

Medienes bilder er pr. definisjon skjeve, fordi de alltid er redigert, basert på utvelgelse av noe og utelatelse av noe annet. Denne konstruksjonen kan skje ut fra aksepterte prinsipper, men bildet – bakteppet – kan aldri bli fullstendig.

#### Symbolske univers

Mediene forsyner folk med et symbolsk univers. Kirkens rolle som leverandør av symbolske premisser for samfunnet er langt på vei erstattet av mediene; som formidler og skaper et sammensatt symbolsk univers der kirkens gamle symboler blandes med symbolske innslag fra andre kanter, slik mediene redigerer det. Det er ikke de religiøse institusjonene, men redaksjonene, som styrer som-bolsammenstillingen.

Mediene er personorientert. De religiøse institusjonene og deres symbolbærere prøves i mediene, ikke på autoritativ tale, men på om de personer som står fram på religionens vegne, er troverdige ut fra de kriteriene som mediene setter opp. Biskop, prest og imam er utsatte symbolbærere i så måte.

Teologi som dogmatikk og læreforkynnelse vil finne liten gjenklang i de fortolkningskjemaene som mediene i dag opererer etter. De religiøse institusjonenes selvforståelse kan virke livsfjern og irrelevant for folk hvis den ikke utvikles i forståelse av og kritisk kommunikasjon med mediens fortolkningskjemaer.

#### Referanser

Dayan, Daniel and Elihu Katz (1992): *Media Events. The Live Broadcasting of*

*History*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.

Fiske, John (1990): *Introduction to Communication Studies*. 2nd ed. Routledge, London.

Jensen, Ingebrigt Steen (2001). 'Mette-Marit og flua', *Vårt Land*, 8.9.2001

Leach, Edmund (1976). *Culture and Communication. The logic by which symbols are connected*. Cambridge University Press, Cambridge.

Lundby, Knut (1993). *Mediekultur*. Universitetsforlaget, Oslo.

Lundby, Knut (1997). 'The Web of Collective Representations', i Stewart M. Hoover & Knut Lundby (red.), *Rethinking Media, Religion, and Culture*. Sage, Thousand Oaks.

Turner, Victor (1974). *Dramas, Fields, and Metaphors. Symbolic Action in Human Society*. Cornell University Press, Ithaca.

van Gennep, Arnold (1960). *The Rites of Passage*. The University of Chicago Press, Chicago.

Wolfe, Kenneth M. (1984): *The Churches and the British Broadcasting Corporation 1922–1956. The Politics of Broadcast Religion*, SCM Press, London.

**Knut Lundby, professor i medievitenskap, faglig leder for InterMedia, Universitetet i Oslo. ADR: knut.lundby@intermedia.uio.no**

**Arild Romarheim:**

## Mangfold og trend

### Religiøse tendenser innenfor forskjellige deler av norsk ukebladvirkelighet

#### Noen sprikende eksempler

Noen spredte glimt fra norsk ukebladpresse kan illustrere det store spekter vi nå har å gjøre med i dette enorme markedet. Variasjonen er stor både når det gjelder typer av blad og typer av budskap.

#### Åndeunivers for middelaldrende:

To sjamaner fra Bergen, blir tilkalt fra ulike deler av landet for å få bukt med spøkelses. «Vi samler sammen de forvirrede sjelene som gjenferd jo er, så får vi dem til å forstå at de ikke lenger kan fortsette å være her i vår verden, men må gå mot lyset». Disse to har vært på TV, de har vært i VG (22/12 96) og de har vært i ukebladet *Hjemmet*, hvor deres praksis også settes inn i en New Age-sammenheng:

«I de nærmeste årene vil flere og flere mennesker få overnaturlige opplevelser... Jordens svingfrekvens øker fram mot årtusenskiftet... Vårt syn på skolemedisin vil forandre seg. Og vår virkelighet vil nærme seg den overnaturlige virkelighet, slik at vi oppfatter flere signaler fra den andre siden. Flere og flere vil oppleve å bli plaget av spøkelses...» (*Hjemmet* nr. 20/97).

