

MISJON OG MASSEMEDIA

av

SIGURD ASKE

Emnet er høy-aktuelt. Ikke bare fordi det gjelder massemedia. Men fordi det har med misjon å gjøre. Og forholdet mellom de to: misjon og masse-media. Og jeg legger til: i et land hvor nylig samordnet og effektiv bruk av masse-media resulterte i en jubileumsgave på 11 millioner kroner i løpet av noen korte og spennende aftentimer.

Det blir naturligvis bare noen ganske få glimt jeg kan gi. Om misjon skal jeg si lite. Men det er fra misjonens synspunkt det hele sees. Jeg er ikke interessert i masse-media i og for seg. Det er som *misjonær* jeg er interessert i bruken av dem.

Masse-media — det vil si: radio, televisjon, det trykte ord og film. Ingen uttømmende definisjon, men brukbar for dette emnet. Dertil må sies at intet medium *som medium* er automatisk et masse-medium. Dette har med bruken av mediet å gjøre. Det trykte ord er etter sin art et masse-medium. Men jeg kan vanskelig overbevises om at et vanlig menighetsblad bør klassifiseres som masse-medium. Dertil er språket og distribueringen for begrenset. Dermed er intet nedsettende sagt om våre menighetsblad. Mange av dem er ypperlige. Men de har jo et annet siktepunkt.

Det er neppe nødvendig å dokumentere hvilken *revolusjon* bruken av masse-media har gått gjennom. Visstnok har det hele sneket seg opp på oss. Men den som slår TV-en av lenge nok til å meditere et lite grann, kan ikke unngå å forstå hvor til de grader masse-media dominerer vårt samfunn. I Japan viser statistikken at den vanlige mann bruker 2.5 timer pr. dag foran skjermen (1965). Mer enn det dobbelte av hva han brukte i 1960. På søndagene blir det fire — 4 — timer.

La oss se på noen av de mer grunnleggende prinsipper.

Masse-media er etter sin natur hovedsaklig underholdnings-media. Det er ikke likt over hele verden, det er også forskjeller mellom de enkelte media, og der foregår utviklinger som man må ta med i betraktningen. Generelt kan man allikevel holde fast på at massemedia er underholdningsmedia.

Det er imidlertid *evangeliet ikke*. Massemedia-ekspertene er gjerne oppmerksom på dette med underholdnings-hensynet, — kirke- og misjonsfolket er evangelieorientert. Men den kristne massemedia-ekspert må ta utgangspunkt i begge grunnsatser. Ikke sjelden resulterer dette i at han mister fotfestet på det ene eller andre punktet. Like ofte blir han grundig misforstått i begge leirer.

Man ser for seg svære menneskemasser hver gang talen kommer inn på dette med masse-media. Det er forsåvidt riktig. Jeg slo i sin tid ganske sterkt på denne siden av saken for å overbevise lutherske kirkeledere om nødvendigheten av Radio Evangeliets Røst. Jeg brukte da blant annet illustrasjonen av den amerikanske president som gikk til mikrofonen og talte til en «forsamling» på 70 millioner mennesker. (Tallet har senere vært mye høyere.) Dersom den samme herre hadde funnet på noe så utenkelig som å bruke en konvensjonell talerstol, måtte han ha talt til forsamlinger på 1200 mennesker to ganger hver dag — og holdt på i 90 år. Og så lenge sitter som kjent ikke presidenten i Washington.

Tanken om de store menneskemasser er allikevel noe fundamentalt galt. Bare en ad gangen leser dagsavisen — normalt da. Det virker forferdelig irriterende når andre leser avisen over ens skulder. TV kan sees samtidig av flere personer. Men de deltar som enkelt-personer. Forbindelseslinjen går fra skjermen til dem — og tilbake igjen. Lite knytter den sammen dem som sitter foran skjermen. Sann er det også med radio.

Av dette følger at jo mer *personlig* man kan bruke disse media, jo større effektivitet oppnår man.

