. De siste to-tre år har podkast generelt økt kraftig i popularitet og for språkformidling er det et relativt billig og lettere produserbart medium enn video. En del av kompetansen er også på huset ved Ivar Aasen-tunet:

² Vi har fått tilgang til disse som analyseres i nedenfor.

Når det gjelder podkastene vi la ut som brukte undertittel festspelpodden så fungerte jeg som en slags innleder i podkastene. Jeg ønsker velkommen og sånn før vi spilte av selve intervjuene som ble samtaler som hadde blitt gjort. Men de opptakene til podkasten ble gjort i Oslo, i et studio der som vi leide og halvt-koordinerte her i fra. Avtalte med folk som møtte opp der, så fikk vi opptaket sendt her. Leste inn våre introer og utroer og sånt. Og mikset det selv her på huset. Vi har en administrasjonssjef som er ganske dyktig lydtekniker i studio. Så han gjorde det i hjemmestudioet sitt i Volda. Så det var sånn vi gjennomførte det. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

4.3.2 Tekstmateriale

Det ble lagt ut flere lengre og kortere tekster på nettsidene. Blant de lengre er en tekst av Kjartan Brügger Bjånesøy som skrive om Odd Nordstoga (*Odd Nok*), og tre tekster av festivalforfatterne Odd Nordstoga og Stein Versto om deres samarbeid med utgangspunkt i sanger (særlig *Frøken Franzen*). Også Ivar Aasen-minneforedrag av Helge Sandøy er tilgjengelig både som et enkelt video-foredrag og i PDF-form.

I tillegg til de lengre tekstene ble det også lagt ut sju haiku-dikt, alle skrevet av Stein Versto. De fleste var publisert tidligere, men to var nye. Slike dikt er korte og lett tilgjengelige og skulle kanskje først og fremst fungere som lokkemat til festivalens andre programposter:

(...) For folk konsumerte gjerne dette mens de satt på hjemmekontoret sitt. Det var lett å linke til en haiku dikt også bang så har x antall personer fått med seg det. Da har du nådd ut med noe litterært der. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)



Bilde 16: Kulturministerens helsing til festivalen



Bilde 17: Rønnaug Kleiva les fra linjene på stranda

4.3.3 Video

En rekke innslag består av forholdsvis enkle video-opptak hvor en person står foran kamera og leser en tekst, overbringer helsing, holder en preken eller snakker i forbindelse med en kransnedleggelse (bildeene 14 og 15). I to innslag *Digital målbar B.R.U.S* (1 og 2) snakker Arild Torvund Olsen til seeren i deler av innslaget som ellers er illustrert med stillbilder av plateomslag og bilder. Det visuelle uttrykket er enkelt og det som blir sagt står i alle disse fram som det viktigste. Noen er laget av profesjonelle, andre er selvlagde:

Det er en kombinasjon. Det er noen rene forfatterbidrag. Fra den posten som heter *Liljene på stranda* med Rønnaug Kleiva, der sjekka vi rett og slett med forfatteren om hun hadde mulighet til å filme seg selv hjemme. Det var jo for å unngå for mye kontakt mellom folk rett og slett. Så de som var sporty nok til å gjøre det selv de gjorde det. Bruke mobilkamera eller videokamera eller hva de hadde selv hjemme, og leste fra bøkene sine da. Også *festspelpreike* som du nevnte i stad. Da var det presten i Volda som - det er alltid festspel-gudstjeneste på den Nynorsk-festivalen. Så det erstattet det. Han kom hit til tunet også filma vi han selv. En av våre ansatte filmet han på scena. Også har du det som heter Ivar Aasen minneforedraget. Det ble tatt opp i Bergen. Da leide vi inn en ekstern til å hjelpe oss med det opptaket der professoren holder til. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

I et videoinnslag som blir kalt for *Festspelbonus* ser vi hvordan Odd Nordstoga lager sitt favorittmåltid: Lasagne. Det 15 minutter lange innslaget består hovedsakelig av én takning. Kameraet er plassert bak komfyren og vi ser han gjennomføre hele tilberedelsen mens han snakker om ingredienser og kokkinga (bilde 18 og 19.. Noen deler er gjort i hurtigfilm og noe få nærbilder er redigert inn.

Odd Nordstoga har også vært spurt om å legge ut en matlagingsfilm. En litt sånn humoristisk greie. (...) Han fikk med dattera si til å hjelpe seg med å filme og sånt. (...) Så det var litt komisk fordi det er jo et spill på at han er så himla folkelig. Når han skal velge en favorittrett så skal det være en veldig enkel lasagne. Ikke noe fancy. Det var jo veldig sporty gjort av han. Han har jo hatt det travelt nok i år. At han gadd å gjøre det der for oss var jo veldig koselig da. Han har redigert filmen selv. Ganske amatørmessig og morsomt. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

Resultatet er en enkel men morsom video som viser Nordstoga som en entusiastisk og dyktig lasagnekokk som gir gode tips mens han lager maten fra a til å.



Bilde 18: Odd Nordstoga som kokk



Bilde 19: Odds lasagne



Bilde 20: Fra dokumentarfilm *Utsyn*



Bilde 21: Fra dokumentarfilm *Utsyn*

I tillegg til disse forholdsvis enkle videoene ligger det også en profesjonelt laget video som en del av det digitale festivalprogrammet. Det er en poetisk 7 minutter lang dokumentarfilm som kombinerer musikk, dans og arkitektur til et helhetlig audiovisuelt uttrykk (bilde 20 og 21). I løpet av høsten er denne filmen blitt supplert med en 15 minutters film rundt samme tema.

Så er det den filmen som heter *Utsyn*. Der er det nettopp publisert en del to av den nå. Der er det hun danseren som selv har hatt, på en måte, økonomien i det da. For hun har fått støtte til å produsere disse filmene og brukt oss som en samarbeidspartner. I anledning av at bygget vi jobber i her fylte 20 år. Da synes vi det var tøft med dans for på en måte å vise frem arkitekturen. Da har hun fått det selskapet jeg nevnte i sted - Oclin - til å produsere de filmene. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

4.3.4 Videostrømming

To elementer i programmet var direkte opptak fra studio i Oslo som ble formidlet til betalende seere gjennom VIERLIVE.no. Våren 2020 ble det startet flere nettsteder hvor utøvende kunstnere prøvde å finne alternative inntekter da alle scener ble korona-stengt. Betalingsmodellene varierte. Noen, f.eks. Brakkesyke satset på at de som hørte på musikken vipset frivillige bidrag til utøverne. Andre tok betaling for strømmingen – enten i form av betaling for et enkelt arrangement eller et abonnement for en serie. VIERLIVE ble etablert våren 2020 som en profesjonell plattform for strømming av musikk og kultur under korona-pandemien. De ble kjent særlig for en serie konserter Påske 2020 hvor kjente musikere gikk sammen med filmregissører og laget en fornyende konserttrekke.

På festivalens samleside lå en lenke til VIERLIVE sine sider som også fungerer som billettsystem. Festivalen brukte ifølge festivalkoordinatoren ca. NOK 200.000 til å produsere innhold, mesteparten gikk med til direktesendingene som ble produsert i et profesjonelt studio i Oslo.

Jeg tror vi nærmet oss 200 000. Veldig mye av det gikk til live-sendingene. Da la jo de ut for leie av studio, ikke sant? Så det var en del av summen. Da var det tre mann på jobb og veldig mye utstyr.. De var mer enn tre de var fire faktisk som jobbet med streamen mens den skjedde. Minst fire- til fem personer. Pluss veldig mye utstyr og slikt. Så det kostet vel over 100 000 for de to sendingene og da er det ikke dyrt. Sånn etter bransjestandard. Da la vi oss på den ene siden på et lavt budsjett, og på den andre siden så fikk vi til ganske lave priser med god hjelp fra Oclin - som sagt- som kan kreative løsninger og slikt. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

Til å ta seg av produksjonen av direkte-sendingen fra Oslo engasjerte de altså et lokalt produksjonsselskap som de har brukt ved flere anledninger – bla. var de produsenter for *Utsyn*-filmene. Ved Ivar Aasen-tunet har det vært gjort video-opptak av foredrag og konserter før. De har investert i et spesialkamera som dekker scenen og strømmet opptakene til YouTube eller Facebook. De har også laget flere korte video-reportasjer selv og har en del teknisk kompetanse på huset, men leier bestandig ekstern kompetanse under festivalen. Ettersom seere skulle betale for å se på strømmingen var det viktig å ha høy nok kvalitet.

Så det er på en måte noe vi er vant til fra alle år da, men vi måtte jo likevel tenke over at vi - når det gjelder live sending - at vi skal ha så god kvalitet vi kan få. Når vi først - jeg var veldig opptatt av hvis vi skal stå for en live-sending så skal det ikke være slik som det var for eksempel dette som het brakkesyke. Det var jo en stor greie i år. Det var litt amatørmessig ofte. Det var litt av konseptet der. Artistene slengte opp sin egen PC og det de hadde - og sendte direkte fra øve-rommet sitt og sånt. Jeg var opptatt av at, om vi skulle gjøre dette her, så skulle vi ha en profesjonell kvalitet på det. Så da var det nødvendig å legge en viss sum med penger i det. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

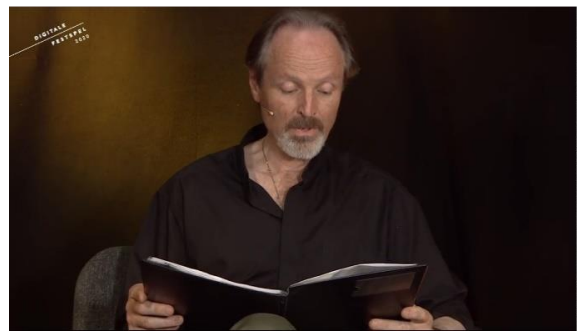
Samtidig viser programkoordinator til at man lett kunne øke beløpet til både NOK 300- og 400.000 og få mer avanserte studioproduksjoner.

Stein Versto og Odd Nordstoga

Stein Versto og Odd Nordstoga var festivalens festspeldiktere og har flere innslag i programmet, bl.a. en to minutters helsing som ble lagt ut på festspels nettsider og YouTube den 20. mai. De produserte også flere tekster rundt sitt samarbeid hvor Versto skriver teksten som Nordstoga lager musikk til og framfører. Sangen om *Frøken Franzen* står sentralt i flere av tekstene også på



Bilde 22: Odd Nordstoga spiller



Bilde 23: Stein Versto leser



Bilde 24: Totalbilde av studio



Bilde 25: Finn Tokvam som ordstyrer

hovedinnslaget, den direkte strømmete overføring på VIERLIVE.no den 12 juni, som varte i 80 minutter. Overføringen starter med at Odd Nordstoga synger *Frøken Franzen*. Deretter har Finn Tokvam en samtale med dem rundt samarbeidet. Underveis spiller Nordstoga og Versto leser fra sine tekster. Sendingen avsluttes med at de framfører sangen *Seglar* hvor Odd Nordstoga synger og spiller mens Stein Versto deklamerer og spiller fele.

Opptakene er gjort som en flerkameraproduksjon med fem kamera: to betjent, to fjernstyrt og et fast montert oversiktskamera. Studioet er relativt mørkt med brunt bakteppe, uten publikum til stede. Personene er godt belyst, men ettersom både Nordstoga og Versto har mørke klær går de litt i ett med bakgrunnen (bildeene 22 – 25). Tokvam skiller seg litt ut med blå olabukse og skjorte, men han har en brun åpen jakke over skjorta. Nordstoga og Versto sitter ved siden av hverandre mens Tokvam er plassert på skrå overfor dem slik at han lett kan snakke med dem. Mellom Tokvam og Versto står en stol med åpen felekasse som lyser opp rødt. Ellers er to svakt lysende oppstående lysrør plassert mellom de tre personene og et trekkspill står foran Nordstoga sammen med noen hvite papirer.

Fotograferingen er enkel – alle kamera står på samme side av scenen slik at bildene blir en face eller litt fra siden. Det brukes stort sett stillestående bilder og der det zoomes eller panoreres gjøres det forsiktig uten brå bevegelser. Det klippes mellom totalbilder, halvtotalbilder hovedsakelig av den som snakker eller synger, og av og til nærbilder av ansikt eller instrument. Bildene får lov til å stå lenge – de enkelte innstillingene er fra 3-5 opp til 25 sekunder. Av og til kan man se en person som lytter, men det virker ikke som lytterbilder blir brukt bevisst eller at man har klippet etter musikken.

Det totalintrykket som opptakene gir er at vi er i en hjemmekoselig setting – stolene, den brune bakgrunnen og den rolige snakkinga bidrar til det. Det hele er filmet rolig og har fokus på å la tilskueren konsentrere seg om å følge det som foregår på scenen. Musikken og talen er klar slik at det er lett å følge med.

Edvard og Ine Hoem

Dagen etter stømmingen av Versto og Norstoga lørdag den 13. juni overføres en kombinert konsert og tekstframføring med forfatteren Edvard Hoem og hans datter Ine Hoem. Hun synger hans tekster, akkompagnert av Markus Lillehaug Johnsen på gitar og Edvard Synnes på tangenter. Strømmingen varer i 55 minutter.

Mens skjermen viser at sendingen starter kl. 19.00 starter sendingen med at det høres noen sekunder pianomusikk før vi ser Ine Hoem som synger flankert av en gitarist og keyboardspiller (bilde 26 og 27). De er i et studio uten publikum. Hun står oppreist og har på seg en hvit kjole med svart bladmønster som skiller henne fra den mørkebrune bakgrunnen. De to musikantene sitter og har på seg mørke klær slik at de går mer i ett med bakgrunnen. Bak de er det plassert to svakt lysende lyseblå lys, og det er også en lyseblå gitar på scenen.



Bilde 26: Før sending



Bilde 27: Ine Hoem med akkompagnement



Bilde 28: Ine Hoem nærbilde



Bilde 29: Edvard Synnes på tangenter

De enkelte innstillingene kan stå svært lenge, opp til flere minutter, mens billedovergangene hovedsakelig består av raske fader. Innstillingene er statiske, bare av og til en nesten umerkbar liten justering i form av panorering, zoom eller tilting. En enkelt gang zoomes det inn til en av utøverne.

Etter et første musikkinnslag blir også Edvard Hoem synlig, sittende i blå dress ved siden av de andre. Han introduserer sangene og leser tekster men det er ingen samtale mellom far og datter eller musikerene.

I forhold til Versto/Nordstoga-produksjonen bærer denne produksjonen mer preg av å være en sceneoverføring, først og fremst ved at Ine Hoem står og snyger. Edvard Hoem leser tekster og fungerer også som programleder ved å introdusere og binde sammen innslagene. Ellers er det snakk om en lignende estetikk med samme enkel bruk av filmatiske virkemidler som konsentrer oppmerksomheten på framføring og utøvere slik også en konsert ville ha gjort. Til forskjell fra en konsert kommer seeren her nærmere utøveren og en får rikelig tid å se hver detalj av deres fysiske uttrykk.

Alt i alt bruker Digitale festspel en rekke ulike medier og innslagene blir presentert over en lengere tidsperiode. I stedet for en avgrenset festival er det heller en butikk med stadig nye varer slik at seere kan komme tilbake over tid og finne nytt stoff. Riktignok ble VIERLIVE sendingene avviklet på to dager og kan betraktes som festivalens tidsfestede høydepunkt, men de var bare en del av det totale tilbudet som omfattet både tekst, enkle videoer med opplesning og samtaler, podcast og kunstnerisk dokumentarfilm. Senere på året ble det gjennomført ti arrangement med publikum tilstede slik at hele tilbudet i 2020 ble fordelt over et halvt år heller enn å være konsentert i fire dager som årene før.



Bilde 30: Totalbilde av scenen fra siden



Bilde 31: Edvard Hoem leser

4.4 Publikumsoppsettning

I følge sluttrapporten for Dei nynorske festspela 2020 hadde festivalens nettside fram til desember fått 9715 brukere, mens YouTube-kanalen hadde 10 238 visninger. Podkastene hadde blitt lastet ned 840. (Opsvik 2021). Når det gjelder billettinntekter i 2020 så var de langt lavere enn i vanlige år. Alt materiale på festivalens nettside og YouTube var gratis og under selve festivalen var det bare strømmingen via VIERLIVE som ga inntekter. Prisen lå på NOK 100 pr. billett til strømming. For festivalledelsen var det viktig at de prissatte riktig og bak denne prisen lå følgende argumentasjon.