#### New Age for damer:

Kvinner og klær (KK) har som et av sine førstesideoppslag «New Age på badet: Den nye skjønnhetspleien». Et japansk firma, Shi-seido, har lansert en komplett pakke for alternativ skjønnhetspleie med kremer, massasjeoljer og badevannstilsetninger. Videre kan man bruke dufter (røkelse) og te – gjerne

i kombinasjon med yoga, reiki, fargerapi eller aurabalansering – som alt til sammen bevirker at man blir vakker *innenfra*. Badet er det nye meditasjonsrom, husets viktigste rom. Gjennom sansene påvirkes ånden som igjen påvirker ditt utseende. Tidligere produkter virket utenpå. De nye kosmetikk-produktene har større ambisjoner:

«De vil gjøre oss til bedre mennesker. Sansestimulerende føl-deg-vel-produkter som virker oppkvikkende og stimulerende eller avslappende og beroligende etter behov, lover så vel økt livsglede og energi som harmonisk velvære... Skjønnhet i år 2000 handler om selvaktelse, utstråling, tilfredshet og velbefinnende.» (KK1200).

#### Magi for barn:

I august 2001 lanserte Disney et nytt tegneserieblad, *Witch*, skreddersydd for 13-åringer, og med stor appell ned til 8–10-årsalder med magi som hovedtema. Her tegnes et åndskampunivers hvor fem høyst alminnelige jenter er på arenaen, med «Will» i hovedrollen. De er blitt utvalgt til «hekser» av et himmelsk kollegium av mektige ånder, en tanke tydelig overtatt fra teosofiens tale om «mesterne». Disse våker over verdens åndelige utvikling fra et himmelsk tempel (i bladet kalt «Kandrakar») høyt over alle galakser. De fem blir tildelt magien som våpen. Den kan brukes i direkte åndskamp, som når f. eks. ekte demoner sniker seg inn i den ellers harmløse halloween-feiringen. De magiske ferdigheter kan også brukes når man blir hørt av læreren, slik at han styrer

unna den delen av lekse man ikke kan. Det spesielle er at bladet legger opp til en direkte kobling mellom den magiske virkeligheten og den hverdagslige. Dette er dermed ikke eventyr, i så måte ganske annerledes enn Harry Potter-bøkene. Lykkeamulett ligger ved. Leseren oppfordres til å praktisere. Når jentene er i sin heksestatus får magiske vinger, som alver. Det brukes også en tradisjonell okkult terminologi:

«Will skal arve Kandrakars hjerte, smykket som inneholder luften, vannet, jorden og ildens hemmeligheter. Will bærer i seg de fire elementenes kraft, en kraft som hos henne blir til ren energi.» (Witch 1\2001).

#### Åsa-tro for ungjenter:

Det fremste trenbladet for jenter i dagens Norge, Det Nye, har i sitt oktobernummer 2001 en seriøst anlagt artikkel om seksuelle misbruk i kristne miljø. I lederartikkelen, «Frelst og forført» kontrasteres denne kristne forførelse med den forgudede status kvinnen har innenfor moderne åsatro, hvis gudsdyrkelse beskrives i en egen reportasje i samme blad. Redaktøren tar i sin leder et kraftig oppgjør omkring mannsreligiøsitet (nemlig innen islam/kristendom) og hun anbefaler i stedet åsatro:

«Det er sjelden jeg går så sterkt ut, men vranglære om kjønn, raser og tro har om igjen og om igjen forårsaket undertrykking, arroganse, maktkonsentrasjon, drap og krig. Og nå nylig, torpedering av World Trade Center i New York... Hvis man først må ha en tro, så takke meg til Odin og Tor ... det fine med Odin og Tor er at de godtar andre guder enn seg selv, til og med kvinner!... Dessuten krever ikke disse gudene underkastelse og ydmykhet... Gudene er som deg og meg, de har begrensede ressurser, så be ikke i tide og utide, råder Mari, som er frelst, men ikke forført» (Det Nye nr. 12\01).