Vi har lett for å forbinde misjonens bruk av masse-media — og dette betyr som regel radio og TV — med noe spektakulært. Dette er nok en feilforestilling som vi på en eller annen måte har

arvet. Lettest å tro er at vi blir imponert av våre egne tall, som f. eks. dette at Radio Evangeliets Røst teknisk sett når et befolkningsområde på over 1 milliard mennesker, pluss China med sine 700 millioner. Altså før vi begynte å sende til China – vel tredjeparten av jordens befolkning, og nå vel halvparten. Men disse tall må jo forstås. Og de forminskes uhyggelig ved alle slags modifikasjoner: mottagernes tall og art, språkernes tall og gjensidige uforståelighet, tidsforskjeller, lyttervaner og utallige andre ting.

Dessuten er det en kjent sak at radio og TV normalt styrker allerede tilstedeværende holdninger og overbevisninger. Bare sjelden skaper de noe helt nytt. Dette er jo ikke noe særegent for massemedia. Det samme kan sies om en preken. Bare Guds Hellige Ånd kan skape noe virkelig nytt. Menneskene søker ikke sannheten. Og bruken av radio og TV er betinget av lystfølelse og interesse. Apparatet kan slåes av ved å skru på en knapp. Riktignok hindrer treghetsloven at knappen blir brukt, så folk sitter hele kvelden, selv når de egentlig bare skulle høre nyhetene. Her lærer ekspertene mange knep, og greier i en forbausende høy grad å manipulere folks vaner – i en forferdende høy grad skulle jeg heller si.

Det er ingen tvil om at masse-media er mest effektive hvor de er nye på markedet. Bruken forherder: Naiviteten forsvinner. Man tror ikke lenger en ting fordi det har stått i avisen. I USA oppdaget jeg nylig at mange ikke tror en ting er sann nettopp fordi det har stått i avisen. Dette gjelder naturligvis politiske saker. Og er et kraftig memento om hva mangel på integritet resulterer i på langt sikt. I u-landene kan de mest fantastiske ting skje fordi det ble gjort kjent over radio. Det har hendt at en smart annonsering ble oppfattet som en ordre fra høyeste hold.

Alle massemedia er enveis-kommunikasjon. Man ser ikke motpartens reaksjon, og er ikke i stand til å modulere innhold eller måte etter tilhørernes (seernes) reaksjon. Dette legger vekten på hva skjer i feltet, om der finnes personer og institusjoner som kan utfylle det som mangler.

Hver især av massemedia-metodene er igjen begrenset eller avgrenset, og derfor er de avhengig av hverandre. Hver for seg ap-

PELLERER de til sine grupper av folk og typer. Her skal vi ikke generalisere for meget. Men dette gjør at man nok kan si at masse-media er etter sin art samkjørende — de arbeider best sammen. Men dette er igjen bare mulig hvor der foreligger en grunnleggende «filosofi» bak bruken av hvert medium og bak samkjøringen. Underholdning er ikke et fullgodt motiv, heller ikke dette å lage «et godt program». Hvert program, hver sending, og sendingene tilsammen må ha en bestemt hensikt — det må foreligge et definerbart mål.

Så meget om de grunnleggende prinsipper.

Ved åpningen av Radio Evangeliets Røst sa jeg ting som jeg faktisk av en av mine overordnede ble bedt om ikke å si: «RVOG er for kostbar til å bli en internasjonal kristelig hustelefon». Dette har noe med radioens særegenskap å gjøre. Og det har med stasjonens hovedhensikt å gjøre. Første formålsparagraf er jo: «Å forkynne til flest mulig mennesker evangeliet om Jesus Kristus som det er åpenbart for oss i Skriften — som den eneste vei til frelse».

Det er ikke noe bemerkelsesverdig over denne paragrafen. De fleste misjonsradiostasjoner har noe liknende. De fleste er opprettet nettopp med tanke på å få de ikke-kristne i tale. Likevel sier dr. Clarence W. Jones, en av grunnleggerne av «Voice of the Andes» i Quito, Ecuador, at det er en kjent sak at de fleste utvikler seg til å tale mest til kristne.

Det var dette vi arbeidet med da vi i 1959, fire år før sendingene begynte, formulerte det nå så kjente og i enkelte kretser nesten beryktede «30–70 prinsippet». Forenklet vil det si at 30 % av programmene skal være direkte evangelieforkynnelse, mens 70 % er av kulturell og informativ karakter.

