

Misjonsinformasjon i dag

HELGE KJØLLESDAL

Det er sagt at i enkelte vestlandsbygder i første halvdel av dette århundre visste de mer om de viktigste byene på Madagaskar enn folks viten om byer på Østlandet. I en tid da medietilbudet var magert sammenlignet med den nåværende eksplosjon av kanaler i eteren, spilte misjonsbladet en sentral rolle i folks lesning.

Disse bladene hadde en utbredelse som gikk godt utover de ivrigste misjonsvenners aktive krets. Misjonsbladene kunne ikke utstyrmessig sammenlignes med dagens moderne magasinformer i fire fargers trykk. Også tidligere bar mye av innholdet et forholdsvis krevende internt preg for lesere som sto i utkanten av den organiserte misjonsbevegelse. Men ikke sjelden ble leserne presentert for artikler med en bred folkeopplysende appell. Dyktige skribenter blant de første misjonærene kunne rive lesere med seg i levende skildringer. Observasjonene deres dreide seg om langt mer enn strikt rapportering fra selve misjonsvirksomheten.

Mang en norsk forfatter og politiker har siden fortalt hvordan de som barn fordypet seg i beretninger om folkeliv under fjerne strøk i bladene som lå framme på bordet hos mor og far eller bestemor. Det ble gitt rikelig plass til geografiske, kulturelle og historiske opplysninger. Artikler ble skrevet av misjonærer som også bidro med verdifulle tilskudd til kulturen i de land der de arbeidet.

Asbjørn Aaviks romaner og Racin Kolnes barnebøker har betydd mye for mange nordmenns forståelse av livet i Kina. Disse er bare to eksempler på et stort tilfang av litterær formidling fra misjonærer som fortjener å bli nærmere analysert - også ut fra stoffets folkeopplysende informasjonsverdi. Det gjelder i høy grad også de mer vitenskapelige sysler som en god del misjonærer drev med. På Madagaskar er det god grunn til å nevne opptegnelsene til ekteparet Borchrevink, Lars

Dahle og i nyere tid, Otto Chr. Dahl. Likeså arbeidene om indiske forhold fra Lars Skrefsrud, Paul Olaf Bodding og våre dagers Olav Hodne. Disse bearbejdet sine iakttagelser til systematisk vitenskap. Men parallelt skrev de også med faglig tyngde i bladene.

Pionerene tenkte stort ute. Denne tankegangen ga misjonsinformasjonen deres et perspektiv utover det å vedlikeholde lojalitet og giverglede hos en ivrig venneflokk. Misjonsinformasjon var mer enn giverpleie. Den hadde som siktemål å sette det totale misjonsoppdraget inn i et stort perspektiv: Misjon blir iverksatt i folkenes historie. Samtidig rommer oppdraget et budskap og en kraft som forandrer folkenes historie.

Allmenn historie

Kristningen av Norge handler ikke bare om kirkehistorie. Budet om Kvitekrist og framveksten av en kirke og sterke folkelige strømninger, ikke minst gjennom vekkelsene siden Hans Nielsen Hauges tid, er nasjonal historie. Kristningsprosessen preger litteraturen, billedkunsten, musikken. Kristendommens innvirkning og forandring av norsk kultur og levesett, norsk politikk og samfunnsliv, er naturligvis allmenn historisk arv.

Misjon har på samme måte bidradd til å forandre vilkårene for mange folkeslag, både på godt og vondt. Derfor blir misjonshistorien en integrert del av den nasjonale historie i de land der misjonærene virket. På sitt beste har misjonsinformasjonen klart å fange inn dette store almene perspektivet. Denne underlige bevegelse, båret av et kall til å bringe et budskap til verdens ender, har også preget norske fjorder og dalfører. I mange landsdeler fikk denne bevegelsen plass som en av flere hovedstrømninger. Fader Ibsen valgte å avlegge disse informatørene – «de slemme misjonærer fra Stavanger» – en visitt i selveste Peer Gynt. Det hadde han neppe gjort dersom de bare hadde vært et ubetydelig innslag i norsk samfunnsliv.