På den ene siden så var det et viktig prinsipp at det skulle koste penger. På den andre siden så er det viktig at det ikke er like dyrt som en ordinær konsertbillett. For du kan ikke påstå at det er den samme opplevelsen. (Programkoordinator, injervju)

Det ble til sammen bare solgt 190 billetter slik at strømmingen ga en inntekt på ca. NOK 19 000, noe som er i underkant av 4 % av billettinntektene året før. Høstarrangementene, *Etterspil*, nådde ut til 389 gjester som var fysisk til stede. Festivalen, inkludert *Etterspil*, solgte billetter for NOK 110 000 og nådde ut til 940 publikummere.

5. Peer Gynt-stemnet

5.1 Om Peer Gynt-stemnet

Røttene til Per Gynt-stemnet går tilbake til 1928 hvor Peer Gynt ble satt opp på Vinstra, men det var ikke før 1967 at det var årlige arrangement. På 70-tallet var det en ukelang festival:

Det var fest og dans, det var handelsstemne og tivoli, det var trekkspel og felespel, det var visetreff og barneprogram, det var opptog og folkløse, fjerllturar og seterstemne, det var den meir seisøse kulturkvelden på gymnaset, Peer Gynt-kvelden, det var kunststillingane (Øvrelid, 2003, 28-30).

Etter en bølgedal på 80-tallet med lite aktivitet ble Peer Gynt oppsetning ved Gålå-vannet festivalens hovedattraksjon fra 1989. Teaterstykket spilles på en utendørscene hvert år i starten av august. I samme tidsperioden er det aktiviteter i vertskommunene Sør-Fron, Nord-Fron og Ringebu. I 2019 var det høvfjellskonsert ved Rondane (på Kvamsfjellet), kirkekonsert i Sør-Fron kirke, kunstutstilling (i samarbeid med Galleri Zink på Lillehammer) og Peer Gynt-festen på Vinstra som besto av diverse innslag (bl.a. utdeling av Peer Gynt-prisen).

Per Gynt AS, selskapet som driver virksomheten i dag, ble stiftet i 1992 og har 6 ansatte. De er eid 50% av Braganza AB og 50% lokalt (Stiftelsen Peer Gynt og lokale næringsvirksomheter). Selskapet hadde en omsetning på NOK 26 millioner i 2019 (Proff 2020). På deres hjemmeside beskrives virksomheten slik: «Peer Gynt as leverer kunstneriske produksjoner, opplevelser og aktiviteter med høy kvalitet, inspirert av tema fra dramaet Peer Gynt, og med naturen som ramme og medspiller.» (Peer Gynt u.d.) Administrerende direktør forklarer at deres virksomhet kretser rundt tre historier: Hendrik Ibsens Peer Gynt, personen Per Gynt fra Gudbrandsdalen og Ibsens reise i Gudbrandsdalen sommeren 1862.

5.2 Prosessen før festivalen

Administrativ direktør forteller at man, som resten av kultur-Norge avlyste alle aktiviteter da regjeringen kunngjorde lock-down den 12. mars.

Du kan si at når 12.mars slo inn var det første vi gjorde å stramme livreima utrolig. De ansatte ble permittert, med unntak av et par stykker. (...) Så det å få oversikt over avtaler, det å få oversikt over hva vi kunne gjøre og hva vi ikke kunne gjøre og slikt. Det måtte vi få til. I stedet for å ta det ut først så strammet vi inn for heller å slippe ut hvis det var rom for det. (...) Ja, vi suspenderte alle avtaler vi hadde inngått med kunstnere. Det var egentlig relativt greit for alle var.. Det var omtrent som om hele kultur-Norge ble utsatt ett år. Alle vi pratet vi med - jo de ville bli med i 2021 i stedet. Det var på en måte bare å ta alt vi hadde planlagt og flytte det over. Alle hadde en intensjon om det (...). Så tenkte vi også at nå kommer det til å bli en veldig stille sommer. Nå var det kanskje den sommeren vi skulle ha en ordentlig sommerferie. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Slik ble det imidlertid ikke. Etter hvert som det gikk mot sommeren fant de i samarbeid med andre aktører flere muligheter og aktivitetsnivået steg slik at de permitterte kunne komme tilbake til jobbene sine.

Så det vi gjorde - det vi tenkte da på våren der det var at: hva har vi av eiendeler som har en verdi? Det er klart at vannspeilet som Snøhetta tegnet nå til 2019 forestillingen er helt fantastisk. Det er et utrolig fint rom å komme inn i selv om det ikke foregår noe der. Det å kunne løfte opp det som en egen opplevelse - for det har vi ikke gjort og kanskje ikke tenkt så mye på at det var det heller. Så det var en ting. Også låven som også ligger der, som er et utrolig fint lokale. Både til kunstutstilling og restaurant på toppen. Var det mulig å fylle den litt tidligere? Så vi åpnet faktisk opp arenaen allerede 20.juni. Altså ryddet og ordnet. Også fordi vi visste at det går mange folk der, men vi har aldri prioritert eller tenkt på det som noe veldig positivt. Altså dem går jo der og kikker, det er litt rotete og vi er i ferd med å arrangere en festival. Det er liksom ingen som bryr seg om de som går der, de kan jo bare gå der. Mens nå ryddet vi og ordnet. Fikk noen til å åpne kiosken. Hadde sykkelutleie og båtleie og slikt på stranda. Altså samarbeidet med andre aktører og fikk samlet det mest mulig der nede. Det gjorde jo at juli var veldig godt besøkt. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Låven ble brukt til en kunstutstilling i samarbeid med Galleri Zink med 13 tidligere Peer Gynt-kunstnere som ble åpnet 17. juli. Dette var en salgsutstilling med gratis adgang. Selve Peer Gynt teaterforestillingene ble avlyst, men de produserte et program med mindre forestillinger som gikk i helga 31. juli til 2. august (Arve Tellefsen og Kjetil Bjerkestrand; Nils Petter Molvær og øl-smaking av øl fra Lom; utdrag av «Løsrivelse» Munchs Peer Gynt). Helga etter, 7.-9. august, var det dukketeater, Peer Gynt med Teater Fusentast; «Bøygen» med Mads Ousdal; Peer Gynt-fest med prisutdeling av Årets Peer Gynt og Vehl-Per (se: <https://peergynt.no/se-bilder-og-film-fra-arets-peer-gynt-stemme/>). På alle disse arrangementene var det lov med 200 tilskuere og de fleste forestillinger var utsolgte. Dessuten tilbød de en 'bak-scene'-omvisning hvor man fikk en tur i garderoben, systuen, osv.

5.3 Festivalen 2020

5.3.1 Strømming

2020 ble et år hvor flere nye elementer ble prøvd ut. Festivalledelsen vurderte bl.a. om de skulle strøkke deler av programmet. Det ble laget en kort video av [Tellefsen og Bjerkestrand](#)-konserten mens konserten med Nils Petter Molvær ble strømmet (og ligger på [Molværs Facebook-side](#)). Det ble også vurdert å lage en video av ølsmaking men det ble det ikke noe av. Til å produsere videoene leide de inn en lokal videofotograf som igjen hadde med seg en annen person til flerkameraopptak av Nils Petter Moldværs konsert.

Administrerende direktør var imidlertid skeptisk til det å strøkke video, fordi hun var i tvil om dette var en god måte å generere inntekter på:

Vi prøvde jo å streame noe av dette også. Pratet veldig mye om det i april - mai. Hva skulle vi gjøre? En stund var det veldig hauset opp i forhold til økonomien i det å streame arrangement. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Hun fortsatte at det var mye snakk om at enkelte musikere hadde tjent godt på strømmede konserter, men at det viste seg å gjelde bare noen få veldig kjente artister. Samtidig var hun skeptisk til å legge ut materiale gratis, både fordi kunstnere må leve av det og fordi publikum som betaler verdsetter innholdet på en annen måte.

Jeg synes ikke kunst og kultur skal være gratis, fordi at det gjør noe med mentaliteten til de som ser på det også. Altså du får ikke den kontrakten med publikum hvis dem har fått det. Så jeg mener at det er noen som lever av dette her og de skal ha en betaling. Det skal koste. Jeg så jo også min egen oppførsel - at jeg blir mer urolig, jeg går litt mer til og fra, enn at man setter seg ned og virkelig opplever. Så jeg tror at det gjør noe med publikum også hvis du bare får det, hvis du bare streamer det. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Erfaringene med strømmingen av Nils Petter Molværs konsert var blandete, blant annet opplevde hun at fotografene forstyrret opplevelsen for det tilstedeværende publikum:

Men slik som den konserten med Nils Petter Molvær ble streamet, men da gratis - det tror jeg heller ikke at vi kommer til å drive med noe mer. Det er litt sånn - enten så gjør du det eller så gjør du det ikke. Du gjør det ikke halvveis (...). Det ble såpass forstyrrende for publikum, synes jeg. Vi ba han om å roe seg. Nok en gang, enten så gjør du det eller så gjør du det ikke. Da måtte vi ha forberedt publikum på det i forkant og gjort det ordentlig. Det gjorde vi ikke godt nok, nei. Så der lærte vi noe - da sier jeg ikke at vi ikke skal fortsette.. At vi ikke skal gjøre det i framtiden, men jeg tror at vi er nødt til å ta det med i dreieboka. Det er ikke noe du bestemmer det, for i siste liten. Du er nødt til å planlegge det og gjøre det ordentlig. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

5.3.2 Utviklingsprosjekter

Ikke bare resulterte kanselleringen av sommerens teaterforestillinger i at de prøvde ut andre aktiviteter og mindre forestillinger, det førte også til at arbeidet med to prosjekter de hadde jobbet litt med før, ble videreutviklet. Tidligere hadde de utviklet et Peer Gynt dataspill og nå var det disse nye prosjekter hvor de ville kombinere teknologi og kunst rundt Peer Gynt. Både hologram- og lydturneprojektet handler om å kombinere teknologi og kunst. Begge disse kunne brukes også i en korona-preget verden.

Altså jeg hadde et forprosjekt som jeg hadde jobbet med et års tid også hadde jeg satt det på vent. Fordi jeg ble daglig leder i fjor høst og det - da hadde jeg ikke tid til å følge opp så det ble satt litt på vent. Og så ved nyttårstid så grep jeg tak i det igjen (...). Vi hadde snakket om to piloter og ikke helt landet på hva vi skulle gjøre der. Når det stengte ned så tok vi opp den ganske raskt for å se om det var noe man kunne gjøre som var koronavennlig og - og få til allerede nå i sommer. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Det ble ikke en løsning hvor man overfører en kunstopplevelse til folks stue slik som strømmevarianter legger opp til. I teateroppsetningen ved Gålåvatnet og ved utendørskonserten på Kvamsfjellet spiller naturen en sentral rolle i kunstopplevelsen. Denne tanken var også sterkt inne i de to prosjektene som de videreutviklet denne våren:

Også det med naturen - påvirkningen som naturen har på deg, som du ser når du sitter ved Gålåvatnet eller i Rondane. Den også er veldig sterk og en tredje-dimensjon inn i opplevelsen. Så de to premissene var lagt da vi startet med jobben, eller da vi tok tak i det igjen. Men ellers så var det ganske åpent hva slags teknologi vi skulle lande på og så videre. Så da landet vi på to alternativer der det ene, som sagt, er hologramløsningen. Den andre var en lydopplevelse. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Begge disse prosjektene ble realisert slik at de også kunne tas i bruk sommeren 2020, ikke bare de helgene som det var arrangementer, men når som helst. Under beskrives begge prosjektene.

Hologram

Et av prosjektene som de var i gang med var å lage et hologram av utdrag av Peer Gynt-dramaet stykket som skulle vises med naturen ved Gållå-vannet som bakgrunnen (se beskrivelsen under). Dette baserer seg på en ny måte å tenke kombinasjonen av kunst og teknologi:

Det som kanskje vi gjør litt annerledes enn mange andre det er å bruke kunsten og teknologien. Ta kompetansen fra kunsten og kompetansen fra teknologien og putte dem sammen. Det er - vi har gjort det før med det Peer Gynt spillet - dataspillet. Der vi brukte dramaturger fra scenen og stemmeskuespillere som er teaterfolk. Da mener jeg at da skjer det på en måte noe helt nytt. Det er veldig spennende å jobbe slik selv om det er ganske krevende også. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

De jobbet sammen med det danske firma Realfiction som hadde laget hologrammer for bruk i andre sammenhenger (reklame, utstilling, osv.) før, men ikke i kunstnerisk sammenheng.

(...) vi landet på var jo den deep-frame hologram som et dansk firma hadde jobbet med over tid. Så det er ikke helt nytt, men de hadde kun brukt det til kommersielle varer og tjenester. Ikke vært i nærheten av noe kunstnerisk, før. Det som tiltrakk, iallfall meg med det, det var jo at det faktisk var noe du kunne oppleve sammen med andre. For jeg mener at en teater, eller scenekunstopplevelse er best når den blir delt med andre. Altså det er den kollektive opplevelsen som gjør at det løftes til et annet nivå enn du klarer selv. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Utfordringen å kombinere kunst og teknologi handler ikke bare om å få teknologien til å fungere, men like mye om å få aksept blant kunstnere.

Ja, det som var litt artig - og det sier Ellen Horn [kunstnerisk leder] også - scenekunstnere er ganske konservative og tradisjonelle. Selv om man skulle tro at de ikke er det siden de er i et kreativt yrke, men det er ganske mye motstand. Det merket vi også litt. Jeg må si at de var ganske modige - de følte seg også veldig modige. Både Marit Moum Aune som hadde regien på Gållå - at hun faktisk gikk løs på noe som hun ikke viste sluttresultatet av [og skuespillere] (...) De var jo supernervøse når dem gikk inn denne der bua. Det var heller ikke før hun var inn og så selv at hun skjønnte helt hva hun hadde skapt. Så det var en ganske - ja - en lærerik prosess iallfall. Også fordi at de lever jo dette med hele seg altså. Det er ikke noen quick-fix eller enkle løsninger der. Det er dønn alvor. Så det må man ha veldig respekt for egentlig. Samtidig så tenker jeg jo at du må ha den type kunstnere for at det skal legge seg på det nivået. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Det var satt av litt penger til utvikling av disse to prosjektene, men mer måtte skaffes til veie for å realisere dem. Det handlet både om penger til utvikling av innholdet og til bygging av selve 'bua' med det tekniske utstyret. Administrerende direktør mente det var stor velvilje å spore både lokalt og nasjonalt for å få det til raskt.

Jeg må si det at det var en veldig omsorg - det var veldig mange som uttrykte redsel for at vi skulle gå ned. Det handler om ringvirkninger til reiselivet. Så det var veldig mange som var bekymret for oss. Blant annet gikk vi sammen med Opplev Gålå - som er en sammenstilling av bedriftene som er i Gålå-området - og søkte midler i Oppland fylkeskommune til å realisere deler av dette her. Møtte veldig velvilje der. Innovasjon Norge var neste punkt. Vi hadde allerede forprosjektet, men her er det også investering på 500-600.000 i ren investeringskostnad på det fysiske teknologiapparatet. Det må jeg også si at møte med dem var veldig positivt. Veldig offensivt og møtte en veldig stor tillit der for at vi skulle få det til. Jeg har aldri opplevd Innovasjon Norge så offensive. (...) De leverte ikke ut noen penger uten å kvalitetssikre det, men det tempoet og det drivet var veldig bra altså. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Foreløpig har dette prosjektet kostet ca. NOK 2 192 000, hvorav 16 % ble bevilget fra fylkeskommunen, 23 % fra Innovasjon Norge.³ Resterende finansieres av egenkapital. Hologrammet ble åpnet 17. juni og ble stengt for sesongen den 31. august. Det er ikke mange som kan se på forestillingen i hologrammet samtidig, og i snitt regner man 2.5 besøkende pr. forestilling som varer ca. 15 minutter. Det kostet NOK 150 pr. forestilling, noe som med de rundt 1 300 besøkende sommeren 2020 innebærer en inntekt på ca. NOK 78 000.

Lydturer

Det andre prosjektet hvor man prøvde ut ny teknologi var to lydturer. Her kan man laste ned innhold i en app som spilles av når man er på en bestemt posisjon. Slik teknologi er brukt bl.a. på kunstmuseer hvor man kan få informasjon om et bilde når man står foran det. Også i reiselivssammenheng brukes slik GPS-basert teknologi til å gi informasjon og fortelle historier tilknyttet det geografiske sted man befinner seg på. Administrerende direktør forklarer det slik:

Det er to forskjellige lydturer. (...) Du har en som går rundt seterveien der det er en del geografiske steder som er knyttet til segner. Der er det på en måte en reise igjennom den (...) segnstradisjonen og de historiske punkter rundt Per Gynt. Altså den lokale Per. Du kan kjøre bil og lytte til den. På den andre går du - det er bare en liten sløyfe på Gålå som et supplement til forestillingen. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Det ble brukt et anerkjent firma for å utvikle turene, men på tross av dette opplevde de at brukere hadde problemer med å bruke teknologien.

