

Gimlekollen 30 år – en utvikling i tre faser

Lars Dahle, rektor ved Mediehøgskolen Gimlekollen

Mediehøgskolen Gimlekollen er en ung institusjon både i medie-Norge og i kristen-Norge. Men disse tre årtiene har vært en innholdsrik og fascinerende historie. I denne kronikken vil jeg sette fokus på noen historiske og aktuelle hovedtrekk. Det dreier seg kort og godt om en spennende høgskoleutvikling i tre faser.

Dette skrives i stor takknemlighet overfor alle trofaste Gimlekollen-venner, ikke minst blant Dagens lesere, som har støttet institusjonen gjennom disse tredivte årene.

Første fase - etablering av en medieutdanning

I løpet av de første femten årene (1981-1996) ble Gimlekollen etablert av Norsk Luthersk Misjonssamband (NLM) som en medieutdanning i Kristiansand, som integrert del av medieproduksjonsmiljøet Gimlekollen Mediesenter. Dette var en høyst dristig satsing, ikke minst økonomisk, samtidig med andre store skolesatsinger i NLM (bl.a. Sygna og Fjellhaug).

NLM hadde opprinnelig en todelt begrunnelse for etableringen. For det første ønsket en å utdanne unge til journalistisk arbeid i norske lokalmedier, og da ikke minst med lokalt kirke-, menighets- og organisasjonsstoff. For det andre ønsket en å utdanne til praktisk arbeid innenfor ulike kristne medietiltak, under mottoet “medier i misjonens tjeneste”.

Gimlekollen ble opprettet som et strategisk medietiltak i en tid der kringkastingsmonopolet stod for fall da de nye lokalmediene vokste frem. Her lå den nye skolen helt i front, med konsesjon til Gimlekollen Radio i 1982 som den andre lokalradioen i Norge.

Gimlekollen ble raskt anerkjent i mediebransjen som et utdanningssted som hadde styrken både i det praktiske håndverket og i vekten på etikk. I denne første fasen tilbød skolen primært en ettårig yrkesrettet postgymnasial medieutdanning, med spesialisering i avis-, radio- eller fjernsynsarbeid. I en rekke år ble det også tilbudt et praktisk rettet andrårsstudium i fjernsynsarbeid. De aller fleste av studentene bodde på internatet som hadde en kapasitet på ca. 50 studenter.

De første fagplanene var utformet etter modell fra en amerikansk, kristen høgskoletradisjon, og da særlig på bakgrunn av Gimlekollen-gründer Asbjørn Kvalbeins studieopphold på Wheaton College. Pedagogisk sett var dette en nyvinning i norsk, kristen friskolesammenheng. Fagplanene ble imidlertid gradvis tilpasset til høgskolevirkeligheten i Norge, slik den fortonet seg under siste halvdel av 1980-tallet.

Helt fra denne tid ble det arbeidet intenst med den såkalte “høyskolesaken”. Dette skjedde i flere omganger, inntil Gimlekollen under Jagland-regjeringen fikk sin første akkreditering høsten 1996 for årsstudium i mediekommunikasjon.

Andre fase – etablering av en mediehøgskole

I løpet av de neste femten årene (1996-2011) ble MhG etablert og videreutviklet som privat verdibasert høgskole, etterhvert med akkrediterte studietilbud både innenfor journalistikk, kommunikasjon og medier.

Allerede i 1997 fikk MhG akkreditering for toårig integrert profesjonsutdanning i journalistikk med et klart kristent verdigrunnlag. Dette var en strategisk nyvinning under ledelse av daværende rektor Knut Sigurd Aasebø, med mulighet til å kunne bety enda mere for storsamfunnet. Vektleggingen av etikk, livssyn og et globalt perspektiv stod sentralt og et nært praksissamarbeid ble innledet med NRK og regionsaviser. Alt dette bekreftet at Gimlekollens faglige fokus i denne fasen var blitt endret fra lokalmedier og kristne medietiltak til allment journalistisk arbeid i regionale og nasjonale medier, men selvsagt med mulighet til å bruke denne utdannelsen bredere.

I 1997 ble også Mediehøgskolens Kurs- og Kompetansesenter (MKK) etablert. Etter hvert utviklet MKK større kompetanseutviklingsprosjekter i Etiopia (NORAD-støtte), Kosovo (UD-støtte) og Bolivia (støttet gjennom Bistandsnemnda). Dette var entreprenørskap, der MhGs faglige kompetanse, nettverk og idealer ble formidlet til ulike sammenhenger. I flere av de store prosjektene var fokus på global journalistikk, som ble et faglig satsingsområde for høgskolen.

Fra 2001 og fremover vokste flere kommunikasjonsstudier frem på MhG. Vekten på det tverrkulturelle og det globale i journalistikkstudiet førte til etableringen av studiet i interkulturell kommunikasjon, som tilbys til svært forskjellige målgrupper. Ut av journalistikkutdanningens vekt på etikk og livssyn vokste så studiet i kommunikasjon og livssyn frem. Dette er et studietilbud på den kirkelige arena, med vekt på å gi kompetanse i livssynsmangfold, populærkultur og kristen apologetikk til formidlere av kristen tro. Dermed er også linjen knyttet tilbake til noe av intensjonen i Gimlekollens første fase.

Studiet i kommunikasjon og medier er det sist etablerte studiet. Her er fokus på informasjonsarbeid og digitale medier, med praksis som “virksomhetens stemme” i ulike sammenhenger. Dette inkluderer også praksis hos medietiltak i kristen regi.

Nyhets- og underholdningsmediene preger stadig mer av hverdagen til oss alle. Derfor ble også randsoneraktiviteten Damaris Norge startet i denne fasen, i tilknytning til studiet i kommunikasjon og livssyn og som et fellesprosjekt sammen med Familie & Medier og NKSS. Fokus er her på utvikling av relevante digitale ressurser innenfor mediepedagogikk, religionspedagogikk og trosopplæring.

Tredje fase – fusjon med NLA og HiS?

Dagens lesere vil være kjent med at MhG siden november 2010 vurderer fusjon med NLA Høgskolen (Bergen) og Høgskolen i Staffeldtsgate (Oslo). Vi er nå inne i reelle og positive fusjonsforhandlinger med sikte på mulig fusjon allerede i 2012, men ingen endelige vedtak er fattet.

Det er flere grunner til at vi utforsker fusjonsscenarioet. Her spiller viktige politiske, strategiske, faglige og økonomiske hensyn inn. Dersom fusjonsforhandlingene lykkes, videreføres MhG som et profilert kristent studiested (campus) innenfor fagfeltene medier, journalistikk og kommunikasjon, med klar regional forankring på Sørlandet innenfor en større fusjonert nasjonal kristen høgskole.

Uansett institusjonell ramme, vil MhGs kjerneoppdrag fortsatt være den tredelte oppgave som ble formulert i forbindelse med vårt mediefaglige oppdrag på Lausannekongressen i Cape Town i 2010, nemlig (1) mediebevisstgjøring og mediekritikk, (2) troverdig tilstedeværelse i nyhets- og underholdningsmedier, samt (3) kreativ bruk av medier i menighet og misjon.