Ingen av oss ante at diskusjonen om disse «30–70» ville bli så intens og forvirret. Enkelte har endog greidd å lese inn i formelen at 70 % av programmene skal være sekulære. Ikke desto mindre ser jeg idag dette som en fordel at formuleringen er så knapp at den faktisk alltid må tolkes for å bli forstått.

Det hele må sees i sammenheng med formålsparagrafen:

1. Å forkynne for flest mulig mennesker evangeliet om Jesus Kristus som det er åpenbart for oss i Skriften, som den eneste vei til frelse.
2. Å styrke de kristne kirker innen radio-rekkevidde, ved å lage programmer som gir de troende føde for troen, og ved stadig å gjøre kirkene oppmerksom på de muligheter og det ansvar de har for evangelisering innenfor sitt eget område.
3. Å fremme utdanning og kultur ved kringkasting av undervisnings- og kulturprogrammer.
4. Å hjelpe kirkene med etterarbeidet.
5. Å lære opp radiofolk.

Jeg har faktisk i lang tid tenkt på et punkt til: Å sprede goodwill blant folkene. Hvorfor skal vi overlate dette til kommunistene og andre radikalere?

Evangeliseringen er altså nummer en! Det vil si at vi først og fremst vil ha de ikke-kristne i tale. Ikke fordi det er noe mindreverdige å tale til de kristne. Men fordi de ikke-kristne er i majoriteten — opp til 98 % av befolkningen. Og fordi radioen er den eneste mulighet til å nå disse mennesker. Å bruke stasjonen til å nå dem som allerede er nådd med evangeliet, ville være å forfeile oppgaven.

At man retter programmene mot de ikke-kristne betyr jo aldeles ikke at programmene dermed ikke er interessante også for kristne. Programmet blir jo ikke interessant eller kristelig fordi det er rettet mot de kristne, heller ikke blir det sekulært eller uinteressant fordi det taler til de ikke-kristne.

Enkelte av mine venner har sagt til meg: Når dere har kontroll over en slik sterk radiostasjon, så bruker dere den vel hovedsaklig til prekener og direkte forkynnelse? Jeg må jo svare som sant er: Gudstjeneste har vi så å si ikke, og prekenen dominerer såvisst ikke programtypen. — I *intensjonen* av spørsmålet er jeg selvsagt enig. Men i forståelsen av bruken av stasjonen kunne jeg ikke være mer uenig. For dersom vi nå brukte stasjonen som mine venner foreslår: til gudstjenester og prekener, til bibelstudier og vitnesbyrd med kirkeklokker og hammondorgel, med

mannskvartetter og musikk-forening, hva ville det føre til? Når kirkeklokken lyder, når hammondorglet intonerer, når mannskvartetten setter inn, da ser den ikke-kristne afrikaner (eller asiat) for sitt indre øye kirkedørene lukkes foran ham: her er noe for de kristne! Da har vi greidd å gjøre Radio Evangeliets Røst til en kristelig hustelefon. En internasjonal sådan. Og uansvarlig kostbar.

Det som fremfor alt har gjort Radio Evangeliets Røst kjent og respektert i Afrika og Asia er vår nyhetstjeneste. Altså en del av de «70 %». Jeg skal ikke her komme inn på de mer alminnelig kulturelle program. De representerer jo et forsøk på å tjene nesten – ved praktiske programmer som griper inn i dagliglivet: barneoppdragelse, almenhygiene, samfunnskunnskap og hele linjen ut. Jeg vil bare understreke at *alle* disse programmene skulle være kristne – de skulle alle ånde av kristent livssyn, og av kristi omsorg for menneskene. Men samtidig skal ingen av dem være søte eller dag-fjerne.

Hvorfor nyhetstjeneste ved Radio Evangeliets Røst? Det første svaret kunne formes som et spørsmål: hvorfor sender radio- og TV-stasjoner verden over sine viktigste programmer like etter kveldsnyhetene? Da har man nemlig lytterne. Men selv om dette ikke var så opplagt, ville vi ha vår nyhetstjeneste. Vi står i sannhetens tjeneste. Det hører med i denne tjeneste at mennesker skal få vite hva som foregår i verden – det hører med til et fullverdig menneskeliv.