Ja, det er GPS-styrt ja. (...) Vi har brukt noe som heter Izi Travel som er en internasjonal ganske stor kanal, ikke så mye brukt i Norge. Som da hadde sine svakheter. Altså det var mye teknologisk surr i forhold til om du hadde Apple eller om du hadde Android-telefon. Du måtte inn og gjøre noen innstillinger på språk på noen telefoner. Det er en veldig høy terskel for mange og det ser vi også på bruken. Det er mange som har lastet ned, men ikke fått det til. Så der ser vi på muligheter for å bruke det annerledes. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Administrerende direktør fortalte at tilbudet allikevel ble godt mottatt og at de to turene hadde blitt lastet ned ca. 3000 ganger gratis (foreløpig). De har også planer for å utvide tilbudet med en tur som reiser i fotsprene til Ibsen da han reiste rundt i Gudbrandsdalen.

³ Festivalen er pr. januar 2021 fortsatt i et utviklingsløp med Innovasjon Norge som ikke er ferdig rapportert.

Nå har vi de to pilotene. Vi tenker å utvide dette universet også nedover mot Lillehammer. Altså tenke på de tre historiene som vi formidler. Altså du har.. I det forprosjektet så tok jeg utgangspunkt i de geografiske stedene som er knyttet til Peer Gynt på en eller annen måte. Da har du dramaet som nevner Rondane og Jotunheimen - altså Besseggen. Også har du segner som har sine punkter lokalt, mye rundt Vinstra (...). Også har du Ibsens reise da som går i land her. Han kommer jo til Lillehammer med dampbåten og rusler oppover Gudbrandsdalen og er innom forskjellige plasser. Vi tenker å ta tak i det som en inspirasjonsreise og ta tak i noen av de punktene der - rett og slett for å drive trafikk inn i vårt område og få flere til å promotere hele prosjektet. Ideen med dette er at vi gjør det regionalt og så løfter det opp på et Ibsen-nivå i Norge. Og får med oss andre Ibsen-aktører i Norge til å tenke litt det samme i forhold til de andre dramaene. Så dette kan bli et stort prosjekt. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

Begge utviklingsprosjektene ble altså initiert før Korona-pandemien kom til Norge våren 2020. I stedet for at de ble nedlagt ble det heller en inspirasjon til å jobbe videre med dem. Oppbakkingen fra støttespillere i den nye fylkeskommunen Innlandet og rask saksbehandling i Innovasjon Norge bidro til at festivalen kunne presentere disse tilbudene som del av et revidert sommerprogram og dermed opprettholde driften.

Jeg kan være ganske sikker på at i et normalt år så hadde vi aldri kommet der vi er nå. Det er helt sikkert og det hadde ikke vært prioritert. Jeg ser jo det - jeg har jo jobbet mye med utvikling de siste åra. Når du kommer til april - mai så tar på måte festivalen overhånd. Da har du ikke sjans til å drive med andre ting enn å produsere. Så det er - det skiller seg veldig fra et normalt år. Jeg tror ikke vi hadde kommet dit vi er nå, egentlig på ganske lang tid. (Administrerende direktør Peer Gynt as, intervju)

5.3.3 Video

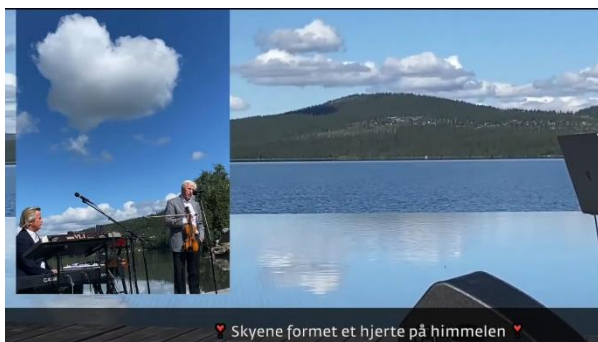
I 2020 utviklet Per Gynt-stemnet flere nye audiovisuelle tilbud – både strømming av opptredener, hologram og lydturner. Som ved de andre festivalene vil vi omtale den formen de audiovisuelle uttrykkene har fått. Det vil si at vi beskriver iscenesettelse, fotografering og redigering av videoene og hologrammet, uten å gå særlig inn på en vurdering av innholdet.



Bilde 32: Kjetil Bjerkestrand og Arve Tellefsen



Bilde 33: Kjetil Bjerkestrand ved Gålå-vannet



Bilde 34: Hjerteformet sky



Bilde 35: Øivind Berghs Minnepris

På festivalens hjemmeside formidles en rekke bilder fra sommerarrangementene i tillegg til en video. Videoen ligger på YouTube. Videoen bærer tittelen Arve Tellefsen og Kjetil Bjerkestrand og viser disse to som fremfører utdrag fra Griegs Peer Gynt scenemusikk. Opptaket varer i 3' 23" og består av opptak av fire musikkfragmenter – hver del er tatt opp som en enkel innstilling hvor kamera beveger seg mellom Tellefsen og Bjerkestrand, zoomer inn, zoomer ut til oversiktsbilder, osv. (bilde 32 –33). Innstillingene fades raskt over i hverandre. På et tidspunkt vandrer kamera til vannet og himmelen og det legges inn et stillbilde av utøverne med en hjerteformet sky mens en tekst med «Skyene formet seg som et hjerte over Arve og Kjetil!» rulle i nedre del av bildet. (bilde 34). De siste 26 sekunder får vi noen få korte inntrykk av prisvinneren Ludvig Gudims felespill og overrekkelsen av Øivind Berghs Minnepris (bilde 35).

Den andre videoen som ble strømmet og nå ligger som en lenke på festivalens hjemmeside er opptak av Nils Petter Molværs konsert den 1. august. Dette er et opptak av hele konserten på litt over en time. Konserten introduseres av kunstneriske leder for Peer Gynt, Ellen Horn. I alt er det fire kameraer som dekker konserten. To er fastmonterte. Det ene gir oversiktsbilder over Gålå-vannet med Molvær nederst i midten av bildet (bilde 36). I nedre billedkanten kan man se hodene av publikum på første rad. Det andre er også plassert frontalt, men litt lavere slik at Molvær fyller en større del av billedflaten (bilde 37).



Bilde 36: Oversiktsbilde



Bilde 37: Totalbilde Nils Petter Molvær



Bilde 38: Halvtotalt bilde Molvær



Bilde 39: Nærbilde Molvær

Oversiktsbildene blir avløst av nærbilder og ekstranærbilder av Moldvær fra ulike sider (bilde 38–39). Et av kamerane er håndholdt og følger sakte Molværs bevegelser. Bildene står forholdsvis lenge, gjerne mellom 4 og 15 sekunder, før de fades over til neste. En enkel gang zoomes det eller det panoreres fra vannet til Molvær. Konserten avsluttes med et publikumbilde og Ellen Horn som takker Moldvær og overrekker ham et krus. Deretter gir hun publikum noe informasjon om programmet dagen etter.

Dekningen av konserteren er gjort på en måte som fokuserer på framføringen slik at det hjemmesittende publikum kan følge med Molvær mens han spiller. Lite trekker oppmerksomheten bort fra den, selv om særlig oversiktsbildene gjør seeren oppmerksom på den naturskjønne omgivelsen som konserten holdes i. Hovedfokus er dermed på musikken og musikeren. Noen skjønnhetsfeil virker som naturlig og autensitsk i denne konteksten: lyden under Ellen Horns introduksjonen preges av vind, og en gang vises det utolig blafrende bilder på 15 sekunder (40:30–40:46 (antakelig tatt mens fotografen skiftet plass).

5.3.4 Hologram

Hologrammet er plassert i et lite bygg midt på tribunen på arenaen ved Gålåvatnet hvor Peer Gynt-spillet vanligvis foregår (bilde 40). Etter å ha betalt 150 kr. kan 2-3 tilskuere gå inn i bygget og se gjennom et vindu i retning vannet. Mellom seeren og vinduet er et betjeningspanel og bak det et stativ med en skråstilt gjennomsiktig glassplate (bilde 41). Hologrammet vises på denne gjennomsiktige flaten.



Bilde 40: Hologramburet på scenen ved Gålåvatnet



Bilde 41: Hologramstativet



Bilde 42: Lettskyet ved Gålåvatnet



Bilde 43: Tungt skydekke ved Gålåvatnet

Programmet består av ulike deler, alle på under 4 minutter. I 'Bukkerittet' med Peer, Mor Aase og et reinsdyr, det deklameres utdrag fra skuespillet mens den gamle og den unge Peer beveger seg etter en koreografert, stilisert mønster. I delene 'Peer og mor Aase', og 'Reinsdyret' går de stiliserte bevegelsene over i sakte dans akkompagnert av musikk.

Hologrammets plassering gjør at man ser aktørene som om de står på scenen med Gålå-vatnet og naturen i bakgrunnen. Er det andre personer på scenen ser man disse også. Dette gjør at man får et levende inntrykk – bildene (bilde 42 – 43) et tatt med tre timers mellomrom hvor himmelen har endret seg dramatisk fra nesten skyfri blå himmel til mer truende skyer. Ulempen med utformingen og plasseringen av hologrammet er at det er få plasser gir et optimalt bilde. Beveger man seg eller hodet mer enn ca. 50 cm til hver side mister man deler av framstillingen. Dette innebærer at hvis man er flere personer så må man stå tett sammen.

5.4 Oppsummering Peer Gynt

Oppsummert kan vi si at Peer Gynt-stemnet la om sitt tilbud nokså kraftig, selv om også tilbudet i 2020 handlet om Peer Gynt, Gudbrandsdalen og natur. De årlige Peer Gynt teaterforestillinger kunne ikke gjennomføres med de restriksjonene på antall tilskuere som var tillatt. Men korona-pandemien førte også til en nytenking av hva teaterscenen ved Gålå kunne brukes til. Festivalen produserte noen mindre oppsetninger og musikkframføringer, delvis med utgangspunkt i det som sto på programmet fra før. I tillegg ble allerede planlagte alternative tilbud – hologrammene og lydturene - framskyndet og videreutviklet slik at de ble del av en buket med mindre utendørstilbud som tilreisende kunne nytte seg av på stedet ved Gålå-vatnet. Noe av tilbudene ble filmet og lagt tilgjengelig på internett men dette ser ut til å være mindre høyt prioritert.

6. Litteraturdagane i Vinje



Bilde 44: Regikontroll ved Ånnevik-konserten

6.1 Om Litteraturdagane i Vinje

Litteraturdagane i Vinje ble til som et lokalt initiativ i 1991 og har som formål å støtte opp om kulturhistorie og nynorsk litteratur. De ble drevet fram av lokale ildsjeler og knytter an til de kjente lokale forfatterne Tarjei Vesaas, Halldis Moren Vesaas og Aasmund Olavsson Vinje. Festivalen ble etter hvert knyttet til Vinje kommune, med kultursjefen som sekretær for organisasjonen. I 2018 ble festivalen overtatt av Vinjesenteret (en avdeling ved Nynorsk kultursentrum), med senterets leder som festivalsjef. Den opprinnelige, frivillige organiseringa av festivalen avsluttet i 2018, men personene som var engasjert er i dag med som et frivillig medlemslag. De er med på å arrangere deler av festivalen og innstiller medlemmer til festivalens programråd. Publikum til festivalen er både lokalbefolkningen og tilreisende, blant annet en del hyttefolk fra de rundt 5000 hyttene i kommunen.

I 2019 gikk festivalen over tre dager (23. – 25. august) og på programmet sto 18 programposter: 6 samtaler, fire foredrag/monolog, tre konserter, samt åpning med varierte innslag, gudstjeneste og en vandring. Faste innslag i festivalen er Vesaas-foredraget, samtale med vinneren av Terje Vesaas debutantpris og Storegutprisen samt festivalgudstjeneste i Vinje kyrkje. Programmet for 2018 var mer omfattende, mest av alt fordi det også omfattet en del programposter som ikke kom med på det offisielle programmet i 2019 men som likevel ble gjennomført også det året: skolebesøk med

forfattere, høytlesning på omsorgssentrene, kransnedlegging ved statuene til Tarjei og Halldis Moren Vesaas og Storgut-statuen. Dessuten inngår bespising som en del av festivalen.

Arrangementer foregår på mange ulike steder over hele Vinje kommune. Til vanlig deltar mellom 40 og 50 frivillige i å arrangere festivalen som har en omsetning på ca. NOK 800.000. Billettinntektene i 2019 var på ca. NOK 225 000 (Nynorsk kultursentrum 2019, s. 19).

6.2 Prosessen forut for festivalen

2020 ble, som for de andre festivalene en veldig annerledes opplevelse. Ettersom festivalen ble avvirket siste helg i august (28. – 30. august) var det færre restriksjoner enn i mars/april og en kunne ha noe publikum til stede i salen. Smittevern hensyn tilsa imidlertid at det var store begrensinger på hva som kunne gjøres og hvor man kunne gjøre det. Programmet ble dermed redusert til arrangement to kvelder i Vinjehuset fra kl. 18.00 til 22.00 hver kveld. Disse ble strømmet. Gudstjeneste i Vinje kyrkje ble også gjennomført og der gjorde NRK-radio opptak som ble sendt senere på høsten. I alt ble programmet redusert til 9 innslag.

Til å gjøre opptak og strømming tok festivalledelsen kontakt med et filmproduksjonsselskap i regionen som en av de ansatte på Vinjesenteret tidligere hadde jobbet sammen med om en reklamefilm. Vedkommende produserte video, men hadde ikke mye erfaring med strømming til internett og han fikk med seg en person med erfaring med strømming og scenelys fra et lokalt kulturhus. I tillegg var en ekstern person leiet inn til lyd. Videoproduksjonen kostet festivalen ca. NOK 50.000 og i dette beløpet var også opp- og nedrigging inkludert. Videoprodusenten hadde også erfaring med et (dansk) selskap som skaffet en betalingsløsning.

Man kunne logge seg på for NOK 100 for å få med seg en kveld med tre-fire timer program i stedet for å betale NOK 500 for én av de få plassbillettene i salen. Ettersom de ikke hadde erfaring med strømming fra før var det vanskelig å sette en pris på strømmedeltakelsen:

Tanken var der at vi ikke skulle legge oss for høyt og ikke for lavt. (...) Vi har jo ikke noe grunnlag for enkelt å vurdere om vi la oss for høyt eller for lavt. Vi har ingen sammenligningstall. Vi måtte bare ta et valg til slutt. Så vi kunne sikkert like gjerne satt prisen til 10 kr, men da tenkte vi også at vi hadde undergravet kvaliteten på det. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

I og med at det var et begrenset antall fysiske seter på arrangementene tilgjengelig var de to kveldene raskt utsolgt. Ettersom billettinntektene var redusert måtte de kutte flere steder i budsjettet og markedsføringen var et av postene som ble nedprioritert:

... så kutta vi i stor grad det meste i budsjettet. Så det ble kuttet i markedsføringen og det handler også litt om at vi solgte ut alle setene fysisk veldig fort. I hvert fall på den ene dagen. Da det var solgt ut da så tok vi fra markedsføringsposten til andre områder (...) Med det så kuttet vi også markedsføringen for strømminga selvfølgelig. Så det ble jo litt sånn. Det ble jo en klamp om foten kan du si for strømminga. Men det var noe annet som lå til grunn der også. (...). Vi hadde ikke råd til å gjøre en generalprøve. Vi hadde ikke råd til å teste noen ting på forhånd. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

Usikkerhet om de kunne levere et kvalitetsprodukt var altså også en faktor i hvorfor strømmetilbudet bare ble markedsført gjennom hjemmesiden og Facebook.

Rettighetsproblematikken i forbindelse med strømming er et eget kapittel som kan være vanskelig å håndtere. Bruke av Facebook og sosiale medier for audiovisuelt materiale er imidlertid problematisk

pga. rettighetsproblematikk ettersom disse plattformene får (eller tar) rettigheter til materiale som publiseres hos dem. Festivallederen fortalte at de fleste medvirkende ikke hadde noe imot at deres framføring ble overført direkte, men at de var skeptiske til at det ville bli liggende på nett. Dette ville jo redusere verdien av deres opptreden i andre sammenhenger.

