



DEN NORSKE KIRKE

Kirkerådet, Mellomkirkelig råd, Samisk kirkeråd

UKM 05/06 Kirken og massemedia - Hvordan vil vi at kirken skal fremstå?

Innledning

Av og til kan vi ergre oss over at TV, radio og aviser kun lager negative oppslag om kirken. Men hva er det vi egentlig ønsker at massemedia skal formidle isteden? I kirken har vi mye felles, samtidig som vi har et stort mangfold. Hva som sies om kirken i pressen er avgjørende for inntrykket som mange mennesker har av kirken. I et informasjonssamfunn er Den norske kirkes kommunikasjon i det offentlige rom avgjørende for menneskers relasjon til kirken. *Hvordan vil vi at kirken skal fremstå i massemedia? Hva er det vi ønsker å formidle?*

Det er flere ting som kan "forstyrre" det budskapet vi ønsker å sende fra kirken. Disse truslene gjør at kirken ikke blir forstått eller oppfattet som relevant, troverdig, sannferdig og interessant. Kirkens nasjonale massekommunikasjon preges i dag av:

- Enkeltstående og frie uttalelser (meningsytringer): personer som uttaler seg til pressen med egne synspunkter, og som sjelden taler på vegne av hele mangfoldet i kirken
- Manglende helhet og sammenheng i budskapet
- Innadvendt språkbruk (for eksempel teologiske fremmedord)
- Uklar avsenderstruktur, mange avsendere,
- Ingen styringsdokumenter for kommunikasjon på nasjonalt plan
- Ingen visuell identitet, logo eller symboler, med unntak av kirkens våpen.

Den norske kirkes våpen er kirkens eneste kjennemerke i visuell massekommunikasjon. Kommunikasjonen støttes ikke av felles grafiske retningslinjer forøvrig. Kirkelige organer har i dag ulike visuelle identiteter, dette er med på å svekke kirkens kommunikasjon.

Undersøkelser fra Sverige viser at kirkemedlemmer tror de har flaks når de har deltatt på en god gudstjeneste, vielse eller dåp. Dette bygger på at massemedienes bilde av kirken ikke ligner den *erfarte* kirken. Mediene etterspør personkonflikter og kriser. Dessverre er også kirkesaker ofte preget av konflikter. En medvirkende årsak til negativ eksponering er kanskje manglende kunnskap i både konflikthåndtering og mediekontakt. Hva kan vi gjøre med det?

Bakgrunn for saken

Bakgrunnen for saken er at Kirkemøtet har bedt om at det lages en kommunikasjonplattform for Den norske kirke.

Den norske kirke står overfor store kommunikasjonsutfordringer den neste femårsperioden. Det gjelder forholdet mellom stat og kirke, homofilisaken og

«Soa_Adr2»	E-post: «Soa_Email»	Telefon: «Soa_Tlf»
«Soa_Adr»	Web: «Soa_div3»	Telefax: «Soa_Fax»
«Soa_Postnr» «Soa_Poststed»	Org. nr.: «Soa_div1»	Bankkontonr: «Soa_div2»

religionsmøter. Det er vårt felles oppdrag å gjøre Den norske kirke *tydelig, synlig og virkelig* for mennesker. Arbeidet med en kommunikasjonsplattform er første del i dette arbeidet. Med kommunikasjonsplattform forstås et kortfattet dokument om 1) hva DnK forstår med ”kommunikasjon”), 2) noen begrunnede nøkkelord som fanger den kommunikasjonsutfordring de vedtatte planene gir, og 3) mål og rammer for årlige handlingsplaner. Ungdommens kirkemøte utfordres til å si noe om hva som skal være det sentrale og viktige i kirkens kommunikasjon.

Problemstilling

”Å være biskop er en tilstand, ikke en jobb. Det kan bære eller bryte. Biskopen er et symbol, et bud om det hellige for den som vil høre. Nordmenn er frie til å la det være. Ikke alle bryr seg om biskopene, men påfallende mange brød seg om Gunnar Stålsett da han var biskop i Oslo. Hva var det ved hans måte å kommunisere som biskop, som ga slik kontakt?” skriver Knut Lundby i Kirke og Kultur nr. 1 – 2006.

Som leder i kirken har man et ansvar for å drive profesjonell informasjonsvirksomhet. En leder er et ansikt utad på vegne av mange. Lundby understreker at kirken har store muligheter og innehar et stort potensial.

Men hvilke verdier skal lederne kommunisere? Er det opp til den enkelte prest eller biskop å vurdere? UKM kan påvirke dette ved å uttale seg om hva som bør prege kirkens kommunikasjon.