#### Religion som kuriositet – mest for de ekstreme:

I januar 2001 feiret hinduene sin aller største festival, Kumbh Mela. Vi Menn presenterer i den anledning et bilde av en deltaker som har sittet med hånden i været i 27 år, så den er helt forkrøplet. Og bladet kommenterer slik:

«Menneskene er blant de mest oppfinnsomme dyra i vår verden. Ta nå for eksempel Maharaj Amer Bharti som er hindu og en hellig mann... Elven Ganges, som renner gjennom byen som en kloakk, blir for troende hvert 12. år forvandlet til en nektar som vasker vekk syndene til dem som bader i den. I år regner man med at 70 millioner syndere besøker festivalen for å vaske av seg sine skitne gjerninger...». (V.M. 6\01)

#### Advents-stillhet i kirken – for alle aldre:

Norsk Ukeblad for 20.november 2001 kan stå som et typisk eksempel på et familieukeblad i møte med den store høytid som nærmer seg. I artikkelen «Besøk en kirke i julestria: Tenn et lys for verdensfreden» møter vi mor (41) og datter (13), kaffekoker Kristine (88) samt to venninner (begge 20 år). De tenner lys ved lysgloben i Oslo domkirke. Det presenteres også en liste over tilsvarende åpne kirker ellers rundt omkring i landet, hvor man kan være stille, be eller få samtale med en prest eller diakon. 20-åringene sier at de ved å tenne lys «sender tanker» til dem som lider, spesielt i Afghanistan, «det er vår måte å hjelpe på». Og på lederplass avslutter redaktøren slik:

«Her i bladet begynner sidene å preges av julen som nærmer seg. Den setter våre liv i perspektiv, og gir grunn til glede og ettertanke. Den bringer håp og forsoning. Og tid til nærhet. Ha en fin uke!» (NU 47\01)

#### Et stort marked.

Det selges nå 80–90 millioner ukeblad pr. år i Norge. Snittopplaget for alle utgivelser er

Tabell 1	1970	1977	1988	1997	2000
Se og Hør (fra 1978)			296000	392000	416000
Hjemmet (1909)	170000	318000	325000	257000	249000
Norsk Ukeblad (1933)	275000	292000	293000	204000	178000
Familien (1939)	89000	115000	145000	165000	170000
Allers (1897)	212000	235000	154000	124000	113000

på 90-tallet var 2,5 mill. Det vil si at det kjøpes ca. 1,4 blad pr. husstand. Antall lesere regnes å være rundt fire ganger så stort som opplaget (Gripsrud 1999:19 & 27). En tabell som viser opplagstallene for de fem største ukebladene i Norge ser slik ut, i følge de senest tilgjengelige tall fra Statistisk sentralbyrå (tabell 1).

Andre viktige blader (ukentlig) og magasiner (månedlig) rangert etter opplagstall for 2000: bladet Vi Menn (105 000), magasinet Illustrert Vitenskap (74 000), magasinet Det Nye (72 000), bladet Kvinner og Klær (70 000). Undersøkelser viser at ukebladene betyr mye for leseren, det bekrefter identitet og kan gi en følelse av intimitet, særlig dersom man redaksjonelt kan skape en «personlighet», som leseren kan kommunisere med (Rørslett 1977:62). Lederartiklene er betydelige i denne sammenheng. Påvirkningen

forsterkes ved gjentakelser og den når særlig inn på områder hvor han/hun fra før av ikke har for bastante overbevisninger (Braaten 1978:19). Det utgis i dag vel 1300 forskjellige ukeblader i Norge, til en samlet omsetning på over to milliarder kroner.

#### Familieblader og andre blader

Forbrukerundersøkelsen 1999 fra Norsk Gallup viser følgende rangering når det gjelder hva slags ukeblad man har «lest eller tittet i» de siste 12 måneder (tabell 2).

Man kan gjøre seg mange iakttagelser utfra denne lille tabell. Kjendisbladet Se og Hør, som er nokså religionsløst, er noe for seg selv, ikke bare som bladtype («sladrebblad») men også i opplagstall. Den topper listen suverent, etterfulgt av familieukebladene Hjemmet og NU. Men så kommer – noe overraskende – faktabladet Illustrert

Tabell 2	alle	mann	kvinne	13–19	20–29	30–39	40–49	50–59	60+ år
Se og Hør	39.8	36.9	42.5	50.7	43.5	39.4	37.5	38.2	35.3
Hjemmet	26.8	18.6	34.7	24.9	22.2	22.7	26.1	29.0	33.5
Norsk Ukeblad	20.3	14.0	26.3	19.6	18.9	19.2	19.9	20.6	22.4
Ill. Vitenskap	17.4	20.5	14.4	29.4	19.4	16.2	18.4	16.6	11.9
Familien	17.3	10.0	24.4	12.5	9.8	12.1	16.8	20.9	27.5
Vi Menn	16.7	23.8	9.8	16.9	25.9	19.6	15.8	14.2	9.1
Allers	15.7	10.5	20.8	15.2	12.9	13.5	15.7	18.2	18.4
Kvinner og Klær	11.3	5.0	17.4	12.8	14.4	13.5	11.4	9.2	7.8
Det Nye	8.9	5.2	12.3	20.8	17.2	6.2	5.9	4.6	4.2