Det er jo en ting med rettighetene da. Først og fremst så vil veldig få at det skal strømmes til Facebook. Fordi at der blir det liggende og Facebook overtar rettighetene. Så det er viktig å unngå. Og andre plattformer har litt av samme utfordringa. Også vil jo de fleste utøverne at det ikke skal være evig tilgjengelig. De fleste er mest fornøyd med, og komfortable med, at det er en engangs - at det er live da. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

Konserten med Frida Ånnevik ble ikke strømmet direkte til betalende mottakere. Rettighetshavere her var ikke sikre på kvaliteten – bl.a. vanskeligheter med å produsere både felles lyd til strømming og PA-lyden, som stiller forskjellige krav. Konserten ble imidlertid strømmet til omsorgssentrene, og da resultatene lå fram var innvendingene borte slik at konserten kan strømmes høsten 2020.

6.3 Festivalen 2020

6.3.1 Kransnedlegging

Kransnedlegging ved statuer av kjente lokale forfattere er et vanlig innslag ved festivalens start. Denne delen av programmet ble ikke gjennomført i 2020 av smittevern hensyn. Det var tanker om å ha kransnedlegging uten publikum og å lage en videoreportasje som kunne bli satt inn i strømmingen. Som festivallederen sa det:

Der tok vi vel egentlig et valg ganske i siste liten om å kutte ut det. Det vi kunne ha gjort og det som vi diskuterte ganske mye på forhånd var at (...) vi produserte video som vi kunne bruke i tilknytting til strømming. Altså ferdigprodusert video. Vi oppdaget vel at det ble litt dyrt å gjøre de produksjonene. (...), det ble for kostbart. Også kunne vi sikkert gjort det sjøl, med litt sånn lavere produksjonskvalitet da. Det kan vi ta med oss videre. Jeg synes fremdeles det er en god idé. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

Tanken om å lage egne videoreportasjer ser ut til å være plantet, og med stadig bedre og billigere produksjonsutstyr, som i dag kan være en mobiltelefon, er det først og fremst lokal kompetanse og tid som er de kritiske faktorene.

6.3.2 Skolebesøk

Tidligere arrangerte festivalen skolebesøk hvor forfattere reiste ut til skoler. Selv om det ikke står i det offisielle programmet for 2020 ble denne tradisjonen opprettholdt, innenfor skolens smittevernsrammer:

Oh, vi hadde masse skolebesøk. Det valgte vi å ikke strøomme, siden det var for komplekst. Men vi hadde skolebesøk til 5 skoler fordelt på kommunene Vinje, Fyresdal og Kviteseid med Anders Totland som ble veldig godt mottatt. Vi har fått mye skryt for at vi gjør de skoletingene, vi prøver å nå frem til skoler og også barnehager, som ikke nødvendigvis har noe sånt fra før av. Men det er jo en ting som vi har grubla mye på - hvordan vi kunne gjøre det digitalt - eller på en digital måte. Vi var jo såpass heldige at skolene hadde løst opp de restriksjonene og det fungerte egentlig veldig bra. Så vi brukte bare den metodikken som skolene allerede brukte på smittevern og da fungerte det. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

6.3.3 Omsorgssentre

Tidligere år ble det også satt i stand litterære og musikalske møter på andre steder, som omsorgssentre eller arbeidsplasser. Dette ble vanskelig å gjennomføre av smittevernsmessige hensyn – særlig på steder med mange eldre brukere var det strenge regler.

... tidligere så har vi også vært fysisk ute på omsorgsboligene. Det ble også forsøkt å gjøre konserter og kanskje litterære arrangementer, men på andre arenaer enn de vi vanligvis pleier å bruke. Altså på kontoret til noen - eller noe i den duren. Det lot seg ikke gjøre i vår. (...) Vi strømmet jo til omsorgssentre da. (...) det var det vi håpa kunne være med på å erstatte det besøket. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

Omsorgsboliger og sentre fikk mulighet til å vise strømmingen (inkludert konserten til Frida Ånnevik som ikke var tilgjengelig for vanlig betalende). Å få til strømmingen i praksis viste seg å være utfordrende:

Men det vi oppdaget var jo at det var vanskelig å kommunisere. Vanskelig å finne en løsning fordi det er stor avstand mellom den som sitter og planlegger dagene og har ansvaret for omsorgssentrene og teknisk kompetanse, forståelse over hva det vil innebære å sette opp. Så det var færre omsorgssentre enn det vi skulle ønske oss. Nede på kanskje 20 på første dagen og 3 på andre dagen. Også fikk jeg en del forespørsler om strømming av festivalgudstjenesten. Så det var tydelig en bommert fra oss - det tenkte vi ikke var nødvendig. Men det var mange av de eldre som gjerne skulle fått med seg. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

Festivalgudstjenesten ble tatt opp av NRK og ville bli sendt senere på høsten og dermed tenkte ikke festivalledelsen på at det var etterspurt på omsorgssentre.

6.3.4 Strømming

Programmet for Litteraturdagene i 2020 besto i hovedsak av to kveldsprogram i Vinjehuset i Åmot den 28. og 29. august, mens det var festivalgudstjeneste den 30. august i Vinje kyrkje. Det var et begrenset antall publikummere tilsted under arrangementene i Vinjehuset, og alle bortsett fra én ble samtidig strømmet.



Bilde 45: Bilde av salen

Programmet inneholdt ulike typer innslag. Bortsett fra åpningen var det hver kveld en litterær samtale, et foredrag og en konsert. På fredag den 28. august starter programmet med at seerne får se et bilde av publikum i salen. Salen er dårlig opplyst, men en kan ane at publikum sitter spredt i salen med flere plasser seg imellom, og at det henger hvite tøystykker med nummer på setene (bilde 45).

Når programmet starter ser vi at konferansieren Aasmund Nordstoga ønsker velkommen og han gir ordet til fylkesordføreren i Vestfold og Telemark, som åpner festivalen. Begge er hovedsakelig fotografert i halvtotallbilde rett forfra, vekselvis med totalbilder tatt fra siden av scenen (bilde 44 – 45). Dette er hovedinnstillingene i alle opptak hvor en person er på scenen. Bakgrunnen er mørk, men bakteppet er delvis belyst med blått lys og foran det står noen store grønne planter og fire lenestoler.



Bilde 46: Konfransier Aasmund Nordstoga forfra



Bilde 47: Konfransier Aasmund Nordstoga fra siden

Etter en introduksjon fra konferansieren overtar Jens Kil, kommentator i Bergen Tidende, som samtaleleder. Billedmessig veksler det mellom totalbilder med hele panelet på podiet og nærbilder av den som snakker (bilde 46 – 47). Det brukes svært lite zoom eller panoreringer – av og til justeres bildet litt i forhold til objektets bevegelse på stolen, men dette er bare små justeringer. Bildene byttes stort sett i rene klipp, men av og til fades bildene raskt over i hverandre. Lytterbilder – bildene av paneldeltakere som ikke har ordet - finnes det få av.

Dekning av foredragene billedlegges omtrent på samme måte som åpningen – med hovedvekt på det språklige innholdet og taleren konstant i sentrum av bildet. Det benyttes igjen to hovedinnstillinger som veksles i et rolig tempo – et halvtotallt bilde en face bilde med blå-grønn bakgrunn klippes til et totalbilde med foredragsholderen Tore Renberg, på skrå og en del av scenen og prosjiseringen av et bilde av Tarjei Vesaas i bakgrunnen (bilde 48 – 49). Bare på tre steder klippes det kort inn andre bilder: bildet av Vesaas når Renberg holder det opp fra scenen og et bilde fra salens respons rett etterpå. Også senere klippes et bilde fra salen inn når Renberg spør hvem som har lest en bestemt Vesaasroman.



Bilde 48: Totalbilde litterær samtale



Bilde 49: Forfatter Siri Helle



Bilde 50: Renberg frontbilde



Bilde 51: Renberg med projeksjon av Vesaasbilde

Fotograferingen av konserten *Canciones de Cobre* med Kjartan Fløgstad, Per Arne Glorvigen og NyNorsk messingkvintett er mer variert enn den av foredragene og paneldebatten. Også belysningen varierer her – den første delen av konserten preges av røde og gule farger, mens den andre delen har blå- og grønnfarger i dekoren (bilde 52 – 57). To fruktfat er plassert foran musikere – et på gulvet og et på pidestall som et apropos til det latinamerikanske tema i musikken.

Det veksles mellom bilder av enkeltutøver, to eller tre musikere og totalbilder av alle seks utøvere (bilde 54 – 57). Kamera panoreres og tiltes av og til forsiktig og det zoomes langsomt inn på enkeltutøvere eller instrumenter. Klipperytmen er langsom og de enkelte skudd kan bli holdt 10-15 sekunder eller mer. Deretter fades raskt over i et annet utsnitt. Bildeskiftene er ikke etter rytmen i musikken.



Bilde 52: Tele-Tango



Bilde 53: Canciones de Cobre



Bilde 54 – 57: Bilder fra Tele-Tango og Conciones de Cobre

Opptakene av de andre arrangementene ligner de som er beskrevet overfor, bortsett fra at sallyset er slått på under Q & A-delen av foredraget på lørdagskvelden. Dessuten er sceneoppsettet under lørdagens konsert med Frida Ånnevik forskjellig fra de andre. Plantekomposisjonen og stolene er fjernet og man har hengt opp en plast duk som det projiseres ulike farger på under konserten (bilde 58 – 59).

Generelt kan man si at opptakene er typiske for den enkle transmisjonssjangeren: svært rolige billeddekning og redigering, konsentrasjon om de personene som sier noe og veksling mellom halvtotale eller nærbilder av ansikter og totalbilder av hele podiet og det som foregår der. Samtaleinnslagene har et visst hjemmekoselig preg over seg – deltakere sitter og snakker sammen, planter i bakgrunnen og et teppe på gulvet. Foredragene derimot er mer tradisjonelle sceneopptredener med få, stillestående bilder og en person som snakker i fokus. Det er lett å forstå hva som blir sagt og lyden under musikkinnslagene har god kvalitet. I forhold til tilsvarende produksjoner for fjernsyn er disse opptakene mer statiske – få lyseffekter og scenedekor, lange innstillinger, få stillestående bilder og en person som snakker i fokus. Det er lett å forstå hva som blir sagt og lyden under musikkinnslagene har god kvalitet. I forhold til tilsvarende produksjoner for fjernsyn er disse opptakene mer statiske – få lyseffekter og scenedekor, lange innstillinger, få bevegelser med kamera



Bilde 58: Frida Ånnevik totalbilde



Bilde 59: Frida Ånnevik

og mindre vekt på nærbilder og lytterbilder. Også musikkinnslagene, selv om de er mer dynamiske i sitt uttrykk, ville i fjernsynssammenheng vært enda mer dynamiske, gjerne med mer lyseffekter, mobile fotografer og kortere klipp redigert etter musikkens rytme. Der hvor disse opptakene imidlertid avviker mest fra regulære fjernsynsopptak er gjerne starten og slutten – her kan lyden plutselig forsvinne helt, mørke bilder fra salen blir vist, konferansieren kan stå i veien for bildet eller publikumslyden står på i pausen. Slik sett mangler det en gjennomtenkt regi og teknisk gjennomføring.

6.4 Lærdommen fra årets festival

Litteraturdagane i Vinje besto i 2020 av både en del hvor man kunne være fysisk til stede og en digital del formidlet gjennom internett. Festivalledelsen var nok glad for å kunne tilby den delen hvor man kunne være fysisk tilstede, noe som deres større søsterfestival Dei nynorske festspela ikke kunne.

Ja, også må jeg også si det at jeg synes at vi løftet det ganske mye med at det var faktisk publikum i salen. Jeg har jo sett noen sendinger hvor det ikke har vært publikum i salen. Da føles det mye flatere og spenningen er borte på en måte. Det blir kunstig. Kunstig sammenheng. Men det er vel sånn som TV bruker - de bruker jo daglig det å lage programmene sine med publikum i salen. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

Litteraturdagane i Vinje ble ikke bare studioproduksjon og nettilbud. Festivallederen hadde gjort seg flere tanker om hvordan strømming fungerte i forhold til opplevelsen en deltaker i salen fikk.

Jeg tenker at noe av det som var positivt med strømming, som er en underbygger på den følelsen, er at du kommer nærmere utøverne med TV på en måte. Altså på foredraget til Tore Renberg så ser du mimikken hans og det blir mer intimt, isolert sett for seeren. Men den mangler da klart atmosfære. Det skjønner jeg ikke hvordan man eventuelt skulle klare å etablere. Heller ikke det sosiale. Det er et forsøk på å få til noe sosialt med chattefunksjon og emoji'er og sånne ting i sendinga. (Festivalleder Vinjedagene, intervju)

En av foredragsholderne satte av tid til å svare på spørsmål fra salen. Her hadde også hjemmepublikum mulighet for å skrive i chatten som fulgte strømmingen – men, som festivalsjefen sier det: «det ble liksom ikke noe særlig schwung over det heller. Så jeg tror det er en høy terskel for folk å være delaktig i den type strømmechat.»

7. Organisering, produkt og festivalfølelse

7.1 Organisering

Gjennomgangen av hva de fire festivalene i vårt utvalg gjorde for å tilpasse seg Covid-19-situasjonen viser at det var stor variasjon. De fire festivalene i vi har sett på ble valgt ut fordi de alle samme brukte audiovisuell formidling, men på ulike måter. Alle måtte tilpasse sitt opplegg og innovere ettersom erfaringene med denne type formidling var begrenset. Noen fikk bedre tid til å planlegge enn andre, men alle kom med alternativ program for sine tilskuere og alle klarte å finansiere disse tilbudene enten gjennom de opprinnelige midlene de hadde på sitt budsjett eller gjennom å søke ekstra finansiering.

Festivalene var organisert svært ulikt, delvis på grunn av vekslende forskrifter angående publikums tilstedeværelse. De to første festivalene, Amandus og Digitale festspel 2020, ble i hovedsak gjort om til on-line festivaler, mens de to andre kombinerte fysisk oppmøte med digital formidling. Mens Amandusfestivalen i stor grad beholdt de planlagte programelementene og den samme tidsperioden for avvikling av sitt digitale tilbud ble programelementene for Digitale festspel 2020 lagt på nett fordelt over en tre måneder lang periode. I tillegg til dette arrangerte Digitale festspel to studioproduksjoner i den opprinnelige festivalperioden samt flere innslag utover høsten. Litteraturdagene i Vinje holdt seg til den opprinnelige festivalperioden, men reduserte antall innslag, som nesten alle ble formidlet direkte. Peer Gynt-stemnet la om programmet sitt til en minifestival i de helgene der forestillingene egentlig skulle foregå og utvidet med digitale tilbud lokalisert i Gudbrandsdalen.

De fire aktørene hentet inn ekstern kompetanse for å ta seg av den tyngste delen av formidlingen, men om tilbudet omfattet også noen egenproduserte videoer. Vi ser at alle i første omgang brukte lokal videokompetanse til å stå for produksjon av mer avanserte flerkameraopptak, men de aller mest ressurskrevende delene ble gjennomført i Oslo (når det gjelder studio-opptak for Amandusfestivalen og Digitale festspel 2020 og lydturen til Peer Gynt-stemnet) eller i utlandet (når det gjelder hologrammene til Peer Gynt-stemnet).

7.2 Framstillingsformene

De estetiske uttrykkene som tilskuerne opplevde var også ulike, selv om det også er en del overlapp mellom uttrykksformene som ble benyttet. Vi vi dele dem opp i tre forskjellige former med hver sine muligheter for opplevelse.

a) Studio samt Skype-innslag

Amandusfestivalen skiller seg fra de andre ved at de beholdt mest mulig av sitt opprinnelige program, men også ved i større grad enn de andre å ta i bruk TV-lignende uttrykk: studiobasert program med programleder og video-innslag. Ser vi bort fra de innsendte videoene som ble presentert i beste Netflix stil, så inneholdt programmet to elementer: en studiodel og Skype-innslag. Studiodelen var en flerkameraproduksjon med informativ og humoristisk snakk. Programlederen henvendte seg ofte direkte til kamera og selv om tempoet var en del langsommere enn i et TV-program så lignet det. I studio sørget samtaler mellom programleder, festivalsjefen og reporter, en TV-monitor og noen

props for litt dynamikk. Skype-innslagene derimot var talking face-opptak fra laptop hvor foredragsholdere ser direkte mot sitt ikke tilstedeværende publikum.

