

# Formidling, fellesskap og forankring - om kristen medieforkynnelse som kommunikasjon

Lars Dahle

*Denne artikkelen følger opp hovedtemaet fra sist nummer av Innsyn og presenterer og anvender noen grunnleggende prinsipper for kommunikasjon. Medieforkynnelse er et aktuelt misjonsstrategisk tema både i Norge og på tradisjonelle misjonsfelt.*

Enhver medieformidling har kommunikasjon som sin fremste målsetting. Dette gjelder også for kristen medieforkynnelse.

Men hva er egentlig kommunikasjon og hva slags kommunikative prinsipper bør gjelde for kristen medieforkynnelse? Med utgangspunkt i ulike aktuelle kommunikasjonsteorier og et helhetlig bibelsk perspektiv kan vi formulere tre prinsipielle retningslinjer:

- 1) Medieforkynnelsen formidler noe til noen
- 2) Medieforkynnelsen skaper fellesskap om noe
- 3) Medieforkynnelsen er åpen formidling

Medieforkynnelse inkluderer her både tradisjonell forkynnelse og indirekte formidling som bruker journalistiske tilnæringsmåter og formater.

## **1. Medieforkynnelsen formidler noe til noen – en lineær forståelse**

Kommunikasjon er en målrettet handling, som sikter mot å formidle noe til noen. Ikke minst gjelder dette for kristen medieforkynnelse. Denne forståelsen av kommunikasjonsprosessen har ofte vært beskrevet som en lineær kommunikasjonsmodell. I sin enkleste form kan dette uttrykkes i form av en formidler som kommuniserer et budskap til en mottaker.

Anvendt på kristen medieforkynnelse, betyr dette følgende:

a) Den kristne *medieforkynneren* er personlig forpliktet på misjonsoppdraget. Han eller hun er overbevist om evangeliets sannhet og kraft, og mener seg derfor å ha noe vesentlig på hjertet. De gode nyheter om Jesus må deles med andre, men ikke slik at den som mottar budskapet blir manipulert. Den kristne formidlerens integritet (ethos) er derfor grunnleggende for kommunikasjonens troverdighet.

b) *Budskapet* (logos) må være autentisk, altså i samsvar med Bibelens innhold. Kristen tro gir seg ut for å være objektivt sann. Hver enkelt kristent medieprodukt bør derfor reflektere noe av Bibelens helhetlige budskap, Bibelens forankring i virkeligheten og evangeliets forandrende og forvandlende kraft. Ikke slik at en prøver å formidle for mye hver gang, men at temaer alltid bør behandles i lys av dette grunnleggende anliggende. På denne bakgrunn er arbeidet med å leve seg inn i bibelteksters innhold og fortellingsmåter avgjørende for kristne mediearbeidere.

c) *Mottakerne* må oppleve det enkelte mediebudskapet som relevant, i en form som treffer språklig, kulturelt og livssynsmessig. Utdfordringen her er først å identifisere mottakergruppene for de ulike medieforkynnende tiltakene. Så følger arbeidet med å leve seg inn i – og sette ord på – mottakernes livsfølelse, livspraksis og livssyn. Medieforkynnelsen må

skape engasjement (pathos) hos lesere, lyttere og seere. Derfor blir valg av form, format og vinklinger vesentlig, slik at formidlingen om mulig kan nå inn.

Denne lineære kommunikasjonsmodellen er viktig fordi den setter fokus på at formidling av kristen tro er en målrettet handling. Misjonsoppdraget utgjør rammen for medieforkynnelsen – og siktepunktet er omvendelse, tro og tjeneste.

Men kommunikasjon er mer mangfoldig og flertydig enn denne modellen gir uttrykk for.

## **2. Medieforkynnelsen skaper fellesskap om noe – en kontekstuell forståelse**

Kommunikasjon kan også beskrives som en utveksling av ulike tekster og tegn. Gjensidig forståelse er avhengig av at en deler – eller i hvert fall er i stand til å oppfatte – de samme kulturelle kodene. Tegn (semiotikk) og kulturelle sammenhenger (kontekster) står her i fokus. Denne forståelsen av kommunikasjonsprosessen har derfor ofte vært beskrevet som en kontekstuell eller semiotisk modell.