Vitenskap, som skyver andre blad nedover på listen, sammenlignet med opplagstallene. Det er tydeligvis fasjonabelt å kunne oppgi at man leser dette blad. Videre ser vi at kvinner leser mer enn menn. Det gjelder også Se og Hør som ikke er profilert som noe kvinneblad. Se og Hør er særlig overlegent blant de helt unge, men dominerer forøvrig bildet i samtlige aldersgrupper. Tenåringsjenter leser Det Nye, mens guttene leser Illustrert Vitenskap. KK er for kvinner før overgangsalderen og Vi Menn er mest for menn på 20–30 år. Familieukebladene er for de middelaldrende og eldre. De over 60 setter særlig pris på Hjemmet og Familien.

Kjernen i mine ukebladstudier dreier seg om familiebladene Hjemmet, Norsk Ukeblad (begge utgitt av Hjemmet Mortensen A/S) og Allers (utg. Norsk Aller A/S) årgang 1997, med sammenligninger bakover til 60-tallet. Denne undersøkelsen (heretter: «97-undersøkelsen»), som vi her kun bruker deler av, er presentert mer fullstendig annetsteds (Romarheim:2000). Kort sagt påviste jeg her en markert økning (fem-dobling) av religiøse innslag fra 60- til 80-tallet, som siden har holdt seg stabilt høyt. Det vil si at 9 av 10 familieblader i snitt nå har et religiøst innslag (faste astrologispalter m.m. ikke medregnet). På 80-tallet hadde 1 av 3 slike innslag et kristent innhold, mens 2 av 3 hadde alternativreligiøs karakter: åndetro (særdeles hyppig), healing, reinkarnasjon etc.. På slutten av 90-tallet er dette snudd om: alternativreligiøsiteten reduseres nesten til det halve, mens kristne innslag øker tilsvarende, og utgjør nå størsteparten av de religiøse innslag. Det vil si at man i 5 av 10 familieukeblader (Hjemmet, Allers, N.U.) nå i snitt finner et innslag med en positiv framstilling av kristendom.

Man kan ane visse nyanser når det gjelder profilen til de tre ukebladene på slutten av nittitallet. Hjemmet er med sin prestespalte nokså stabilt «kristelig», noe som også avspeiles i lederartiklene, skrevet av bladets faste redaktør gjennom mange år, Rønnaug

Greaker. Disse lederne er personlige, ofte med redaktørens opplevelser med egne barnebarn, f. eks. i kirken, eller man får glimt fra hennes gode oppvekst på Fetsund. «Som jeg har fortalt deg mange ganger før var moren min lærerinne på Fetsund i mange, mange år...Hun mente at det ikke var noe som appellerte slik til barnas fantasi som fortellingene om Jesus...Sondre, barnebarnet mitt på fire år går i en barnehage drevet av Fagerborg menighet. Følgelig får han høre mye om Gud og Jesus, noe han setter stor pris på...» (Hjemmet 22\97). Et ønske om å formidle et seriøst verdisyn er påtagelig.

Gjennom de to siste år er Norsk Ukeblad i ferd med å få et visst folkelig kristent preg ved sin nye redaktør Ulf-Arvid Mejlænder. Et par lederartikler illustrerer dette: «Påskens mysterium...Hvis jeg kunne reist bakover i tiden og fått sjansen til å gjenoppleve et hvilket som helst historisk øyeblikk, måtte det blitt Jesu oppstandelse...» (Påskenummer, NU 14-15\01). «Konfirmasjonen er en vakker tradisjon, og en seremoni med sentral plass i vår kirke. Ved den bekreftes dåpen, og den pakt den innebærer, gjennom en ny velsignelse. Konfirmantene våre er et flott syn. Med hvite kapper og høytidstemte ansikter. Og med skinnende øyne som har begynt å skue inn i den voksne verden som venter.» (NU 38\01).