Man kan si at alle videoene som ble vist på festivalens hjemmeside allerede var audiovisuelle medier som passet i en nettkontekst. Samtidig er det nok ikke helt det samme å se en film på en PC eller TV-skjerm hjemme som å se den i en kinosal med andre tilskuere til stede.

b) Transmisjonsoverføring

Begge litteraturfestivalene hadde overføringer av musikk, foredrag og samtaler som del av tilbudet. Dette er en forholdsvis særegen estetikk som beholder mye av sceneopptredenens sin karakter, med vekt på å vise fram utøvere og deres budskap. Man kan snakke om en sakte/minimalistisk estetikk med få sceniske elementer, lite bruk av lys som virkemiddel, lange takninger, og ytterst forsiktige kameravekslinger og -bevegelser. Musikkopptakene fra Gålåvannet hadde samme uttrykk, selv om lyset og det faktum at de var tatt opp ute ga de et mer dokumentarisk preg. Denne formen er tydelig preget av at opptakene er gjort med beskjedne budsjetter, uten mulighet for regi, planlegging og øvelser i forkant. Slik sett er de veldig forskjellig fra de konsertene som ble formidlet gjennom Vi-er-live i påsken 2020 hvor kjente filmregissører sto for iscenesetting av konsertene (Bøe, 2020; Asp, 2020 se også Musikknyheter 2020). Dette vil ikke si at denne enkle estetikken ikke kan fascinere tilskuere – f.eks. har noen sakte-TV sendinger med tilsvarende sakte estetikk fått mange nordmenn til å sitte fascinert og se på sendingene (Puijk 2021).

c) Sammensatte former

Særlig Peer Gynt-stemnet bød på en del alternative formidlingsformer. I likhet med Litteraturdagene i Vinje kunne noen innslag gjennomføres med publikum til stede og noen av disse ble filmet. Både hologramforestillingen og lydturene kunne oppleves sammen med andre i de naturlige omgivelsene på stedet. Samtidig er det klare begrensninger på hvor mange som kan oppleve disse tilbudene samtidig – bare 2-3 personer kan se hologrammene samtidig, mens lydturene er beregnet til et turfølge eller passasjerer i en bil.

Også Digitale festspel 2020 hadde et sammensatt program med flere elementer. Som eneste festival bød de på podkast og skrevne tekster i tillegg til små videosnutter hvor forfattere leste tekster. Begge disse festivalene tilbyr publikum en stor variasjon i uttrykk, fra Haku-dikt og enkle video-opptak til profesjonell film og eksperimentell teknologi. Samtidig kan man si at disse festivalene i mindre grad opplevdes som noe som foregikk i et avgrenset tidsrom – riktig nok var de to Vi-er-live sendingene til Digitale festspel 2020 bare tilgjengelig i en kort tidsperiode, og oppføringene ved Gålåvannet foregikk over noen få helger. Ellers reduseres også eksklusivitetsfølelsen når mye av materialet ligger tilgjengelig på internett så vannes festivalopplevelsen ut.

7.3 Festivalfølelse

7.3.1 Digital festivalfølelse?

I det foregående avsnittet har vi sett særlig på det vi tidligere har kalt for «innlevelse i opplevelsen». Det er klart at det har blitt lagt stor vekt på å dra seere/lyttere inn i den verden som skapes av



Bilde 60: Screenshot Amandusfestivalen

musikken, foredraget, samtalen og filmen. Bruken av audiovisuelle virkemidler har stort sett vært konsentrert om det. Den sosiale dimensjonen er langt vanskeligere å oppnå.

I sin oppsummering gir festivallederen for Litteraturdagene i Vinje uttrykk for at formidling ved hjelp av video kan gi tilskueren bedre tilgang til utøveren og budskapet:

den lykkes kanskje med å komme tettere på den intime følelsen i større grad, med en god produksjon da. Sånn som å ha muligheten til å bruke kamera som kan komme tett på. Du kan bruke litt sånn klassisk filmproduksjonsgrep ved å bruke fokus, fokusdybde, og sånne ting. Så føler jeg at man kommer litt nærmere og tettere på enn hvis vi bare hadde satt opp et statisk kamera en plass i salen og filmet derfra. Det kunne vi også gjort. Men det gjenstår ganske mye på det å klare å få til (...) digital sosial interaksjon mellom gjestene. (Festivalleder Litteraturdagene i Vinje, intervju)

Har gir imidlertid også uttrykk for at det kan være en konflikt mellom det 'nære' publikum og det 'fjerne' publikum ved at opptaksutstyret og fotografene kan redusere utsikten for de som sitter i salen. Dette er en tradisjonell konflikt som også administrerende direktør for Peer Gynt-stemnet nevnte. Å finne en god balanse mellom hensynet til ulike tilskuergrupper er ofte et spørsmål om kompromisser, øvelser og avtaler på forhånd, og ikke noe en bør ta på sparket.

Programkoordinatoren for Digitale festspel 2020 var enda mer krass i sin uttalelse om muligheten for å skape en digital festivalfølelse:

Jeg sa helt fra starten - når det ble bestemt at det skulle være digitalt - så sa jeg at finnes ikke digitale festivaler. For festival det handlet om å være blant masse folk og at det skjer masse ting på en gang, over alt, det er opplevelsen. Det er derfor man kaller det en festival. Det er ikke bare en arrangementetsrekke. Det er noe med at du er på en plass i et konsentrert området, og at det koker der. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

Litt senere i intervjuet relativiserer han denne uttalelsen og sier at teknologi kan brukes til å skape en følelse av å delta, men han frykter at slike løsninger blir veldig dyre:

Jeg tenker at hvis man skulle fått en virkelig - en slags følelse av at man deltar på en festival digitalt så ville det krevd en ganske kreativ og avansert teknisk løsning. Som kanskje kan ligne mer på det man produserer til dataspill eller tredimensjonale opplevelser og en følelse av å kunne delta. Manøvrere litt sjøl da. En umiddelbar tanke er at det krever veldig mye ressurser. (Programkoordinator Digitale festspel 2020, intervju)

Å skape en følelse av deltakelse i festivalen vil innebære noe mer enn en innlevelse i det som foregår på scenen (vertikal kommunikasjon), det trenger en opplevelse av tilstedeværelse i tid og rom. Et viktig element er en opplevelse av at man opplever hendelsen samtidig som skjer. I tillegg krever det at man opplever dette sammen med andre, enten formidlet (slik som studiopublikum til en viss grad gir en tilstedeværelsesopplevelse) eller på det stedet man er – som er grunnlaget for at folk ser fotballkamper på pub, sammen med andre. Her handler det om horisontale kommunikasjon.

7.3.2 Liveness

Fokus på det momentane, at tingene skjer 'her og nå' kan aldri overføres digitalt, men man kan overføre følelsen av at ting skjer i sanntid 'der og nå'. Dette er bl.a. grunnlaget for de tidligere beskrevne mediebegivenheter hvor seerne har følelsen av å bivåne en historisk viktig begivenhet (Dayan & Katz 1992). Nå vil festivalen kanskje ikke sette så store historiske spor etter seg, men for den enkelte deltaker kan den oppleves som viktig i mindre målestokk. Flere av festivalene har ønsket å skape denne følelsen ved å strøomme framføringer i den avsatte tidsperiode.

Amandusfestivalen strømmet hele programmet på et fastsatt tidspunkt – selv om det var tatt opp på forhånd ble det tilgjengelig for tilskuere samtidig. Dette gjelder både studio- og Skype-innslagene. Her ble programmet liggende på festivalens YouTube-kanal i etterkant slik at den er tilgjengelig for publikum senere. Men som ved mediebegivenheten er det det første sendetidspunktet som har nyhetenes interesse og er det viktigste. Et av Skype-innslagene ble faktisk sendt live, og festivalsjefen så i etterkant at den hadde fungert bra, fordi den skapte engasjement i kommentarfeltet.

Vi ser jo for eksempel hvilke typer programposter som funket best og hvilke som funka greit og hvilke som funka dårligere. Jeg ville nok gjort mer faktisk ordentlig live. Altså sånn som vi gjorde med Thor Joachim sitt foredrag som gikk live på Skype. Rett og slett fordi det fungerte egentlig bedre enn vi frykta og det skapte engasjement i kommentarfeltet. (...) Vi prøvde å unngå å ha sånne ting live for vi ville bare minimere alt mulig risiko som kunne gå galt. (...) Det var rett og slett fordi vi ikke hadde mulighet til å teste ut så mye. Men ved å se at det gikk fint så ville vi nok gjøre mer av det live - sannsynligvis. (Festivalsjefen Amandusfestivalen, intervju)

Også strømming av Litteraturdagene i Vinje hadde mulighet for seere til å gi tilbakemeldinger via en chat, men her var det få kommentarer, antakelig fordi de som så disse strømmingene tilhører alderskategorier som ikke er vant med å gi slik feedback.

Vi kan si at muligheten til å gi feedback til arrangørene og utøverne er en form for vertikal kommunikasjon og bidrar til en toveis-interaksjon mellom disse og tilskuerne. Man kan forvente at muligheten til å gjøre dette bidrar til å involvere tilskueren og styrker 'innlevelsen i opplevelsen'. Men det gir også en mulighet til en horisontal kommunikasjon med andre tilskuere. Det er nettopp denne horisontale kommunikasjonen som utgjør en viktig del av festivalenes sosiale aspekt.

Vi ser ikke noe særlig forsøk blant de undersøkte festivalene til å legge til rette for slik horisontal digital kommunikasjon – de digitale tilskuerne blir stort sett betraktet som enkeltindivider uten kontakt seg imellom. Likevel er det antakelig i denne retning man kan tenke seg at festivaler kan tenkes å bruke digital kommunikasjon som samtidig gir det ikke-tilstedeværende publikum en festivalfølelse. Vi vil komme tilbake til dette i siste avsnitt, men først vil vi si litt mer om en spesiell aktørgruppe som kan være spesielt viktig for den lokale tilknytningen, men som synes lett å falle utenfor radaren.

7.3.3 Frivillige

Festivaler varierer mht lokal tilknytning – noen kan ha lite tilknytning til stedet der de blir arrangert, mens andre kan ha et svært tett bånd til det geografiske stedet. Woodstock festivalen tilhører den første typen, hvor arrangørene var på jakt etter et område av bestemt beskaffenhet heller enn at lokalbefolkningen hadde en tilknytning til musikken som ble framført. Våre fire cases derimot tilhører heller den andre gruppen hvor festivalen har en spesiell tilknytning til stedet. Når det gjelder de to litteraturfestivalene er det ikke bare en tilknytning til en del av lokalkulturen (nynorsken), men også til lokale forfattere og institusjoner (Vinjesenteret resp. Ivar Aasen-senteret) som er en del av festivalens sjel. Også Peer Gynt-stemnet har en lokal tilknytning til området der den opprinnelige Per Gynt levde. Også en del av tilskuere har en lokal tilknytning, selv om festivalen også tiltrekker seg tilreisende uten lokal forankring. Amandusfestivalen holder siden 1999 til på Lillehammer, men ble tidligere avholdt andre steder i landet, og har deltakere fra hele landet. Men også her er det etter hvert knyttet lokale bånd, ikke minst med høgskolen og studiet i kulturprosjektledelse som involveres i organisering og gjennomføring av festivalen. Studentene kan sies å være festivalens frivillige.

De frivillige er i alle de fire festivalene et viktig bindeledd til lokalsamfunnet og utgjør en del av festivalfølelsen. Men de er antakelig også de som har fått sin rolle mest redusert under Koronaperioden. Litteraturdagene i Vinje og Digitale festpeila har nesten ikke brukt frivillige i år – mange programposter ble avlyst og på de som ble gjennomført var det lite behov for frivillige. Dessuten har smittefaren gjort at man har prøvd å redusere antallet involverte i arrangementene til det minimale. Arrangementsansvarlig for Digitale festspel 2020 nevnte at de frivillige ikke hadde blitt brukt dette året.

De ble ikke det [brukt i år]. Så der har vi en jobb å gjøre. De følger vi som regel opp i forkant av festivalen, og så er det gjennomføringen, og så er det som regel en slags sosial samling for de frivillige på høstparten. Der de også får anledning til å evaluere sammen med oss og slikt. Der bruker vi også for å passe på at de melder seg på til å være frivillige igjen året etterpå. Så der må vi kanskje gå litt mer iherdig til verks i år for å kartlegge hvor mange har vi med oss av de som vanligvis brukes? Hvor mange nye må vi prøve å rekruttere? Og så videre. (Arrangøransvarlig Digitale festspel 2020, intervju)

Imidlertid er ikke bare litteraturinteresserte lokale frivillige med, arrangementsansvarlig nevner at f.eks. også medlemmer i lokale idrettslag kan bli engasjert i oppgaver som parkeringsvakter og dermed få inntekter til laget. Også dette er viktig for den lokale forankringen og det sosiale fellesskapet.

For studentene ved kulturprosjektledelse var nedturen muligens den største – de hadde allerede jobbet lenge med forberedelsene til Amandus, men ettersom de ikke ble noe fysisk arrangement på Lillehammer fikk de ikke fullført sine planer og de fikk en skriftlig eksamensoppgave som erstatning for praksis:

Jeg skjønner at noen av dem var litt lei seg fordi de, på en måte, ikke fikk muligheten til å fullføre arbeidet sitt. Viktig å påpeke at vi hadde ikke kunne ha fått til dette her hvis ikke de hadde vært med på å legge det grunnlaget på forhånd. (...) Vi hadde jo tross alt gjort oss de fleste nødvendige tankene. Når du først har funnet ut hva det vil si å lage digitalfestival kontra en vanlig festival så er det plutselig ikke så store forskjeller - egentlig - likevel. Du skal fortsatt programmere (...) det er mange fellestrekk likevel. (Festivalsjefen Amandus, intervju).

Peer Gynt-stemnet baserer seg på en kombinasjon av profesjonelle og amatørskuespillere i sin oppsetning av Peer Gynt ved Gålå-vannet. I tillegg til amatørskuespillere har de andre aktiviteter som de bruker frivillige til. Administrerende direktør trakk fram at hun var opptatt av å ha et tilbud til de frivillige:

For det er klart at det å stenge ned er kjipt for alle de frivillige. At de ikke skulle fått annet enn en epost fra oss i ny og ned. Altså at det skulle gå to år før det skjedde noe. Det var nesten det som var vanskeligst å tenke på. Så vi tenkte går det an å finne noe der. Den ballen rullet ganske fort. (...) vi hadde en helg med festival - en liten minifestival - med gjester, både der [på Gålå] og nede på Vinstra i forbindelse med avdukingen av en statue som vi hadde jobbet for å få realisert. Så det var viktige dager det også. Når vi først gjorde det så valgte vi å invitere med oss frivillige slik at de kunne bemanne igjennom dagen. Da var det faktisk så mange frivillige som meldte seg igjen at vi var nødt til å fordele dem litt, slik at de ikke fikk så mange vakter kanskje som de ønsket seg - men at de var med i år også. (Administrerende direktør Peer Gynt, intervju)

De frivillige, særlig amatørskuespillerne, fikk gjerne andre oppgaver enn de pleier å gjøre. Dette syntes administrerende direktør var bra og passet inn i hennes filosofi:

Du hadde folk som vanligvis er med som skuespillere de var da vertskap og møtte helt andre folk enn det var.. Det er jo et mål. Jeg synes at man bør fjerne den grensen - frontstage og backstage - som har vært. Det fikk man jo til nå for nå var jo alle sammen i samme båt. Så den festivalfølelsen der var jo litt annerledes enn den er vanligvis da. (Administrerende direktør Peer Gynt, intervju)

De frivillige er en viktig del av mange festivaler og å treffe alminnelige mennesker, naboer og kjente i frivillighetskorpsset bidrar til å skape en lokal festivalfølelse. Det synes som om den spesielle situasjonen som Covid-19 pandemien har utløst i noen tilfeller har gjort de frivillige overflødige, mens det i andre tilfeller førte til en redefinering av deres roller.

7.3.4 Til slutt

Vi lever i en tid med en stadig mer omfattende medialisering av ulike deler av samfunnet (Hjvard, 2013, Lundby 2013) hvor nye områder underlegges mediene og endrer karakter deretter. Covid-19-pandemien har ført til en forsterkning av festivalfeltets medialisering – i dette tilfellet digitalisering. Ikke det at kultursektoren ikke er påvirket av digitaliseringen fra før – endringene på musikkfeltet, fra live musikk til grammofonplater, CD-er og piratkopiering til dagens abonnementsordninger på strømmetjenester med medfølgende endringer i hele bransjen er velkjente. Også på andre kulturområder ser vi kombinasjon av det fysiske analoge og det digitale. Dette endrer både bransjenes virkemåter og brukerens måte å forholde seg til bransjens produkter.

