



2.5. NÅR MEDIERNE ÆNDRER RELIGIONEN: KIRKEKRITIK OG SPIRITUALISME

Af Stig Hjarvard, professor ved Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet.

Han har senest udgivet bogen "En verden af medier. Medialiseringen af politik, sprog, religion og leg", Samfundslitteratur.

Medierne er blevet en helt central kilde, når danskerne vil beskæftige sig med religiøse anliggender i bred forstand. Kirkegang og bibellæsning er forbeholdt et beskedent mindretal, hvorimod en betydeligt større del af befolkningen bruger tv, romaner, film, internet og radio til at pleje magiske, åndelige og religiøse interesser uden for folkekirkens regi. De store fortællinger om det godes kamp mod det onde henter vi ikke længere fra bibelen eller andre religiøse skrifter, men fra film, tv, romaner og computerspil. Medierne formidler ikke blot tekster om religiøse emner, men producerer selv en mangfoldighed af produkter med større eller mindre religiøst indhold, der dermed præges af mediernes mellemkomst. Den faktuelle information og diskussion af religionen underlægges journalistiske nyhedskriterier, og de fiktive fortællinger produceres og formidles ikke af præsteskræber, men af professionelle mediefolk som instruktører, manuskriptforfattere, art directors m.fl.

Medierne er domineret af populærkulturens genrer og temaer, og som følge heraf bliver medierne en smeltedigel for alskens magiske, åndelige og religiøse emner. Medierne har ganske vist en stor forkærlighed for eksisterende religioner som kristendom, islam, buddhisme m.fl., hvorfor tv-serier, romaner, film og computerspil ofte genskaber og fortolker bibelske motiver eller bruger symboler og relikvier fra fremmede religioner. Men medierne er ikke interesserede i at forkynde religion, men vil primært forbruge religioner til egne formål. For medierne er de organiserede religioners fortællinger, ikonografi og liturgi et stort rekvisitdepot, som de kan bruge til at fortælle deres egne historier om magiske, åndelige og religiøse hændelser. Indiana Jones-filmene, tv-serier som LOST, J.K.Rowlings Harry Potter-historier og computerspilsucceser som World of Warcraft er således storforbrugere af religiøse elementer, der blandes og ændres til nye mytologiske fortællinger.

Jyllands-Postens offentliggørelse af Muhammed-tegninger viste med al tydelighed, at medierne kan være med til at udfordre eksisterende religioner, ligesom medierne kan bruges til at fremme religiøse interesser. Med mobiltelefoner kunne islamiske tilhængere annoncere og koordinere spontane demonstrationer på tværs af landegrænser, og danske myndigheder måtte på arabiske satellitkabler og internettet udøve diplomatiske anstrengelser i fuld offentlighed. Mediernes betydning for religionen er imidlertid ikke forbeholdt islam. Også den hjemlige protestantiske kirke er på flere måder udfordret af mediernes øgede betydning i samfund og kultur. Medierne har på en række områder overtaget folkekirkens rolle, men her er der tale om en proces, der er foregået over længere tid og uden de store politiske eller religiøse konflikter.

Medialisering

Mediernes påvirkning af religionen hænger sammen med en mere generel proces i kultur og samfund: *medialiseringen*. Herved forstås den dobbeltsidede proces, hvor medierne på én og samme tid udvikler sig til en selvstændig institution i samfundet og bliver en integreret del af andre samfundsinstitutioners virke. For hundrede år siden var medierne primært redskaber for andre institutioner i samfundet: partipressen var et redskab for de politiske partier, bøger og tidsskrifter tjente videnskab, kunst og kulturliv og religiøse organisationer. Fra mellemkrigstiden og frem udviklede en række medier sig til kulturinstitutioner. Aviserne



DET TEOLOGISKE FAKULTET

AARHUS UNIVERSITET

Løsrev sig fra partiernes snærende bånd og udviklede sig til en omnibuspresse præget af et mere mangfoldigt stof med en flerhed af synspunkter. Tilsvarende blev radio og tv frem til 1980'erne styret ud fra en repræsentationslogik, der tilsagde, at alle samfundets institutioner inden for politik, kultur, videnskab osv. havde krav på at blive repræsenteret og formidlet i radio og tv. Som konsekvens var radio og tv befolket af fagfolk fra mange forskellige områder, der i populær form formidlede kundskab til folket. Historikeren levendegjorde danmarkshistorien, filmmagisteren belærte om filmkunsten, og zoologen berettede om livet i skove og søer. På religionens område blev kristendommen repræsenteret gennem forkyndende udsendelser (gudstjenester, andagter osv.) og faste programmer om eksistens og religion, hvor det typisk var teologer og øvrige religionssagkyndige, der kom til orde.