Derfor avslutter vi ikke våre nyhetssendinger med et skriftsted som enkelte gjør – jeg vet med beste hensikt. Vi holder oss slavisk til at nyhetene skal stå på egne ben: faktiske, usensasjonelle og lavmælte. Uten kommentarer, ironi eller entusiasme.

Radioarbeidet er forresten fullt av selvmotsigelser. Samtidig som vi som prinsipp slår fast at jo mer personlig man kan bruke radioen, så er det en kjent sak at mange av de beste radiotalere bruker stemme som skulle de tale uten mikrofon til tusener av mennesker. Og når vi sier at radio (og andre massemedia) som regel er mer klimaskapende enn radikalt virkende, så har dette også sine unntagelser og motsigelser. «Vinden blåser

hvor den vil», sa Jesus. Han talte om den Hellige Ånd. Også våre lytterbrev forteller om omvendelser — i fengsel, på badestranden, i hjemmene.

Men det normale er at folk har blitt hjulpet, oppmuntret, velsignet. Og selv der hvor intet brev forteller om resultat hos enkelt-mennesker, kan det foregå noe meget grunnleggende og viktig i samfunnet. Vi skal være forsiktige med å gradere. Hva sier dere til dette som en fremstående embetsmann i en av de afrikanske nasjoner uttalte offentlig for en tid siden:

«I århundrer, ja, over 1000 år har vi i dette land levd side om side — kristne og muhammedanere. Vi har vært fryktssomme overfor hverandre, ja, vi har nok av og til hatet hverandre. Etter at Radio Evangeliets Røst kom på luften, har det foregått en merkelig klimaforandring. Muhammedanerne har oppdaget at de kristnes Gud jo ikke er *deres* — Han er Gud — punktum. Og dermed er mye av frykten borte.»

At det alminnelige misjonsarbeidet i det landet det gjelder, idag har meget bedre kår enn for fem år siden kan muligens ha noe med dette å gjøre. Men vi skal jo heller ikke her være for snare til å dra konklusjoner.

Jeg sa ovenfor at masse-media er mest effektive hvor de er nye. Så sant som dette er, vil jeg nødig at vi skal trekke feile slutninger. La oss dra fra Afrikas sjarmerende, men primitive verden til Japans tekniske høyder.

Dette fasinerende land har en befolkning på omkring 100 millioner. Derav mindre enn en prosent kristne. Spørsmålet for kristen misjon blir: *hvordan skal vi få de 99 i tale*. Jesus lignelse må her leses bakvendt.

Radio i så å si alle hjem, TV i 90 % av hjemmene i byene — 60 % på landet. De tre «store» avisene trykkes i et daglig opplag av 25 millioner eksemplarer.

Man skal ikke kjenne meget til situasjonen der før man forstår at ikke bare den beste, men faktisk også den *eneste* mulighet den kristne kirke har til å få disse millioner i tale er via masse-media.

Dette med enveiskommunikasjon har bestemt diktert Radio

Evangeliets Røsts såkalte «etter-arbeid». Det er jo bare ikke «etter-arbeid». Det begynner *før* programmene går på luften.

Dette «enveis-problemet» er blant annet grunnen til at programmene produseres (nyheter unntatt) i nedslagsområdene. Dermed har man unngått to store fristelser: å bygge opp en veritabel radio-by, hvorfra staben og deres venner «taler til verden» – eller å kalle på fjerne profeter og store navn fra verdens fire hjørner og kjøre med dem tidlig og sent.

Det er altså de kristne kirker som bruker Radio Evangeliets Røst som et teknisk hjelpemiddel i evangelieforkynnelsen. Dette er et meget viktig moment å notere seg.

Det er noe visst tragisk ved dette at den kristne kirke først i våre dager har begynt å våkne opp for forståelsen av masse-media – altså i en tid da selve den menneskelige «kommunikasjon» i seg selv er blitt et problem.

Man må også notere seg at det har skjedd på et tidspunkt da den kristne kirke for alvor tar preg av en *minoritets-bevegelse*.

Sett at dette gjennombruddet hadde kommet i middelalderen, da den kristne kirke var kulturskapende. Da den kristne kirke var den samlende og dominerende samfunnsfaktor. Man kan bare gjette seg til resultatet.