Med redaktørskifte i Allers 1999 (Janne Jarnfeldt) dreiet dette bladet klart i retning av et rent kvinneblad. Det kristelige er tonet ned på lederplass og erstattet med en tradisjonell velvære-ideologi.

Nedslagsfeltet for disse tre blader alene kan stipuleres til et antall på vel 2 mill. lesere hver uke. Hver tredje norske husstand har et av disse liggende i sitt hjem. Det er her den modne kvinnelige del av befolkningen som står i fokus, mødre og – ikke minst – bestemødre. Tradisjonelle familiære verdier står derfor sterkt. Denne befolkningsgruppen er også viktig som oppdragere av den kommende slekt. Derfor er deres verdier viktige i et samfunnsmessig perspektiv. Jeg

har valgt å stort sett å se bort fra ukebladene Se og Hør og Familien. De tre bladene i 97-undersøkelsen representerer da et bevisst utvalg (Hellevik 1991:85), ut fra en forhåndskunnskap om at nettopp disse familieukebladene verken er programmatisk for eller imot spesielle former for religiøse innslag. Dermed antas de å være sensitive for svingninger på det religiøse markedet. Disse utvalgskriterier må holdes in mente når man siden ønsker å danne seg et tilnærmet helhetsbilde av ukebladkulturen. Det religionsløse Se og Hør og det kristelige Familien kan begge vise til jevn framgang på nittitallet, på bekostning av de andre tre bladene på ukebladtoppen, og «oppveier» hverandre således til en viss grad, selv om Se og Hør veier tyngre. Denne «overvekt» av religionsløshet kan videre balanseres mot tyngden av religiøse innslag i andre typer ukeblad.

Man kunne i tillegg eventuelt ha tatt med i betraktningen 90-tallets eksplosjon av areligiøse trendblader, blader som synes lukket for religiøse spørsmål og som søker stadig nye nisjer i markedet. Det er spesialiserte blad for hårfrisyrer, tatovering, interiør, data, elektronikk, våpen, motorsykler, båter, fitness og snowboard, samt blader for sigarer og viner, innenlandske og utenlandske, livsstilsblader for kvinner og for menn med alt fra moter, sjekketricks, samleiestillinger til urban forbrukerkultur. Sistnevnte sjanger er mestøkende for tiden, med den maskuline materialist i vinnerrollen. Mannskrisen representerer et betydelig marked. Her er all mystikk borte, også naturmystikken. Det tradisjonelle Vi Menn er fortsatt en del ute i skog og mark på jakt etter elgen og storlaksen. Men i de nye mannfolkbladene (Mann, Slitz og Men's Health, opplag 1999: henholdsvis 35 000, 22000, 39 000) er det kvinner, moteklær, fine utesteder og flotte biler man jakter på. Og det er sin egen kropp man tenker på. Det urbane er i fokus. Dette ukeblad er til å slappe av med, det skal ikke drøfte innviklede spørsmål som verdier, livssyn, samliv og familie. «Gutta fikser

stort sett det der...Vi trenger ikke noen til å forklare oss hvordan vi skal leve livet vårt», sier redaktøren i Mann (Vårt Land 9/9 1999). Skulle det være noen «religion» å peile i disse bladene måtte det være mammondyrkelse og selvdyrkelse. Det ville – i denne sammenheng – føre for langt å gå inn på dette. Men det er viktig å ha en viss oversikt over ukebladkulturen som totalfenomen, hvor familieukebladene representerer «urformen», på et marked i lynrask forandring.

#### **Kjønnsesifikk påvirkning.**

Særlig bør man ha øye for den kjønnsesifikke ukebladpåvirkningen: Jenter er interessert i magi og mystikk, damer snuser på healing og New Age, middelaldrende og eldre damer vil ha tradisjonell kristendom. Religion er – uansett form – ikke noe særlig for menn. Alt dette har de store forlagene kartlagt gjennom profesjonelle og kostbare markedsundersøkelser. Herigjennom vokser det fram en folkereligiøsitet på kommersialiseringens premisser, hvor ukebladene får en trendforsterkende effekt, ettersom de – for å selge – er avhengige av å gi folk mer av det de allerede er interessert i. Hver lesergruppe får så hvert sitt skreddersydde tilbud, også når det gjelder trender og verdier.