Subjektive observasjoner

Mitt oppdrag er å ta temperaturen på den nyere misjonsinformasjon. Jeg kan ikke legge noen systematisk undersøkelse til grunn for mine refleksjoner. De er basert på jevn lesning av noen misjonsblader og mer spredt innsyn i andre kilder som misjonsvenn, journalist og redaktør gjennom over tretti år. Konklusjonene har de subjektive observasjoners begrensede verdi.

Mitt inntrykk er at misjonsinformasjonen på mange måter avspeiler en mer overgripende utvikling av kristenfolkets stilling i Norge. Den er blitt gradvis marginalisert i etterkrigstiden, med en aksellererende

virkning de siste tjue år. Det er neppe kulturradikalernes hyppige kanonader mot slutten av forrige århundre og første halvdel av 1900-tallet mot misjon som kulturimperialisme som skapte de største problemene for misjon og informasjonen om virksomheten. Tvert om kunne nålestikkene fra Dagbladet og Theatercafeen ildne til mangt et apologetisk motstøt også utenfor misjonens indre kretser. Arthur Klæboes bok «Ullstrømper til Afrika» er et godt eksempel på dette.

Marginalisering

Misjonsinformasjonen har lidd mest under ghettoiseringstendensen som har fulgt mye av kristenlivet. Sosiologene har beskrevet på ulikt vis hvordan store deler av befolkningen i utkant-Norge mister tilknytningen til et helhetlig miljø når de flytter fra det lille hjemstedet til «Nærby» like utenfor de store befolkningsentra. I utkant-Norge kunne misjonsstevnet sommerstid eller misjonsbasaren om høsten være en begivenhet for nesten hele bygda. I «Nærby» hadde misjonsvirksomheten nedslag i noen forholdsvis anonyme foreninger og en gudstjeneste med spesielt misjonspreg fra tid til annen.

Økende pluralisering og privatisering av det norske samfunnet er et par stikkord som beskriver og forklarer hvordan helheten i etablerte miljøer blir splittet opp og gjør det vanskelig for folkebevegelser av ulike slag å beholde fotfestet i en bredere befolkningsgruppe.

Snevriere adresse

I takt med dette dreies misjonsinformasjonen gradvis mer og mer mot den indre krets av misjonsaktive. Det blir viktigere å styrke lojaliteten hos dem som fortsatt velger å være med på ferden. Dette preger selve innholdet i informasjonen. Frimodige henvendelser til en bredere lesergruppe svekkes i takt med denne utviklingen. Misjon som et bredt folkekirkelig anliggende får ikke den fremtredende plassen den hadde da for eksempel Stavangerske Dampskipsselskap valgte å sette opp ekstrabåter fra flere steder i Ryfylke for å frakte tusener som ønsket seg til Kristi Himmelfartsstevne på en av øyene. Dette var store folkelige begivenheter og der fikk de også informasjon fra fremmede himmelstrøk som inngikk i den kollektive hukommelse i bygdene.

Der pionerene nokså suverent beskrev misjonen som en del av Guds husholdning i historien, ble misjonsinformasjonen etterhvert innsnevret til opplysning og oppbyggelse for en indre kjerne. Informasjonen bærer preg av at misjonsbevegelsen får et selvbylte som interesseorganisasjon. Men i stedet for å nå potensielle nye venner, legges vekten på å beholde og bevare dem som allerede er aktive.

Internpreg

Misjonsbladene skrives og redigeres ut fra forutsetningen at mye er kjent fra før. Det er ikke lett å være ny leser av et misjonsblad. Navn på personer og geografiske angivelser, prosjektbeskrivelser og misjonsstasjoner omtales ofte som om leserne kjenner arbeidet på fingrene. Samtidig svekkes pionerens evne til å sette ting i sammenheng. «Human touch» som journalistisk genre får gradvis innpass i misjonsbladene. Intet vondt sagt om genren i og for seg. For nærkontakt med mennesker skaper engasjement. Men denne type innfallsvinkel kan bidra til å forsterke den interne tonen dersom den individualiserte beskrivelse ikke gir rom for å sette mennesker, arbeidsoppgaver, utviklingstrekk i misjonslandene i et større og mer overordnet perspektiv. Misjonsinformasjonen atomiseres.