I sin studie av litteraturfestivaler skriver Weber om at de festivalbesøkende han har intervjuet forholder seg til både fysiske bøker, litteraturfestivaler og forfatterforedrag, men også til e-bøker, nettbaserte anmeldelser, debattfora, blogger, osv.

The majority of individuals attending literary festivals also engage with literature and literary communities in digital and online spaces, whether through social media, online forums, blogs, podcasts, or e-readers. In-person engagement experienced at literary festivals and other live events is extended into these digital spaces, frequently encouraging or supporting subsequent creative and social practices, while conversely, digital networks and communities can serve as an introduction to engagement with live literary culture. (Weber, 2018, s. 108)

Han snakker om litterær kultur som et «multi-platform ecosystem of networked interaction and concomitant development» (s. 111), som må studeres for forstås som en helhet.

Fysisk formidling av kunst og kultur som festivaler tradisjonelt har stått for er forskjellig fra digital formidling. Digital formidling har sine styrker i at den ikke er stedbundet – formidlingen kan skje uten hensyn til lokalitet. Dette innebærer at en kan nå personer og grupper som ikke vil eller har anledning til å delta på stedet. For festivaler gir dette mulighet til å nå helt nye publikumssegmenter – skoleklasser rundt om i landet, nordmenn i utlandet, eldre som er forhindret fra å reise, osv. Etter hvert som den digitale teknologien har utviklet seg er produsenter ikke lenger avhengig av massemediene for å spre sine produksjoner, selv om de kan bidra til å øke distribusjonens omfang. I dag kan man både produsere og spre sine budskap forholdsvis enkelt selv. Dette er selvsagt et demokratiserende trekk, som også innebærer at man konkurrerer med utallige andre tilbydere.

Vi kan betrakte den audiovisuelle formidlingen som en form for remediering (Bolter & Grusin 1999). Vi la merke til at festivalene i stor grad har prøvd å formidle sine opptredener transparent - uten at mediet vises. Denne strategien kan sies å framheve den vertikale kommunikasjonen på bekostning av den horisontale, slik at nettopp festival-opplevelsen svekkes. Selv om noen strømminger ga mulighet til horisontal kommunikasjon i form av en chat, var det begrenset hvor mye stemning som ble formidlet.

Alternativet til å formidle den horisontale kommunikasjonen, er å skape det hos seeren. Vi har vist til hvordan publikum selv lager sin sosiale kontekst rundt mottak av mediebegivenheter som fotballkamper eller MGP. Under betegnelsen sosial-TV har det vært forsøkt å skape sosiale sammenhenger for TV-seing i hjemmesituasjonen. Harboe et al. (2007) har testet ut et system hvor familiemedlemmer eller venner så på samme TV-program men i hvert sitt hjem. Det var plassert ut mikrofon i stuene og slik at deltakerne kunne snakke med hverandre. Forsøket viste at selv om mange var skeptiske på forhånd så ble flere mer positivt etter å ha prøvd systemet. Andre konklusjoner som studien trakk var at slik felles seing passet best for idrettsbegivenheter og at det fungerte best når et begrenset antall personer deltok ettersom det ellers ble for mye støy. Dette eksperimentet ble gjennomført med deltakere som kjente hverandre godt fra før.

Andre slike forsøk har blitt prøvd senere (f.eks. Duchenaout 2008), men utviklingen synes å ha stoppet opp. Antakelig har man innsett at mulighetene til å være i konstant kontakt med hverandre gjennom (sosiale medier på) mobiltelefoner gjør slike løsninger overflødige. Netflix-party (som har gått over til navnet [Teleparty](#)) ligner på den løsning Amandus hadde, men i stedet for at hver seer kan delta i chatten og se hva alle andre har skrevet, er det her snakk om en avgrenset gruppe med seere som kjenner hverandre fra før.

Slike løsninger som prøver å reparere manglene i opplevelsen som følge av digital formidling synes imidlertid ikke helt å ta inn over seg endringene i opplevelsesformene som dagens digitale medier fører med seg. Mens festivaler legger vekt på sanntid, dvs. en involvering i det som skjer her og nå, synes digital involvering heller å legge vekt på samtidighet i den forstand at mange nettbrukere (særlig ungdommer) engasjerer seg i en utvikling over tid i et univers hvor de kan interagere med innholdet. Dette kan vi se når ungdom involverer seg i gaming, særlig i multiplayer online spill kan de bevege seg i virtuelle rom, møte spillere, samhandle og knytte kontakter. Vi ser det også i suksessen av reality-programmer som Idol og dramaserier som SKAM, hvor det kommer stadige drypp med ny informasjon, men som utløser en stor (fan-)aktivitet på sosiale media seerne imellom. Nettet og

sosiale medier har mulighet å finne aktivitet rundt bestemte tema og danne eller hekte seg på nettverk av andre med samme interesse. Samtidig synes ikke så viktig, men heller at man er med i stadige oppdateringer (se van Es (2017)) om hvordan livenes-begrepet får ny betydning i en digital situasjon). Dette tilsvarer måten man forholder seg til sosiale medier hvor det også handler om å møte en stadig strøm av informasjon, reagere på den, legge ut egne meldinger og få reaksjoner på dem.

For festivaler som er opptatt av kulturformidling betyr det en nytenkning av hva slags formidlingsformer de kan bruke og på hvilke måter de kan engasjere publikum rundt sitt budskap. Det handler ikke bare om å trekke publikum inn til festivalen, men også om å sende festivalen ut til den aktivitet som finnes blant interesserte og deres nettverk og aktiviteter. For forskningen innebærer det i større grad kartlegge det mer eller mindre store spennet av forhold folk har til kunst og kultur og de mediene de bruker til å komme i kontakt med det, reagere på det samt se hvordan det inngår i andre relasjoner.

8. Publikumsundersøkelse

Denne delundersøkelsen setter søkelyset på publikum og publikums erfaring med digitale litteraturfestivaler. Det er Telemarksforskning som har gjennomført denne delen av undersøkelsen. I denne delstudien ble publikumsopplevelsen av digitale kulturformidlingstilbud undersøkt gjennom en spørreundersøkelse til deltakere på Dei nynorske festspela, Digitale festspel 2020 (20. mai – 10. juli 2020) og Litteraturdagane i Vinje 2020 (28. –30. august 2020). Surveyen ble fulgt opp av en mindre, men mer kvalitativ orientert empiriinnhenting bestående av semistrukturerte intervju, der vi fokuserte på publikums opplevelse av kunst, kultur og fellesskap samt betydninger dette tilbudet har for den enkelte.

8.1 Metodene - Survey og kvalitative intervju

Telemarksforskning utarbeidet en spørreundersøkelse rettet mot publikum som deltok på Litteraturdagane i Vinje 2020 og Digitale festspel 2020. Som det framkommer av festivalbeskrivelsene i rapportens første del, hadde Litteraturdagane i Vinje en kombinasjon av fysiske og digitale arrangement, der noen arrangement ble strømmet med et begrenset publikum i salen, mens Digitale festspel var utelukkende digitale innspillinger uten publikum tilstede fysisk. Vi har brukt de som deltok digitalt som informanter. Spørsmålene ble formulert i dialog med oppdragsgiver, Vinjesenteret. Undersøkelsen ble gjennomført digitalt ved hjelp av programmet Survey Exact. Surveyen ble distribuert i september på to ulike måter til de to festivalene. Det var Nynorsk kultursentrum som hadde ansvar for å distribuere undersøkelsen til sitt publikum på Digitale festspel. De brukte Facebook til dette. 6 personer som hadde deltatt på Digitale festspel, svarte på surveyen. Det var Telemarksforskning som distribuerte surveyen til de som deltok på Litteraturdagane. Denne undersøkelsen ble sendt per e-post til 29 personer som hadde oppgitt e-postadresse under billett kjøp. I tillegg til den første utsendelsen ble det purret på svar i to omganger. 9 personer svarte på hele undersøkelsen, 2 på deler av undersøkelsen.

I analysen har vi slått sammen svarene fra de to ulike festivalundersøkelsene, slik at når det refereres til «festivalen», mener vi den gitte festivalen respondenten har deltatt på. Spørsmålene i spørreundersøkelsen var delvis utformet slik at respondentene skulle ta stilling til en påstand. De hadde da fem svaralternativer i et spekter fra 'helt enig' til 'helt uenig'. Noen av påstandene la vi opp som par. Tanken var at disse speilet hverandre, slik at hvis du er uenig i den ene er du trolig enig i den andre. De resterende spørsmålene måtte besvares ved hjelp av forhåndsdefinerte svaralternativer. Ett avsluttende spørsmål hadde rom for kvalitative svar.

Spørreundersøkelsen ble supplert med kvalitative intervju av et utvalg publikum fra Digitale festspel 2020. De som hadde oppgitt mailadressen sin under billett kjøp, ble kontaktet med spørsmål om de ville stille til et intervju. Fem personer svarte at de ønsket dette, men en av disse trakk seg. Det ble derfor gjennomført fire intervju, alle per telefon. Intervjuene ble gjort i november 2020 – med andre ord nokså lang tid etter festivalarrangementene.

Til sammen har vi dermed hatt cirka 20 informanter i denne delundersøkelsen. Det empiriske grunnlaget for analysene er med andre ord nokså lite. Informantene kan heller ikke sies å utgjøre et representativt utvalg. Undersøkelsen er dessuten definert som et forprosjekt. Det betyr at funnene egner seg bedre til å identifisere relevante problemstillinger for framtidige undersøkelser, enn som grunnlag for å trekke bastante konklusjoner.

8.2 Bakgrunnsinformasjon om informantene

De fleste som svarte på spørreundersøkelsen viste seg å være kvinner (67 %). Omtrent halvparten av respondentene var mellom 30 og 44 år, 20 % var 45–60 år, mens 27 % var over 60 år. Cirka 70 % av respondentene bor utenfor festivalkommunen, det vil si at de fleste som har besvart, ikke har en lokal tilhørighet til festivalen de har deltatt på. De som ikke bor i festivalkommunen, bor spredt rundt på Sør-/Østlandet. De fleste som besvarte undersøkelsen har deltatt på festivalen tidligere år, men 25 % hadde ikke deltatt tidligere.

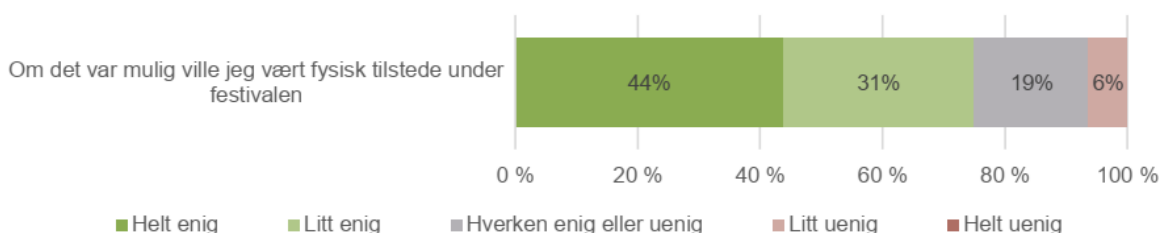
De fleste av respondentene på surveyen hadde ikke deltatt på digitale arrangement før koronautbruddet i mars 2020. Bare 19 % hadde gjort det. Respondentene var dermed i liten grad kjent med digitale kunstarrangement før mars 2020. Vi ser imidlertid at de fleste i spørreundersøkelsen har deltatt på flere digitale arrangement *etter* koronautbruddet, men ikke spesielt mange på det tidspunktet undersøkelsen ble gjennomført. De fleste svarer at de har deltatt på 4–10 arrangementer etter nedstengingen. Respondentene hadde med andre ord en viss kompetanse på deltakelse på digitale arrangement.

Når det gjelder informantene som ble intervjuet, var alle disse kvinner, spredd i alder fra 28 til 69 år. Det viste seg at tre av fire var over 55, tre av fire var høyt utdannede og ansatte i kultursektoren. Den fjerde informanten oppga ikke sin yrkesbakgrunn. En av dem bodde i festivalkommunen Ørsta, en annen kom fra Ørsta, men bodde i Ålesund, en tredje bodde også i Ålesund, den fjerde i Rogaland.

8.3 Et tilbud som når flere?

Et sentralt spørsmål er om digitale arrangement faktisk når nye publikumsgrupper, altså at det digitale formatet fører til at flere opplever kunst og kultur av høy kvalitet, slik sentrale kulturpolitiske mål legger opp til. For begge de to litteraturfestivalene i denne undersøkelsen var den faktiske publikumsoppslutningen langt dårligere enn på de tidligere fysiske festivalene, til tross for tilgangen på arrangementene gjennom digitale plattformer.

For å få mer kunnskap om den digitale festivalen faktisk hadde tiltrukket seg nye publikumsgrupper, spurte vi om vedkommende informant ville vært tilstede fysisk hvis det var mulig.



Figur 1. Grafisk framstilling av hvordan svarene fordelte seg prosentvis til påstanden om at de ville vært tilstede under festivalen hvis den var fysisk.

Som vi ser av svarene, er det bare en person som antakelig ikke ville møtt opp på en fysisk festival. Litt flere er hverken enig eller uenig i påstanden. Det kan reflektere at formuleringen 'om det var mulig' er noe uklart.

Når det gjelder intervjuobjektene, var de tre som bor i Møre og Romsdal lojale gjengangere på Dei nynorske festspela, mens den fjerde informanten fra Rogaland aldri hadde deltatt tid-ligere. En av gjengangerne beskriver forholdet til Dei nynorske festspela slik:

Ja, jeg er veldig interessert i festpela og kultur og sånn. Fått med meg i alle år. Bruker å komme venninner til meg som har samme interesse. Vi går på det meste. Har vært veldig variert program, mye godt program opp igjennom, alltid noe man blinker ut som man vil få med seg. Bruker å få fes-tivalpass med mannen min, så vi får med oss mest mulig.

Av intervjuene kommer det fram at de tre faste deltakerne helst ville deltatt fysisk, og deltok på tross av at det ble et digitalt arrangement, mens den fjerde deltok fordi arrangementet var digitalt. Hun som deltok fordi det var digitalt, forklarer det slik:

For min del så var det en ypperlig mulighet til å kunne dra på Festspela. Jeg har ikke fått anledning til å dra på det før. [...] Så arrangementet med Stein Versto og Odd Nordstoga, og det var et ar-rangement jeg ville få med meg, så det passet meg veldig fint at det ble digitalt.

Ytterligere et tema som blir tatt opp av et par av dem vi intervjuet, er den spesielle situasjo-nen kulturfeltet har vært i som følge av korona-epidemien, og at dette har gjort at de kan-skje har deltatt på arrangement delvis i solidaritet. En av dem sier det slik:

I denne Covid-tiden har man følt på behovet for å være solidarisk. At de skal kunne stå på beina når det er over. Når jeg har gått inn på ting som har vært kjedelige, så har jeg sittet og hatt det på, for jeg vil ikke at antallet som ser på skal gå ned. Dårlig samvittighet. Vil ikke demotivere dem ved at de ser at antall seere går ned, utsette dem for det.

Dermed ser vi at kanskje enkelte kan ha fulgt den digitale sendinga i ren solidaritet, mens den digitale formen har vært avgjørende for å kunne delta for andre.

8.4 Pris

Undersøkelsen inneholdt ikke en spesifikk prisanalyse av betalingsvilje for digitale festivalarrangement, men vi spurte alle informantene om hva de syns om prisingen av arrangementet de deltok på. Alle som har svart, sier at de er villige til å betale, men at de ikke er villige til å betale like mye som for en fysisk opplevelse. Av de som deltok i spørreundersøkelsen var to av respondentene villige til å betale opp mot 75 % av ordinær pris, mens seks mente 25 % av ordinær pris var passe. Sju var villige til å betale 50 % av ordinær pris. En respondent svarte ikke på dette spørsmålet.