De nøkkelordene som man har samlet seg om til nå er at DnK skal formidle **NÆRVÆR og HÅP**. De klinger av løftet fra profeten Jeremias om ”framtid og håp”, de gir retning for kirkens kommunikasjon i dag, og de springer ut av kirkens strategi fram til 2008:

Den norske kirke skal være en ”bekjennende, misjonerende, tjenende og åpen folkekirke”. Alle disse kjennetegn ved kirken handler både om nærvær og håp. En folkekirke har nærvær med kirkebygg og sokn overalt i landet; i kirkelige handlinger, diakoni m.v. Gjennom dette nærvær skal kirken forkynne håp ”i troen på den treenige Gud” og ”forsoningen i Jesus Kristus”.

Den norske kirkes fire satsingsområder (trosopplæring, gudstjeneste, ung i kirken og diakoni) handler om nærvær og håp: *Trosopplæringen* er for alle (=nærvær) med bakgrunn i dåpen (=håp). Et rikt *gudstjenesteliv* (=håp) skal formes i møte med menneskers virkelighet (=nærvær). *Diakonien* vil støtte og vise omsorg (=nærvær) og kjempe for fred, forsoning og rettferd (=håp). *Unge i kirken* (=håp) skal oppleve seg som fullverdig del av fellesskapet (=nærvær).

Behov for å oversette det religiøse språket

Kommunikasjon dreier seg dypest sett ikke om hva som blir sagt, men om hva som blir forstått. Spørsmålet man må stille er hvordan folk reagerer på det kirken sier og gjør. En viktig betingelse for å lykkes med kommunikasjonen er å kunne forstå den tiden vi lever i slik at vi snakker direkte inn i folks liv. Religiøse begreper og ord må ”oversettes” fra et indre-kirkelig religiøst språk til et mer allment forståelig språk. Et trossamfunn må lære seg å tilpasse sitt språk til de omgivelsene det lever i, for i vår hverdag vil flesteparten ikke forstå de religiøse begrepene og ordene og dette vil dermed bare virke fremmedgjørende.

Selv om det å kommunisere verdier er en krevende øvelse, er det i dag enda mer krevende å snakke om dogmatikk. Kirkemøtet har vedtatt denne målformuleringen for

Den norske kirke: *Den norske kirke er en bekjennende, misjonerende, tjenende og åpen folkekirke.* Hva betyr dette egentlig? Hvordan kan vi formidle dette med et språk som folk forstår?

Profesjonell informasjonsvirksomhet

Hva gjør vi for å skape et helhetlig bilde av hva kirken er? Hvordan ivaretar vi våre relasjoner til våre medlemmer og andre? Nasjonale styringsdokumenter for kommunikasjon vil kunne skape et felles budskap som kirken sender til sine medlemmer gjennom massemedia. Dette finnes ikke i dag. Dermed blir ofte effekten av kirkens kommunikasjon ofte tilfeldig.

Å arbeide fram noen *felles verdier* for kirkens kommunikasjon vil kunne bidra til at biskoper og andre viktige talspersoner vil føle seg forpliktet til å formidle dette dersom en samlet kirke står bak disse.

Kirkens kommunikasjon – planstruktur

Som avsender kan Den norske kirke aktivt bidra til at mennesker får en god relasjon til kirken. Mediene har sin agenda, og kirken kan på sin side styre sin kommunikasjon gjennom god planlegging. Slike styringsdokumenter vil bidra til å sikre at Den norske kirke kan fremstå med troverdighet.

Her ser du eksempler på ulike måter å planlegge kommunikasjon, fra visuell profil og konkrete tiltak til de grunnleggende verdier som skal prege all kommunikasjonen.

VISUELL STRATEGI
Hvordan skal budskapet se ut?

KOMMUNIKASJONSPOLICY
Hvem skal si det?

TILTAKSPLANER
Hva skal vi gjøre for å nå ut til våre målgrupper med vårt budskap?

PLANER FOR DEN ENKELTE MEDIKANAL
Hvordan kan denne kanalen (eks. websiden) bidra til å nå våre mål?

KOMMUNIKASJONSSTRATEGI
Hva skal kommuniseres?

KOMMUNIKASJONSPLATTFORM
Kommunikasjonsverdier og visjoner

Hvorfor trenger vi en kommunikasjonsplattform?

På tross av teologiske skillelinjer er vi sammen om et større oppdrag som samler og forener kristne over hele verden. Vi deler troen, håpet og kjærligheten.

Kommunikasjonsplattformen skal være retningsgivende for kirkens virksomhet, fra prestens møte med barn i kirken til biskopens uttalelse i media.

Spørsmål til samtale:

1. Hva mener du bør være de viktigste verdiene som kirken skal kommunisere?
2. Hva betyr det for deg at kirken skal formidle NÆRVÆR OG HÅP?
3. Hva betyr det for ungdom i Den norske kirke at kirken skal formidle nærvær og håp?