Denne utviklingen skjøt fart i seksti- og første halvdel av syttitallet. Gradvis gir denne mer innadvendte redigeringen utslag på abonnementsstatistikkene. Opplagskurvene går nedover. Appellene om å forbli abonnenter øker i takt og styrke. Men dette gir foreløpig ikke sterke utslag på innholdet. Presentasjonen legges noe om. Norsk Misjonstidende går foran og legger om til magasinformat. Men foreløpig rettes ikke artiklene mot et bredere publikum.

I løpet av få år har en langt større del av befolkningen fått bedre utdanning og en mer kritisk sans for presentasjon og innhold. Fremdeles er en del misjonsblader sterkt preget av postkasseredigering av «historier fra misjonsmarken» som måtte dumpe ned på redaktørens skrivebord.

Journalistisk oppvåkning

Mot midten av syttitallet skjer det en endring i innholdet. En ny type misjonærer reiser ut. De har fulgt den sosial-etiske oppvåkningen i studietiden. Ved siden av teologistudiet har de hatt kontakt med samfunnsvitenskapelig tenkning i tilknytning til en engasjert samfunnskritisk debatt. Det professor John Nome betegnet som «student-opprørsbevegelsen» satte preg også på den teologiske og misjonsvitenskapelige refleksjon. Faktisk var dette med på å dreie fokus mer i retning av spørsmål som de beste blant pioner-misjonærene hadde vært opptatt av: Den samfunnsmessige og kulturelle sammenheng misjonen måtte utfolde sin virksomhet innenfor.

Også i konservative evangelikale kretser fikk antropologi og sosiologi en mer fremtredende plass som analytiske verktøy. Den store misjons- og evangeliseringskongressen i Lausanne i 1974 hadde rikelig rom for denne type tenkning. Og i Lausanne-erklæringen var

sosial-etikk en integrert del av den forpliktelse som ble løftet fram i arbeidet med å fornye kirkenes kall til å drive misjon.

Ny giv i redigeringen

Denne type tenkning fikk gradvis innpass i bladene og misjonsinformasjonen for øvrig. Samtidig ble det ansatt flere redaktører med journalistisk sans og skoloring. Misjonsorganisasjonene tok seg råd til å diskutere redaktørers journalistiske uavhengighet i forhold til valgte og ansatte ledere. På mange områder kunne leserne observere ny spenst i presentasjonen. Dette var naturligvis kontroversielt blant lesere som var blitt vant med de individualiserte «historiene» fra misjonsmarken. Men det ga mersmak blant mer utdannede lesere som satte pris på at det også var rom for en selvkritisk tilnærming til strategi og arbeidsmetoder.

I takt med at et utvidet perspektiv for misjonsinformasjonen fikk nytt innpass, har det skjedd kraftige endringer de siste tjue år i presentasjonen av stoffet. Misjonsinformasjonen har tatt den grafiske teknologi i bruk. I dag er layouten i flere av bladene fullt på høyde med andre trykksaker det er grunn til å sammenligne seg med.

Vi ser det også i annen type misjonsinformasjon. Organisasjonene nøyer seg ikke bare med å vise eksotiske gjenstander på utstillinger. De bruker hele bredden av medier, og det siste er planer om å opprette «hjemmesider» på Internett.

Druknet i medierevolusjonen?

Spørsmålet er om denne dreiningen i retning av en mer helhetlig tilnærming til hva informasjon skal inneholde er kommet tidsnok til at folk flest får øye på den. For i mellomtiden har det norske samfunn gjennomgått en medierevolusjon.

På sekstitallet var det norske folk såvidt preget av fjernsyn i svart/hvitt noen få timer hver dag. Folk lyttet fremdeles bare til en radiokanal. Den holdt pause noen timer midt på dagen og avsluttet sendingene senest klokken elleve på hverdagskveldene. De fleste hadde en, noen to, dagsaviser. Og ukebladene hadde stort sett en forholdsvis rolig familieprofil. Kjendisieriet skjøt for alvor fart på syttitallet. De fleste hadde oversikt over hva naboer og arbeidskamerater fikk inn av programmer og informasjon. Det gikk an å føre en samtale rundt matpakkene mandag om helgens tilbud i mediene.