Damebladet Kvinner og Klær (utgiver: Allergruppen A/S, opplag) og jentebudet Det Nye (utg. Hjemmet Mortensen A/S), bryter begge med tradisjonelle familieverdier og inviterer til å eksperimentere med noe helt nytt og annerledes. Mystikk, magi og New Age står – sammen med utradisjonell sex – jevnlig som førstesideoppslag. Dette er kombinert med stadige advarsler mot ulike former for sekterisme og tilstivnet dogmetro, spesielt innen islam.

Typiske oppslag fra jentenes fremste trendblad, Det Nye, er: «Prøv okkulte krefter» med oppskrifter på kjærlighetsdrikk m.m. (11\98). «Het trend: mystikk og magi» (10\99). «Lær deg å spå i hånden» (13\00). Kristne innslag er svært sjeldne, og i så fall

gjærne med en kritisk tone. Samme tendens, om enn noe avdempet, er ogsaa tilstede i den rikholdige jentebld-floraen forøvrig, i blader som Mag, In-Side, Shape-Up, Vi og Gutta. Opplagstallene paa disse naar i beste fall bare opp til halvparten av Det Nye.

Eksempler fra forstesider i KK er: «Midt-sommermystikk. Unni Wilhelmsen og andre huldre. Heksesabbat og alvedans» (25\00). «KK-rapport fra alternativland: shopping for sjelen» (7\01). «Jenter i Iran: i krig for kvinnelighet» og paa samme forside: «Kirken – et for trangt rom?» (34\99). «Klosterliv i Norge: bilder fra en lukket verden» (8\01) med en sympatisk reportasje fra karmelitt-søstrene i Tromsø – men temaet er kun beregnet til avstandsbetraktning, uten praktisk relevans for leseren. Tradisjonell religion er ikke noe for den moderne kvinne, verken kristendom eller islam. Magasiner som Henne og Elle øker i opplag, men er kun månedlige. De har en noe lavere alternativ-profil og mer vekt paa seriøse reportasjer. Forenklet kan man samlet si om jente/damelitteraturen at mystikken fascinerer, ekstremiteten skremmer og etablerte religioner holdes paa armlengdes avstand.

Gutte/mannfolk-litteraturen er mer gjennomgaaende religionskritisk, baae paa det seriøse og det vulgære plan. Faktabladet Illustrert Vitenskap (utg. Norsk Fogtdal A/S) har, ifølge leserundersøkelser, en overvekt av unge gutter (13–19 år) som lesere. Dette er interessant, ettersom man ikke har noe regulært marked av ukeblader for gutter. Den redaksjonelle linje synes å innebære en antikreasjonistisk virkelighetsforståelse, med avvisning av enhver form for skapelseshypotese. Samtidig presenteres religion som et av menneskets viktigste kulturytringer. Mest er man interessert i religion som forhistorie og som etniske kuriositeter. En kritisk spalte «Vitenskap og mystikk» gir innblikk i tilsvarende rariteter innen nyreligiositeten. Altsaa: religiøs tro er ingen aktuell utfordring.

Går vi herfra til musikkblader innenfor

tung-metal-sjangeren, møter vi blasfemi som ytringsform. Satanisme og kristendomsharselars er her blitt en stilart, et image med opp-ned-kors og 666 som symbolske uttrykk, jfr. blader som Metal Hammer og Kerrang. Sistnevnte presenterte i sept. 2001 den siste CD til *Slayer* med tittelen «God Hates you all». Korsfestelsesmotivet er elsket i disse kretser som en hån av kristentroen, med autentiske bilder av lik manipulert inn i posters med dette motiv (Kerrang oct. 2001). I sin rendyrkede form, såkalt «black metal», er dette blitt Norges viktigste eksportvare naar det gjelder musikk. Og musikerne utøver sin kunst med stolte, gjerne inspirert av Varg Vikernes og hans sverming for den norrøne tankeverden.

Ser man så paa mylderet av tegneserie-blader for gutter er mørkets rike nærmest allestedsnærværende – i science fiction stil. Endatil *Fantomet* slåss nå mot dødnings (19\99) og *Batman* mot «The Dark Knigt». I *Darkness* møter vi groteske uhyrer, råsterke, sexy kvinnfolk og korrupte munkere. I *Thor* slåss de norrøne guder mot de greske. I *Spi-derman* dukker det opp tekno-gjenferd. *Herman Hedning* gjør religion til humor. Og bladet *Predikanten* representerer kristendomsharselars paa meget grovt nivå. *Spawn* er et voldelig spøkelse som bekjemper Satan og alle andre – ogsaa vanlige mennesker – som kommer i hans veg. Disse blader er fulle av religiøs og kristen terminologi, som danner forutsetninger for de unges møte med tradisjonell religion. Listen av blader er mye lenger og utvalget kan beses i enhver større Narvesen-kiosk. Altsaa: den åndelige problematik er for det første spennende, og den har for det andre et anti-kristelig fortegn.