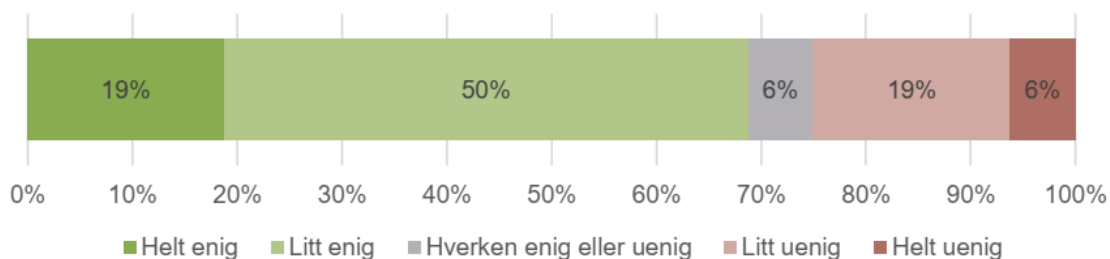
Også i intervjuene blir dette tatt opp som et tema. Alle de fire som er intervjuet, mener prisen var grei: «Husker ikke helt hva det kostet. Det var det verdt.». En annen sier: «Var nå billig. Ikke dyrt.», en tredje sier: «[...] noe jeg betalte for med glede». En sier hun kunne betalt mer: «Ja, absolutt, kunne vært mer. Men jeg er vant til å gå på konsert, vant til å betale, slik som kanskje ikke andre tenker.»

En av informantene tar opp hvordan digitale arrangement kan være uforpliktende, men at det at du kjøper billett, gjør det mer forpliktende å delta: «Når du har betalt for noe på forhånd kan jeg også tenke meg, at da gjør du det, for du har betalt for det.»

8.5 Teknikk og opplevelse av formatet

Ti av respondentene til spørreundersøkelsen så hele sendingen fra start til slutt, fire respondenter så mer enn halvparten, bare to av de spurte så mindre enn halvparten. Alle de fire intervjuobjektene så hele sendingen. Som forventet var de fleste hjemme da de så strømmingen av arrangementet. De fleste brukte TV eller PC for å se selve strømmingen, fire sa de brukte mobil, to brukte nettbrett.

På spørsmålet om sendingen lignet en vanlig fjernsynssending, fikk vi følgende svar:



Figur 2. Grafisk framstilling av hvordan svarene fordelte seg prosentvis til påstanden om at sendingen lignet en vanlig fjernsynssending.

Nesten 70 % av respondentene mener det lignet en vanlig TV-sending, mens 25 % mener det skiller seg helt eller delvis fra slike. Alle de fire som er intervjuet forteller at de opplevde det digitale arrangementet som en TV-sending. En av dem utdyper det slik: «Ja, det ga meg en litt mer sånn tv-følelse. Ser mimikken på nært hold sammenlignet med å sitte langt bak i en sal. Blir kjent med folk, ser reaksjonene på en annen måte.»

Samtidig opplevde tre av dem (minst to av disse deltok på samme arrangement) tekniske problemer. En av dem beskriver det slik:

Det var litt kluss med det tekniske. Lyden forsvant. Det var litt småkjipt. Flere slet med det samme og arrangøren holdt oss oppdater, men artistene visste ikke at lyden forsvant. Litt kjipt. Lyden ble vel ikke lagt på heller i ettertid, så man gikk glipp av noe man ikke ville gått glipp av dersom det var fy-sisk.

En av dem vi har intervjuet forteller at de tekniske utfordringene gjorde at vedkommende ga opp å se på akkurat det arrangementet:

Da jeg skulle se på den andre konserten, så var det mange tekniske problem. Odd Nordstoga. Stop-pet opp, jeg trodde jeg gjorde masse feil selv om jeg følte jeg hadde god trening i å få det til. Men konserten ble lagt ut på nytt og da ble den bedre visst. Men det gikk jeg ikke inn og så på nytt.

Alle de fire som ble intervjuet, forteller om utfordringer med hensyn til oppkopling, og at de enten likte at det var en nedtellingsordning, de som ikke var på arrangement som hadde det-te, etterlyser det. En sier det slik:

Må være noe som gjør at folk skjønner at de er på riktig sted. Jeg er rimelig vel bevandret med tanke på det tekniske. Men jeg og satt og lurte på om jeg hadde gjort alt riktig. Ikke noe bekræftende. Sånn type nedtelling, noe som beveger seg som bekrefter at du er satt på vent men ikke på feil plass.

Det var ingen av spørsmålene i spørreundersøkelsen som handlet om selve innholdsproduksjon, men særlig en av dem vi intervjuet tok opp dette. Vedkommende sier:

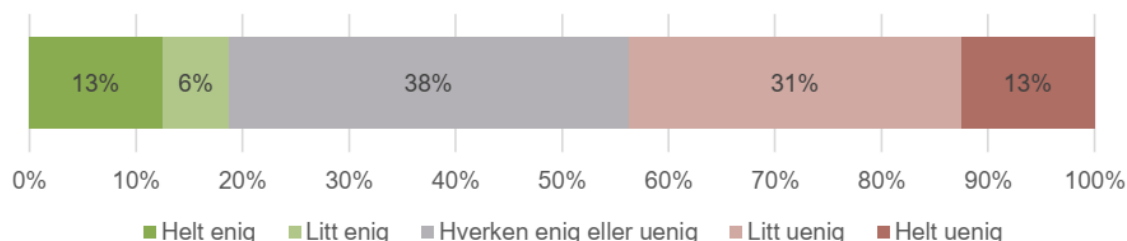
Du kan ikke bare filme det. Det mange har gjort [feil], generelt, er at det blir altfor langt. [...] Mange forfattere har litt for stor tiltro til egen formidlingsevne. [Det er] ikke bare å sitte å lese en bok, og så tror du.. Det blir kjedelig. Som bibliotekar kan jeg litt om formidling. Ikke bare å lese en bok. Problemet som de fleste gjør på sånne fysiske [arrangement], som de ikke kan på digitale, er å lese for mye. Burde gitt seg mens leken var god. Hvis de insisterer på å lese så mye, må de legge det opp på en annen måte enn å sitte hjemme i stua og sette på et kamera. Men her var det i mer profesjonell setting, på festspela, virket som om programmet/innspillingen var tenkt gjennom.

Med andre ord har denne informanten en klar oppfatning av at digitale forfatterarrangement må legges opp på en litt annen måte enn det man gjør når det er fysisk. En annen informant er også innom dette med innholdsproduksjon når vedkommende sier:

Veldig greit at det var flerkamera, blir en greie ut av det. Virket som at utøverne tok det som en konsert og samtale. Gjorde ikke noe ekstra ut av at det var digitalt, det syns jeg også er veldig greit. De snakket med hverandre, de henvendte seg ikke noe mer til publikum enn de ville gjort på en vanlig samtale.

8.6 Digital versus fysisk opplevelse

Et sentralt tema for undersøkelsen er hvordan publikum vurderer det digitale formatet sammenlignet med det fysiske. Til påstanden om at tilbudet blir bedre når det er digitalt, fikk vi følgende respons:



Figur 3. Grafisk framstilling av hvordan svarene fordelte seg prosentvis til påstanden om at tilbudet blir bedre digitalt.

Nesten 20 % av de spurte synes tilbudet blir bedre digitalt, mens nesten halvparten av respondentene ser seg litt eller helt uenig i at tilbudet blir bedre av å være digitalt. Det mest bemerkelsesverdige er at nesten 40% er hverken uenig eller enig i påstanden. Det er ikke helt åpenbart hvordan det skal tolkes, men antakelig oppleves de to formatene som så forskjellige at sammenligningen er vanskelig. Siden nokså mange mener den digitale opplevelsen ligner det å se på TV, skjønner vi at sammenligningen med en fysisk festival kan oppleves som lite relevant.

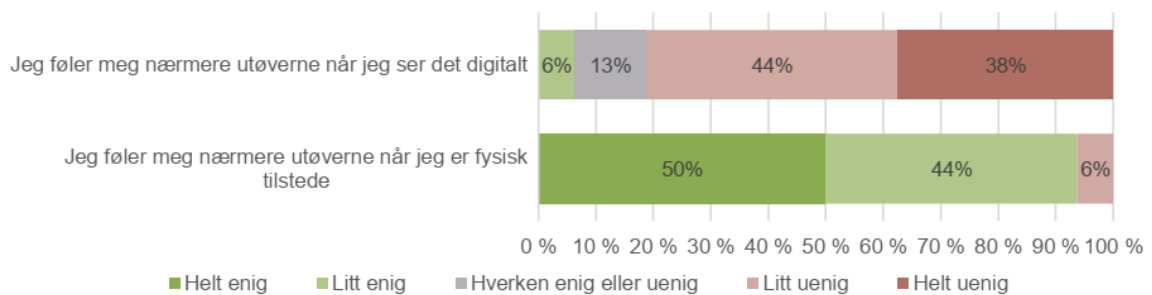
Alle de vi intervjuet var enige om at fysiske festivaler er å foretrekke. Alle la vekt på at digitale arrangement framfor alt var et godt alternativ, med tanke på at situasjonen ikke tillot fysiske festivaler. En sier det slik:

Det som er kjekt at du får med deg, nå kan du ikke møte opp [fysisk], så utrolig kjekt å kunne få det hjem til seg, det er en veldig stor ide. Da får du ... da får du litt igjen. Du savner jo festival og kon-sert, og alt når du ikke kan få det. Men det er en veldig god erstatning når ikke det andre er mulig. Det når ut til veldig mange også.

En annen sier det slik:

For meg er det å være i et fysisk rom, og med et levende menneske på scenen som formidler noe, det syns jeg er fint og det gir meg gode følelser. Når det skjer digitalt, er det et element som mang-ler, men det fungerer. Det er også en opplevelse som er positiv for meg, selv om det er i en annen form.

Siden mange festivaler og fysiske arrangement kan innebære stor avstand mellom det som skjer på scenen og publikum, tok vi opp dette med nærheten til opplevelsen i spørreunder-søkelsen og intervjuene. I spørreundersøkelsen ble tematikken tatt opp gjennom to påstan-der som speiler hverandre.



Figur 4. Grafisk framstilling av hvordan svarene fordelte seg prosentvis til påstandene om at man føler seg nærmere utøverne henholdsvis digitalt eller fysisk format.

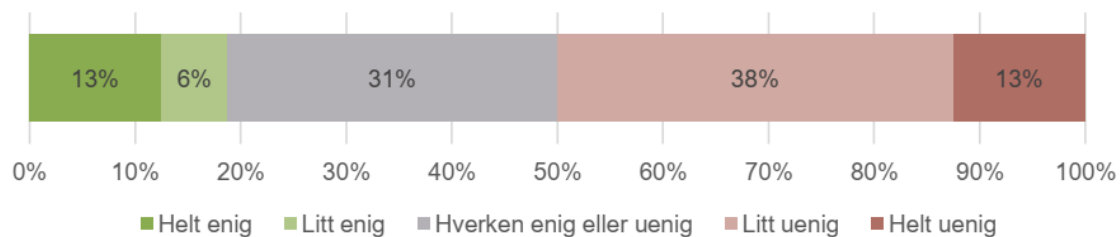
Her ser vi at det er relativt godt samsvar mellom de speilvendte påstandene: Nesten alle er helt uenig i at de føler seg nærmere utøverne når de ser det digitalt, og tilsvarende er alle helt enig at de føler seg nærmere utøverne når de er fysisk tilstede. Det til tross for at det digitale formatet gjør at de visuelt sett kommer nærmere utøverne.

Under intervjuene ble tema om nærhet satt i sammenheng med at det digitale formatet minnet om en TV-produksjon. Informantene forteller på ulikt vis at de visuelt sett kommer nærmere utøverne, tilsvarende å se på TV, men at det samtidig skaper en avstand, fordi man ikke er i samme rom. En av informantene gjør seg følgende refleksjon:

Og som biblioteksmenneske og mål-menneske, så syns jeg det er noe så vakkert over det å samles flere mennesker rundt ordet, at det fortsatt går an, det syns jeg er så fint, at det fortsatt fenger oss. Å høre en forfatter å fortelle på en scene er som å sitte rundt et leirbål. Det får du ikke gjennom en skjerm. Det er mer som du står litt oppi skogkanten. For meg så, ja, det er var fint, men nest best.

Sitatet viser hvordan vedkommende mener den digitale opplevelsen tilsvarer det å oppleve noe fra utsida. Du er fjernet fra samholdet som skjer (rundt bålet), og observerer det hele på avstand.

Et tilliggende tema handler om at det digitale formatet gjør at man får med seg mer av innholdet. Dette ble undersøkt i spørreundersøkelsen ved at respondentene skulle vurdere følgende påstand: Jeg får med meg mer av innholdet når det er digitalt.



Figur 5. Grafisk framstilling av hvordan svarene fordelte seg prosentvis til påstanden om at informantene får med seg mer av innholdet når formatet er digitalt.

I likhet med forrige påstand synes nesten 20% av de spurte at de får med seg mer av selve innholdet når det er digitalt. Det kan forklares i at man da virkelig kan konsentrere seg om kunstformidlingen. Det kan også skyldes at det er lettere å både høre hva som blir sagt og se hva som skjer gjennom en skjerm, enn på et festivalområde der publikum kanskje snakker sammen. Det ble hvert fall vektlagt av en av de vi intervjuet som svarte følgende da vi spurte om hun så det sammen med noen:

Nei, jeg satt ute på terrassen min. Med headset og I-paden. Jeg vil ikke se sammen med andre, for da mister jeg konsentrasjonen. Men var en hyggelig setting det, men det er virkelig nest best [sammenlignet med fysisk festival].

En tilsvarende positiv side ved digitaliserte festivalopplevelser som informantene tar opp, er nettopp færre forstyrrelser. En av informantene beskriver dette, samtidig som hun under-streker at den fysiske festivalen likevel er å foretrekke:

Men andre irritasjoner, folk som filmer, at folk ikke kan legge vekk telefonen den lille tiden det va-er, utenforliggende irritasjoner ... det slipper man, dører som åpnes og lukkes. Men samtidig er det så mange flere positive ting med å være der, enn å sitte å se det hjemme.

Over halvparten mener imidlertid at de får med seg mindre av innholdet når det er digitalt. Det kan ha å gjøre med at de gjerne ser det hjemme og blir forstyrret av ting som skjer i hu-set. At 31 % ikke har noen mening om påstanden, kan forklares i at informantene nettopp synes det er fordeler og ulemper med begge formatene – om enn på ulike måter.

En av dem vi intervjuet, betonet at siden innholdet er digitalt, kunne hun gå tilbake i sendingen for å høre på nytt noe hun var interessert i: «Jeg fant ut under det programmet at han leste noe som jeg ikke hadde hørt før. Gikk litt tilbake [i sendingen] for å skrive det ned for å finne det igjen.» Det opplevde hun som en positiv fordel.

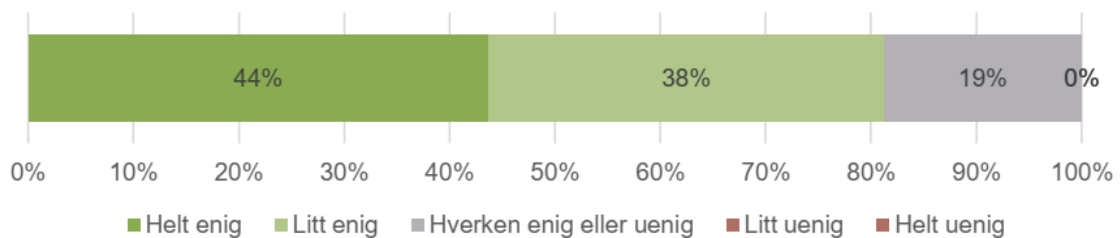
Til disse spørsmålene der de digitale arrangementene stilles opp mot fysiske, syns vi det er interessant å merke seg hvordan en stor andel svarer at de er hverken uenige eller enige i påstandene som blir stilt. Når vi ber informantene vurdere arrangementene i forhold til hverandre, er det tydeligvis vanskelig for respondentene å vurdere hva som fungerer best, eller hva de foretrekker. Det er et funn som tyder på at publikum ikke synes de to formene er sammenlignbare. I framtidige undersøkelser bør dette undersøkes ytterligere og tas hensyn til i spørsmålsstillingene.

8.7 Den sosiale dimensjonen

Det var omtrent like mange som så den digitale strømmingen alene som sammen med familien. Bare to svarte at de overvar festivalen sammen med venner. Vi definerte ikke «familie» som å bo i samme husstand, derfor er det vanskelig å si hvorvidt festivalopplevelsen innebar en sosial samling av folk ut over husstanden. Siden forutsetningen for det digitale formatet her var smittevern, må vi tro at disse arrangementene i liten grad samlet folk på tvers av husstander. To av de som ble intervjuet så arrangementet alene, de to andre så det delvis sammen med ektefelle.