I løbet af de sidste 25 år har medierne gradvist opgivet deres opgaver som kulturinstitution og er i stedet blevet en selvstændig medieinstitution. Herved forstås, at medierne i stigende grad styres af egne hensyn og interesser, hvor kommercielle, teknologiske og genremæssige krav har en central placering. Formidlere med sagkundskab om indholdet har fået en mindre fremtrædende rolle, og til gengæld har faggrupper med forstand på medierne fået større indflydelse. I den nye medievirkelighed er det viden om og hensyntagen til publikumssegmenter, genreformater, digitale platforme, finansieringsformer osv., der udgør den nye styringslogik. Det har ført til nye vurderingskriterier for medieindhold; om et kulturprogram i tv er vellykket drejer sig derfor mindre om, hvorvidt det eksempelvis afspejler litteraturens egen dagsorden, og mere om hvorvidt det er vellykket som tv-program, dvs. har en dramaturgi der passer til tv-mediet, har tv-egnede medvirkende og bliver set af de segmenter, der passer til det pågældende sendetidspunkt og kanal. Denne udvikling er måske særlig tydelig på radio- og tv-området, fordi vi her har en tidligere målestok (DR under monopolet) at sammenligne med, men det gælder stort set alle medier, at de i dag først og fremmest er styret af mediernes egen logik. Indhold produceret til nye medier som internet, mobiltelefoner, spillekonsoller m.v. er ikke hæmmet af et hensyn til at repræsentere andre samfundsinstitutioner.

I denne proces er også religionen blevet medialisert. Som konsekvens er medierne blevet en hovedkilde til oplevelser og information om magi, åndelighed og religion. Samtidig har medierne overtaget en række af de fællesskabsformidlende opgaver, som tidligere lå i kirkens regi. Medierne bidrager til at organisere fællesskab og tilhørssted, hvad enten det drejer sig om tv-mediets store nationale fællesskab eller interaktive mediers mindre venskabsgrupper. Medierne ritualiserer hverdagslivets små overgange og fællesskabets store begivenheder. Hvor det før var traditionsforvaltende institutioner som kirken og skolen, der leverede moralsk orientering, er det i dag medierne, som den moderne dansker tyer til for at afsøge tidssvarende normer for passende adfærd og holdninger. Medialiseringen afspejler sig direkte i en manglende autoritet hos den protestantiske kirkes ledere, når de skal optræde i medierne. Moderne danskere finder således slet ikke, at præster og biskopper bør have nogen fortrinsstilling i medierne, når det gælder om at tale om kultur, moral og etik. Selvom disse emner turde være områder, hvor folkekirkens repræsentanter i egen selvforståelse har en betydelig autoritet, finder et overvældende flertal af den danske befolkning, at kirkens repræsentanter ikke har nogen forrang frem for andre på disse områder.



DET TEOLOGISKE FAKULTET

AARHUS UNIVERSITET

| | Tro | | | | | Andet |
|---------------|-------|------------------------------|------------------------------|---|---------------------|-------|
| | Total | Jeg tror på en personlig gud | Jeg tror på en åndelig kraft | Jeg er i tvivl, om der findes en gud eller en åndelig kraft | Jeg er ikke troende | |
| Helt uenig | 61,8 | 48,7 | 68,6 | 52,5 | 75,2 | 58,8 |
| Delvist uenig | 18,1 | 26,1 | 14,4 | 22,8 | 10,6 | 5,9 |
| Delvist enig | 11,4 | 13,2 | 10,3 | 14,6 | 7,8 | 17,6 |
| Helt enig | 3,9 | 6,4 | 3,5 | 3,2 | 2,3 | 5,9 |
| Ved ikke | 4,8 | 5,6 | 3,2 | 6,8 | 4,1 | 11,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Table 1. Holdning til udsagnet: "Præster og biskopper har større ret end andre personer til at udtale sig i medierne om kultur, moral og etik". CAWI-undersøgelse gennemført af analysebureauet Zapera, juni 2006. N= 1004. Kilde: Stig Hjarvard: "En verden af medier", side 185.

Den nye åndelighed

Generelt kan man sige, at de medieprodukter, der i bred forstand tematiserer religiøse emner og som cirkulerer i Danmark og andre vestlige lande, bidrager til en mere individualiseret og forbrugerorienteret holdning til religion. Omgangen med det magiske, åndelige og religiøse i medierne udgør mere en ressource for personlig selvudvikling og bidrager kun i ringe grad til en institutionaliseret religiøsitet. Karakteristisk for den medialiserede religion er således, at den ofte er kritisk over for organiserede kirkesamfund, men samtidig er følsom over for den individuelle tro. Dan Browns roman og film *Da Vinci Mysteriet* er et skoleeksempel på denne kombination af håndfast kirkekritik og spirituel sensualisme. Religionssociologen Christopher Partridge ser således Dan Browns bog som et udtryk for "occulture": en moderniseret form for okkultdyrkelse, hvori vi finder en cocktail af konspirationsteorier, selv-centreret spiritualisme, romantisering af det førmoderne og dyrkelse af det "helligt feminine".