Anvendt på kristen medieforkynnelsen betyr dette følgende:

a) Kristen medieforkynnelsen bør sikte mot å skape en mest mulig *felles mening* mellom formidleren og leseren/lytteren/seeren. Poenget med kommunikasjon er jo ikke hva som ble sagt, men hva som blir oppfattet. Kristne medieforkynner må være realistiske og erkjenne de språklige, kulturelle og livssynsmessige avstander som er til stede. Reell kommunikasjon er altså vanskelig, men allikevel ikke umulig. Det vi har felles og faktisk deler som mennesker i Guds verden vil alltid være der som utgangspunkt og basis, - for å kunne oppnå felles forståelse av formidlingens innhold. Muligheter for spørsmål, tilbakemelding og samtaler – som kan avklare grunnleggende forskjell i koder – må derfor være vesentlige elementer i enhver kristen medieforkynnelsen.

b) Kristen medieforkynnelsen bør sikte mot å skape *felles erfaringer* av Gud, evangeliet og kristent fellesskap. Personlige møter med kristne mennesker og deres erfaringer vil derfor alltid stå sentralt i kristne medieprodukt. Slike personlige vitnesbyrd – som ikke må være av privat karakter – kan bidra til åpenhet hos lesere, seere og lyttere for sunne åndelige erfaringer. I tilfelle utvides kodene til å inkludere muligheten for at Gud er der og faktisk taler til den enkelte gjennom sitt Ord.

c) Kristen medieforkynnelsen bør sikte mot å skape en *felles overbevisning* om Bibelens relevans og evangeliets sannhet. Dette er enda vanskeligere, fordi dette ligger dypere enn både kunnskaps- og erfaringsplanet. Det kristne medieformidlere kan gjøre er å gi plass for forkynnens klare tiltale, varme personlige vitnesbyrd og troverdige apologetiske argument som sammen kan gi en formidlingssituasjon der personlig overbevisning – forhåpentligvis – kan vokse frem innenfra. Dette forutsetter at Den Hellige Ånd gjennom sitt Ord får virke til indre overbevisning.

Denne kontekstuelle kommunikasjonsmodellen er viktig fordi den setter fokus på det mangfoldige og det flertydige i kristen medieforkynnelsen. Selv om formidlingen skal være målrettet må den derfor også være realistisk. En tverrkulturell setting Dette blir selvsagt Det kan og bør være bevisste intensjoner bak medieforkynnelsen, men det er umulig å forutsi eller bestemme virkninger av den.

## **3. Medieforkynnelsen er åpen formidling – både menneskelig og teologisk**

Kristen medieforkynnelse kan altså lære både av lineære og av kontekstuelle kommunikasjonsmodeller. Men kommunikasjon er ikke teknikk, fordi det dreier seg om levende mennesker og om en levende Gud. Derfor må bibelsk inspirerte prinsipper for kommunikasjon også forankres i det faktum at kommunikasjon til syvende og sist er en åpen formidling, både menneskelig og teologisk.

a) Kristen medieforkynnelse skjer mellom *levende mennesker* som ikke kan programmeres. Respekten for leseren, lytteren og seeren som den andre er derfor grunnleggende i all kristen medieforkynnelse. Dette betyr også at den andre – på lik linje med den kristne forkynneren – både har et ansvar overfor Gud for sitt liv og rett til å høre evangeliet om Jesus. Kristen medieformidling må derfor ta sikte på å formidle åpne og utfordrende møter mellom medmennesker i Guds verden.

b) Kristen medieforkynnelse skjer i et åpent univers, med en *levende treenig Gud* aktivt til stede som Den Andre. Faderen er universets Opprettholder og Dommer. Sønnen – som har vist hvem Gud er – er en levende Frelser og Herre. Den Hellige Ånd skaper gjennom sitt Ord en indre overbevisning om synd, rettferdighet og dom, - når Ordet når den gode jord. Den usynlige verden er reell – og en kristen formidler må også i dag regne med verden, Djevelen og sitt eget kjød som fiender. Kristen medieforkynnelse må derfor alltid skje i bønn til Gud om visdom, varme og velsignelse.

Kristen medieforkynnelse har på denne bakgrunn til syvende og sist sin forankring i Gud selv. Dette gir grunnlag for både frimodighet og ydmykhet.

**For videre studier anbefales:**

- Lars Dahle: ”Vidvinkelperspektiv på medie- og kultursituasjonen”, *Innsyn* 2002/2, s. 11-16.
- Asbjørn Kvalbein: *God kontakt. Praktisk kommunikasjonslære* (Kristiansand: Høyskoleforlaget, 1999)
- Quentin Schulze: *Communicating for Life: Christian Stewardship in Community and Media* (Grand Rapids: Baker, 2000)