Det var bare 12,5 % av respondentene i spørreundersøkelsen som brukte chat-funksjonen underveis i strømmingen. Ingen av dem vi intervjuet, hadde brukt den. Det betyr at for de aller fleste var den eventuelle sosiale dimensjonen ved festivalopplevelsen begrenset til familien hjemme.

For å belyse den sosiale siden ved festivalen ba vi respondentene i spørreundersøkelsen om å vurdere følgende påstand: Jeg savner det sosiale tilknyttet festivalen.



Figur 6. Grafisk framstilling av hvordan svarene fordelte seg prosentvis til påstanden om at informanten savner det sosiale tilknyttet festivalen.

Resultatet viser at ingen respondenter er uenige i dette, men at det finnes variasjoner i om respondenten savner det sosiale i større eller mindre grad. Nesten 20 % har svart at de hverken er enige eller uenige, hvilket igjen kan gjenspeile at de ikke opplever det de har sett som en festival, men som en TV-sending eller lignende, som man kanskje er vant til å overvære alene.

Den sosiale dimensjonen som mangler ved et digitalt arrangement, blir vektlagt av alle informantene som blir intervjuet. En informant omtaler det digitale arrangementet på følgende måte: «Men det er en ensom affære. Å se på det på den måten». En annen diskuterer muligheten for å gjøre det digitale mer sosialt:

Jeg kunne ha samlet en gjeng å se det via zoom eller noe sånt, samle et fellesskap for å få noe sånt. Det var vel en chat der, så det var en mulighet for å komme med kommentarer. Men om det kunne vært noe sånt minglerom før eller etter konserten, om det hadde vært mulighet å tilby en virtuell gruppe for å mingle. Jeg hadde kanskje brukt det. For det er ikke så mange i mitt nærområde. Hvis jeg reiser på slike arrangement så møter jeg folk som jeg vanligvis ikke ville møtt. Jeg kunne blitt kjent med nye folk.

Denne informanten skiller i mindre grad mellom det sosiale og det digitale slik de andre informantene gjør. For dem er det digitale formatet ikke-sosialt. Det er interessant å vite at denne informanten er under 30 år, fordi det er et gjennomgående skille mellom vedkommende og de andre informantene som er langt eldre når det gjelder innstillingen til det digitale formatet. Denne informanten har en annen tilnærming til den digitale arenaen enn de tre andre. Det er grunn til å tro at alder er en signifikant variabel når det gjelder bruken og opplevelsen av digitale festivalopplevelser,

men denne undersøkelsen har ikke nok empiri til å konstatere dette, eller drøfte hva slike forskjeller kan handle om ut over akkurat det ovennevnte. Framtidige undersøkelser bør undersøke på hvilken måte alder påvirker bruk og opplevelse av digitale festivaler.

En annen side av det sosiale handler om det med å ha noen å dele opplevelsen med. En av informantene er opptatt av nettopp det, og at hun savnet et slikt etterpå fellesskap knyttet til den digitale opplevelsen:

Hvis jeg er på noe i en sal, så deler jeg ofte den opplevelsen sammen med noen, når jeg har vært på festpela. Særlig to jeg reiser med, da sitter vi på veien hjem og snakker om det.

8.8 «Festivalopplevelsen»

En av dem vi intervjuet hadde vært på flere digitale konserter. Her forteller vedkommende om en digital konsert som hun hadde vært på i en annen sammenheng, som får fram hva vedkommende tenker om den fysiske festivalopplevelsen versus den digitale.

Og da var jeg sånn, shit, hadde jeg vært på Riksscenen nå, så hadde jeg danset. Jeg så for meg hele ... alle bare danser og skåler, applausen sitter løst og.. sånn sett er det trist at en ikke kan det. Men som vi var inne på, det å samle folk digitalt, det kan være med å opprettholde litt stemningen. Folk bør kanskje bli mer oppfordret til å gjøre det, ikke sitte i hver sin sofa, men ordne det med en ma-skin eller mobil. Har positive erfaringer med det med venner. Så hvis landet stenger ned igjen, så vil jeg prøve å være flinkere til å foreslå å møtes digitalt.

Det er kanskje grunn til å tro at den festivalfølelsen som skildres over, knytter seg særlig til musikkfestivaler. Litteraturfestivaler er nødvendigvis litt mer lavmælte enn musikkfestivaler, men samtidig kan også litteraturfestivaler skape en særegen festivalopplevelse. En av informantene sier følgende:

Men å dra på festpela som er så lokalt for meg, er også en plass jeg møter kjentfolk. Og en plass der forfattere og litteraturinteresserte og litteraturorganisasjoner samles. Det er like mye en del av det. Høydepunktet for min del ville vært å være på det foredraget [som jeg var på digitalt], men da har du en ramme rundt, og du har et glass vin før og etter, du drar sammen med noen. Det å være en del av festspelskulturen er litt som å komme hjem. Det får jeg ikke jeg digitalt.

Her beskriver hun hvordan arrangementet har en særegen ramme rundt seg når det er snakk om fysiske festivaler. Det som også kommer fram av intervjuene er at festivalen som paraplyarrangement, blir sekundært når arrangementene blir digitale. Flere av informantene forteller at de bare så ett bestemt arrangement, og at det var både utydelig kommunisert og mindre viktig for dem at det inngikk i en festival. En av dem vi intervjuet sier det slik:

Det jeg så den kvelden, kunne vært hvor som helst. Kanskje ho sa noe om Festpela, men det husker jeg ikke. Hva som var sammenhengen spilte ingen rolle for meg.

8.9 Sammenfatning

Det er viktig å understreke at denne delundersøkelsen har hatt form av en forstudie. Særlig fordi såpass få informanter tok del i undersøkelsen, er det problematisk å trekke bastante konklusjoner. Vi mener undersøkelsens fremste verdi derfor er at den får fram at bestemte tema framstår som særlig relevante å undersøke nærmere i framtidige studier med større informantgrunnlag.

Det forhold at få informanter deltok i studien, må sees i sammenheng med at de digitale arrangementene som danner utgangspunktet for undersøkelsen, hadde et lite publikum. Og det er på sett og vis det aller viktigste funnet i denne undersøkelsen: Festivalene opplevde en markant publikumsnedgang når formatet ble gjort digitalt – til tross for at prisen gikk ned og tilgangen ble bedre. Det er mye som tyder på at informanten i denne undersøkelsen var spesielt lojale og interesserte, de utviser i tråd med dette en stor betalingsvilje for å delta også på digitale arrangement.

Digitale festivaler har potensielt sett et nær sagt uendelig stort globalt publikumsgrunnlag. Det digitale publikumspotensialet er slik sett langt større enn det fysiske, men når det gjelder de to litteraturfestivalene som ble undersøkt her, gikk altså publikumsdeltakelsen markant ned. Det indikerer at for veldig mange er den fysiske tilstedeværelsen, festen, stemningen like viktig som det kunstneriske innholdet ved et kulturarrangementer generelt, festivaler spesielt. Likevel er det et par informanter at de deltok på festivalen fordi den var digital, ikke på tross av at den var digital. Kulturpolitisk sett er det imidlertid et poeng at så mange som mulig har tilgang til kunst og kultur av høy kvalitet. Slik sett bidrar det digitale formatet generelt sett til en kulturpolitisk måloppnåelse, selv om få benytter seg av tilbudet. Hvis målet er faktisk deltakelse, er den fysiske festivalen trolig bedre. En kombinasjon vil slik sett kanskje være det optimale?

En digital festival oppleves som noe helt annet enn en fysisk festival, det ser vi komme fram i både survey og intervjuer. I noen av spørsmålsstillingene ser vi at respondentene ikke klarer å ta stilling til sammenligninger mellom fysiske og digitale festivaler i det hele tatt. Det tolker vi dithen at de to formatene oppleves som lite sammenlignbare. Når kulturarrangementet tilrettelegges til det digitale formatet, nærmer det seg en TV-sending, men kanskje uten den profesjonelle infrastrukturen de store TV-stasjonene kan tilby. På den måten kan digitale festivalarrangement oppleves som halvgode TV-aktige sendinger. Når det gjelder litteratur-festivalene, kan det være naturlig å sammenligne publikumsoppslutning med et TV-sendt bokbad. Da er det åpenbart at ut fra målet om å nå ut til et bredt publikum, er fjernsynssendinger langt bedre.

Et annet interessant moment er at publikum synes å være mindre opptatt av og bevisst at de deltar på en festival når arrangementet er digitalt. Festivalen er på sett og vis en overbygning som blir mindre relevant under digitale sendinger. Det er det konkrete arrangementet som betyr noe.

Den sosial dimensjonen ved den fysiske festivalen er svært viktig. En ting er det generelle fellesskapet som kulturarrangement gir, i tillegg assosieres festivaler gjerne med en spesiell «festivalfølelse» eller «festivalopplevelse». Informantene betoner at savner denne under digitale arrangement og mener det er den sosiale og fysiske tilstedeværelsen som skaper «festivalfølelsen». Selv om alle informantene beskriver dette, er det grunn til å tro at det vil være variasjoner mellom yngre og eldre publikumssegment med tanke på hvordan de stiller seg til å være digitalt sosiale. Et yngre publikum vil trolig være mer åpne for digitale sosiale muligheter, enn et eldre, men det er noe som framtidige studier må undersøke.

Litteraturliste

- Amandusfestivalen (2019). *Festivalrapport 2019*. <https://amandusfestivalen.no/festivaler/festival-2019/>
- Amandusfestivalen (2020). *Festivalrapport 2020*. <https://amandusfestivalen.no/festivaler/festival-2020/>
- Amandusfestivalen (u.d.). Om Amandus. <https://amandusfestivalen.no/informasjon/om-amandus/>
- Asp, M. (2020, 13. april). Konsertanmeldelse Aurora: Hjemme alene i apokalypsen. Fra småsur start til storslått slutt: Aurora avslutter påsken med stil. VG. <https://www.vg.no/rampelys/musikk/i/4qeQrG/konsertanmeldelse-aurora-hjemme-alene-i-apokalypsen>
- Auslander, P. (2008). *Liveness: Performance in a mediatized culture* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Bolter, J., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Bruun, H. (2014) Eksklusive informanter Om interviewet som redskab i produktionsanalysen. *Nordicom-Information* 36(1), ss. 29-43.
- Bøe, T.M. (2020, 13. april) Konsertanmeldelse Sigrid: Uforglemmelig. Norges beste artist akkurat nå, gjør verdens beste konsert akkurat nå. VG, <https://www.vg.no/rampelys/musikk/i/6jRe5Q/konsertanmeldelse-sigrid-uforglemmelig>
- Danielsen, A., & Kjus, Y. (2019). The mediated festival: Live music as trigger of streaming and social media engagement. *Convergence*, 25(4), 714–734. <https://doi.org/10.1177/1354856517721808>
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ducheneaut, N, Moore, R.J., Oehlberg L., Thornton, J.D. & Nickell, E (2008). Social TV: Designing for Distributed, Sociable Television Viewing, *Intl. Journal of Human-Computer Interaction*, 24:2, 136-154, DOI: 10.1080/10447310701821426
- Ericsson, B. (2017). *Statistikk for norske musikkfestivaler og konsertarrangører 2016*. Kunnskapsverket, Rapport 09-2017. Lillehammer. https://www.konsertarrangor.no/media/2249467/2016_festivalogarrangorstat_pages-thv-korr-2811.pdf
- Harboe, G., Massey, N. Metcalf, C., Wheatley, D. & Romano, G. (2007). Perception of Value: The Uses of Social Television. I: P. Cesar, K. Chorianopoulos & J.F. Jensen (Eds.) *Interactive TV: A Shared Experience*. Springer: Berlin, NY, Heidelberg.
- Hjarvard, Stig (2013). *Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- Kjus, Y. (2009). *Event Media. Television Production Crossing Media Boundaries*. Ph.d. avhandling, UiO.
- Kjus, Y. (2018). *Live and Recorded. Music Experience in the Digital Millennium*. London: Palgrave.
- Kulturdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet (2019). Strategi for kultur og reiseliv. Noreg som attraktiv kulturdestinasjon. Oslo. <https://www.regjeringen.no/contentassets/76daff482cfc44a79d5ecfa145300ec3/strategi-for-kultur-og-reiseliv-2019-kud-og-nhd.pdf>

- Mair, J. (2019). *The Routledge Handbook of Festivals*. London: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315186320> .
- Musikknyheter (2020). Lanserer ny stor strømme-festival
<https://www.musikknyheter.no/nyheter/20585/Lanserer-ny-stor-str%C3%B8mme-festival.html>
- Nordgård, D. (2013) Norske festivaler og en musikkbransje i omvelting. I A. Tjora (red.) *Festival. Mellom rølp, kultur og næring*. Oslo: Cappelen Damm.
- NOU (2013: 4). *Kulturutredningen 2014*.
- Nynorsk kultursentrum (2019). Årsmelding og rekneskap 2019. <https://www.nynorsk.no/om-stiftinga/#offisielle-dokument>
- Opsvik, O.Ø. (2021). Sluttrapport for Dei nynorske festespela 2020. Upublisert rapport.
- Peer Gynt (u.d.). Om oss. <https://peergynt.no/mer-info/om-oss/>
- Proff (2020) Opplysninger hentet fra: proff.no. <https://www.proff.no/selskap/peer-gynt-as/vinstra/kunstnerisk-virksomhet/IFYS13J10P8/>
- Puijk, R. (2008) *Fjernsyn i digitale omgivelser*. Oslo: IJ-forlaget.
- Puijk, R. (2021). *Slow TV*. Bristol: Intellect.
- Rykkja, A. & Ericsson, B. (2016). *Nasjonal Festivalstatistikk 2015*. Kunnskapsverket, Rapport 5/2016. Lillehammer.
https://kunnskapsverket.org/sites/default/files/Nasjonal%20festivalstatestikk%202015%20Digital_0.pdf
- Spilker, H.S., Kjus, Y. & Kiberg, H. (2020). Nødløsninger med langtidsvirkninger? Artisters og konsertarrangørens erfaringer med direktestrømmete «Koronakonserter». Paper til NML's årskonferanse.
- Turner, V. (1974). Liminal to liminoid in play, flow, and ritual: An essay in comparative symbology. *Rice University Studies*. ss. 53 – 92.
https://scholarship.rice.edu/bitstream/handle/1911/63159/article_RIP603_part4.pdf
- Van Es, K. (2017). *The Future of Live*. Cambridge: Polity.
- Weber, M. (2018) *Literary Festivals and Contemporary Book Culture*. Springer.
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/hilhmr-ebooks/detail.action?docID=5344842>.
- Øvrelid, R. (2003). *Per Gynt-stemnet gjennom 75 år: 1928-2003*. Dølaringen boklag.



Høgskolen
i Innlandet

Rapporten er resultat av et forsprosjekt som Høgskolen i Innlandet og Telemaksforskning gjorde for oppdragsgiveren Nynorsk kultursentrum. Vi ser på hvordan mindre festivaler tilpasset seg Korona-pandemien i 2020 og hvordan deltakere i disse festivalene opplevde tilbudet.

De fire festivalene som vi undersøkte viste seg å ha svært forskjellige tilbud i 2020. Mens Amandusfestivalen i stor grad beholdt de planlagte programelementene og den samme tidsperioden for avvikling av sitt digitale tilbud ble programelementene for Digitale festspel 2020 lagt på nett fordelt over en tre måneder lang periode. I tillegg til dette arrangerte Digitale festspel to studioproduksjoner i den opprinnelige festivalperioden samt flere innslag utover høsten. Litteraturdagene i Vinje holdt seg til den opprinnelige festivalperioden, men reduserte antall innslag, som nesten alle ble stømmet direkte. Peer Gynt-stemnet la om programmet sitt til en minifestival og utvidet med digitale tilbud lokalisert i Gudbrandsdalen. Estetisk beholder strømmingsopptakene mye av sceneopptredenens sin karakter, med vekt på å vise fram utøvere og deres budskap

Den andre delundersøkelsen ser på hvordan publikum opplevde de digitale arrangementene under Digitale Festspel 2020 og Litteraturdagene i Vinje. Studien viser først og fremst at langt færre deltok på festivalen når formatet var digitalt. Informantene oppgir at de oppfatter det digitale formatet som et alternativ til det fysiske i en spesiell tid, ikke som et framtidig substitutt. Et fåtall deltar på festivalen fordi den er digital, de aller fleste deltar på tross av at den er digital. Undersøkelsen viser også at festivalen som paraplyarrangement synes å miste sin betydning når plattformen blir digital, det er det enkelte arrangement som blir viktig.