Om vi så går videre i gutteverdenen til mannfolkbladet Vi Menn (utg. Hjemmet Mortensen A/S), får religion nok et kraftig skudd for baugen. Stoffutvalget styres mot ekstremiteter og kuriositeter. Religion er primært interessant som uttrykk for menneskelig sprøhet og dumhet. Dette er helt gjennomgaaende – med noen få unntak. Unn-



take kan knyttes til noe erotisk (som f. eks. den indiske tantrisme eller Kama sutra 14-15\01), hvor hovedpersonen er et mannfolk med voldelig fortid (Ludvig Karlsen 6\01) eller der det er en bar i kjerka (46\01). Typiske Vi Menn-oppslag er slikt som: «Vannviddets profeter» (om nyreligiøse terrorsekter 18\97). «I Guds navn skar vi av dem ørene» (om kristendom og slavehandel 25\97). «Hodene ruller for Allah» (om offentlige henrettelser 45\97). «Se de avslørende bildene: Heksene blant oss – ofte utfører de seremoniene splitter nakne» (11\95). «Tempelhorene – Guds lydige tjenere» (om indisk tempelprostituasjon 47\01). Før årtusenskiftet bringes en artikkel om de mange gale profeter som ventes til Jerusalem naar denne tildragelse nærmer seg og hvordan israelske psykiatere har bygd opp en egen beredskap mot denne forventede bølge av profetparanoia. Rettesnoren for Vi Menns utvalg av religiøst stoff synes å være: jo verre, jo bedre. Men det finnes unntak. Oppslaget om den kjempemessige New Age-bevegelsen Oibibio i Amsterdam er rent

beskrivende, uten polemisk brodd (VM 15\99). Kvinner kan få ha religiøse interesser. Flere av modellene blir nemlig ekstra spennende ved at de er religiøse: «Teologistudenten – en ren åpenbaring». Denne angivelige «teologistudent ved MF» som pryder sidene, viser seg ved nærmere ettersyn å ha vært paa snarvisitt innom grunnfag ved TF. Hun tror forøvrig ogsaa paa reinkarnasjon (2\97). Vi Menn viser ogsaa en betagende interesse for de religiøse funderingene til den vakre modellen Ellen Jørstad: «Jeg er ikke kristen, men jeg tror paa reinkarnasjon. Som de fleste mennesker må jeg ha noe å tro paa, så jeg har utviklet min egen lille Ellen-religion», forteller den søte Asker-jenta. (50\97).

Konklusjonen naar det gjelder Vi Menns forhold til religion må kort og godt være at religion ikke er noe for skikkelige mannfolk. Sammenholder vi dette med de trender som ellers tilbys til gutter og menn bør resultatet være foruroligende for alle som har et seriøst forhold til religion: Religion er et ikke-fenomen i mannens verden, baae vitenskapelig og trendmessig, det er å betrakte som rariteter som påkaller gremmelse, latter, ja, tildels ren forakt.

#### Ulike typer religiøse innslag

Ser vi paa 97-undersøkelsen er det påfallende først å legge merke til hva man ikke finner. Det gjelder spesielt fraværet av den tidligere så hyppige forekommende spiritisme (kun ett eneste innslag i NU, Hjemmet og Allers til sammen). Tilsvarende er den radikale nedgang i antall ånde-reportasjer siden 80-tallet (fra 47 til 8). Har man bevisst villet dreie vekk fra 80-tallets åndeunivers og mer i retning av en kristen virkelighetsforståelse? Vi aner her konturene av en kristen retradisjonalisering, som skjøt ny fart i forbindelse med Kristus-jubileet år 2000.

Familiebladene rommer ikke noen interesse for grenseområdet mellom parapsykologi og religion eller vitenskapelig funderte helhetsoppfatninger som religionserstatning.



tegården» ved Toralf Delhi – fengende skrevet – men den blir stadig mer sjelden. Totalt sett har prestespaltene i dag minimal betydning. Men prester er ganske ofte intervjuet, spesielt henimot høytidene.