Da Vinci Mysteriet blev en global mediebegivenhed, der ikke kun udbredte Dan Browns alternative udlægning af det nye testamente, men også affødte en lavine af kritik og diskussion i form af debat- og dokumentarprogrammer i tv, sribetext af bøger, websites med gendrivelsers af påstande osv. Kritikken af bogen og filmen for at være præget af faktuelle fejl kom ikke kun fra religiøst hold, men tillige fra historikere m.fl., og generelt var medierne fulde af vurderinger af holdbarheden af bogens kritik af religion og kirke på tidspunktet omkring filmpremieren. I lyset af dette er det interessant at se på, i hvilket omfang danskerne afviste eller tilsluttede sig Dan Browns kritik. Adspurgt omkring en måned efter filmpremieren i Danmark fandt halvdelen af danskerne (50,4 %), at kritikken enten var delvist korrekt eller korrekt. 31,5 % fandt at kritikken var forkert eller delvist forkert, og 18,2 % vidste ikke, hvad de skulle mene om dette spørgsmål.



DET TEOLOGISKE FAKULTET

AARHUS UNIVERSITET

| | Total | Tro | | | | Andet |
|-----------------|-------|------------------------------|------------------------------|---|---------------------|-------|
| | | Jeg tror på en personlig gud | Jeg tror på en åndelig kraft | Jeg er i tvivl, om der findes en gud eller en åndelig kraft | Jeg er ikke troende | |
| Forkert | 14,5 | 28,9 | 9,2 | 13,0 | 12,5 | 14,3 |
| Delvist forkert | 17,0 | 22,2 | 17,2 | 18,0 | 12,5 | |
| Delvist korrekt | 39,8 | 21,1 | 49,4 | 38,0 | 42,0 | 28,6 |
| Korrekt | 10,6 | 6,7 | 10,3 | 10,0 | 14,3 | 14,3 |
| Ved ikke | 18,2 | 21,1 | 13,8 | 21,0 | 18,8 | 42,9 |
| I alt | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Tabel 2. Vurdering af *Da Vinci Mysteryets* kritik af den kristne kirke. Fordeling af svar på spørgsmålet: "I *Da Vinci Mysteryet* kritiserer Dan Brown den kristne kirke for at have undertrykt og hemmeligholdt forskellige forhold omkring Jesus og Maria Magdalene. Hvordan vurderer du som helhed kritikken af den kristne kirke i *Da Vinci Mysteryet*?" Blandt det samlede antal respondenter (1004) havde 483 personer læst bogen eller set filmen; kun sidstnævnte indgår i procentudregningen. CAWI-undersøgelse gennemført af analysebureauet Zapera, juni 2006. Kilde: Stig Hjarvard: "En verden af medier", side 197.

Bag denne overordnede fordeling af svar finder man imidlertid store udsving i vurderingen, når man ser på, hvilken religiøs tro de pågældende respondenter har. Tror man på en personlig gud, finder man en betydelig afvisning af Dan Browns budskab, idet 51,1 % af disse siger, at kritikken er forkert eller delvist forkert. Kun 27,8 % i denne gruppe finder, at kritikken er delvist korrekt eller korrekt. Personer, der tror på en åndelig kraft, tvivlerne og de ikke-troende, er derimod langt mere tilbøjelige til at acceptere *Da Vinci Mysteryets* kritik. Især personer med en tro på en åndelig kraft tilslutter sig *Da Vinci Mysteryets* kritik, hvilket formodentlig skal ses i sammenhæng med, at fortællingen ikke er antireligiøs, men tværtimod formidler et spirituelt kærlighedsbudskab med fokus på sensualisme og feminisme.

De organiserede religioner er naturligvis ikke kun genstand for kritik og konkurrence fra mediernes side, og de forskellige trossamfund bruger selv medierne til at fremme egne formål. Generelt peger undersøgelser imidlertid på, at de organiserede religioners brug af nye medier ikke giver dem mange nye tilhængere ud over de allerede troende. Til gengæld kan brugen af eksempelvis internettet være med til at ændre forholdet mellem kirke og menighed, sådan at den enkelte tilhænger får mulighed for et mere individualiseret trosforhold. Både de "store" massemedier og de "små", interaktive medier er således med til at ændre religionens rolle i samfundet. Den overordnede tendens synes at være, at medierne bidrager til kritik af den organiserede kirke, samtidig med at de befordrer en individualiseret og forbrugerorienteret form for spiritualisme.