Ingen fellesarena

I dag er dette langt på vei umuliggjort. Sjansen for at arbeidskameraen har kikket på «Fangene på fortet» på TV3 er like stor som at han

har fulgt Tande P. på NRK. Og radio er blitt en følgesvenn de gangene du barberer deg eller sitter i bilen. Og valget står mellom fire rikskanaler og et stort utbud av lokalradiosendinger. Det finnes ikke lenger noen fellesarena i mediene for diskusjon og utveksling. Det må i tilfellet være Dagsrevyen i NRK.

Det er i denne kakofonien at misjonsbladet kjemper om folks tid og oppmerksomhet. Det lever nå et liv som nisje-organ for spesielt interesserte. Fremdeles sitter redaktører med ambisjoner om å nå fram til et bredt publikum slik det hadde vært mulig i bygde-Norge den gang det samlede opplaget for misjonsblader talte mellom 100.000 og 200.000 abonnenter. Redaktører med gode forsetter, men svake arbeidsbudsjetter, vil så gjerne nå et bredere publikum. Og så sliter man med en dynamikk i konkurransen mellom mediene og økonomien i bladene som reduserer slagkraften. Det som var hederskroner informasjonskilder om livet i fjerne land, står i fare for å bli organer for meget spesielt interesserte, nesten på linje med fluefiskere eller hage-entusiaster.

Hans Nielsen Hauge kunne målbære sine anliggender innenfor en enhetskultur. Det gjaldt hans forkynnelse av lov og evangelium, hans kamp for industrireiseing og folkeopplysning og politiske protest mot embetsmannsveldet. Han møtte motstand og havnet i fangehullet. Men han ble hørt. Og hans lange vandringer ga gjenlyd.

Liten motstand

Dagens kamp for å vekke folket til misjon møter knapt motstand. Problemet er snarere om anliggendet blir hørt i et samfunn med sterk mediestøy. Fredsprisvinneren Elie Wiesel har gang på gang påpekt at motstand og lidelse ikke er det verste. Og dette sier han med tyngde etter selvopplevd lidelse i Auschwitz. Det er likegyldigheten som lammer.

Misjonsinformasjonen holder for tiden en brukbar standard, særlig målt etter det beste som står i de dyktigst redigerte bladene. Det er mye variert og innsiktsfullt stoff i forhold til de ressurser som er stilt til rådighet. Mye kan måle seg med det pionerene fikk til i sin formidling. Fremdeles er tonen til tider for intern. Men ønsket om å vekke til engasjement ut fra en større strategisk og historisk synsvinkel blir tidvis virkeliggjort både gjennom kronikkstoff, reportasjer og rapporter.

Problemet er å nå tvers gjennom støyende kommersialisering av mediene i møte med et stadig mer konsum-orientert kristenfolk. Det er de største og sterkeste som ser ut til å kunne overdøve de andre som legger beslag på oppmerksomheten.

Hviskingens kunst

Og da er det kanskje man velger å gå en helt annen vei: Det er som når læreren i barnehagen ikke finner noen annen utvei en regnværsdag når ungene hauker om kapp inne. Hun begynner å hviske. Gradvis forstår ungene at da må de dempe seg, for det kan hende hun sier noe viktig. Effektiv kommunikasjon kan være at man velger å hviske framfor å rope, sa forfatteren og journalisten Odd Kvaal Pedersen ved en anledning.

Dette krever at man virkelig har noe på hjertet som knytter an til folks liv. Kanskje må misjonsinformasjonen tenke nytt enda en gang. For budskapet og oppdraget er for viktig til at det bare formidles gjennom nisje-organer til en innviet krets.

Helge Kjøllesdal, f. 1945, cand. theol., informasjonssjef i Kirkens Nødhjelp. Tidl. journ./red. i Vårt Land. Utgitt diverse bøker.

Mission Information Today

The pioneers of Norwegian mission information often placed their writing in a broad historical context, regarding mission as an integral part of society. Gradually, however, both content and style were aimed more exclusively at the mission support groups, a sign that the missionary movement had become an interest organization with a more narrow scope. This trend changed somewhat with the social and political conscientization in the 1970s, but the new awareness of social context somehow drowned in the media revolution of the 1980s. In recent years mission publications have lost ground in the competition with other media.