Påskenummeret av Norsk Ukeblad 2001 er verd en egen omtale. Foruten en meget påskepreget lederartikkel – som gjerne kunne siteres fra prekestolen – er det en rekke ulike religiøse innslag. Tre prester intervjues: en fordi han er en mester i å trylle (!), en fordi han er Oslo biskop og en fordi han skal holde påskeprekener i TV. Påskebudskapet holdes klart fram, og man inviteres til å delta i gudstjenestene. De alternative er representert ved et tilbud om fastevandring i Telemark. Tilbudet er å gå 10 dager i fjellet uten mat, med daglige meditasjoner og Qi Gong-øvelser. Prisen er kr.4800 med klyster annenhver dag inkludert i prisen (NU 13-14\01). Men dette blir å regne for et magert tilbud sammenlignet med den firdoble presentasjon kirken har fått i samme blad.

Julehøytiden er minst like viktig sett fra et ukebladsynspunkt. Her varer sesongen fra begynnelsen av november og helt til nyttår. Man har egne julebilag hvor juleevangeliet står på trykk, likedan de gamle gode julesangene, begge deler i gammel utgave, uten den moderne, kirkelige tekstversjon – sammen med nissehistorier og julehygge for øvrig. Kjendiser intervjues. «Det er ikke julaften uten at juleevangeliet leses før maten» (Hanne Krogh 51\97)

Kristendommen som presenteres skal gjerne ha en eller annen forbindelse til barndommens tro. Sekt-kristendom er man redd, og det finnes flere artikler som advarer mot dette. I artikkelen «Sekten stjal barndommen min» – settes sekterisk kristendom opp mot «normal» gudstro (Hjemmet 1997\44). Det finnes flere leserberetninger om dette til skrekk og advarsel for leserne. Vi velger ut en slik.

I artikkelen «Sigurds fanatiske tro ødela forholdet vårt» skriver en kvinne om sin forlovelse med en som var medlem i en karis-

matisk sekt. Han var en misjonerende type, «ingen kunne være i hans nærhet mer enn to sekunder før han begynte å misjonere for dem». Hun ble med ham på møter, «selvsomme forestillinger med fengende rytmer, tungetale, skrik og skråll». Og han ble stadig mer pågående overfor henne.

«Han satte likhetstegn mellom sin egen vilje og Guds vilje. Det han mente, mente Gud også. Det var umulig å diskutere med en slik åndelig despot. Det har tatt tid, men omsider kan jeg tenke, tro og mene hva jeg vil uten å bli sensurert av Sigurd...Sigurd hadde svar på alt, han leste Bibelen like bokstavelig som man leser en kokebok. I hans tro fantes ingen tvil, ingen undring, ingen ydmykhet...For ham var alt sant, fra skapelsesberetningen til jomfrufødselen...Sigurd var ikke i stand til å elske noen, bortsett fra seg selv og sin nådeløse Gud. En slik Gud greide ikke jeg å tro på».

Det som til slutt berget henne var det lille hun hadde igjen av sin egen barnetro, en tro som er åpen og ikke fundamentalistisk. Midt i de harde diskusjoner med Sigurd lengtet hun tilbake til barndommens Gud, «han som passet på meg og likte meg slik som jeg var». Hun sendte Sigurd på dør og mottok etter en uke et fjorten siders brev med bibelsitater og fordømmelser. «Brevet var så forskrudd at jeg måtte le. Latteren var befriende... jeg kunne puste fritt igjen» (Hjemmet 49\97).

Omvendelser og mirakler står sentralt i mange artikler. «Gud ga meg evnen til å helbrede» forteller Vivian Zahl Olsen etter sin mirakuløse omvendelse. Hun så et lysblaff og hørte en stemme (Hjemmet 15\97). «Bønn helbredet meg!» forteller ordføreren i Audnedal, Sigrid Bendiksen. Hun er nyfrelst på bedehuset og er blitt helbredet fra bekkenløsning gjennom forbønn. Det er vekkelse i bygda ved predikanten Steinar Harila. Allers. Historien gjengis både i Hjemmet (2\97) og i Norsk Ukeblad (12\97).

I en egen klasse kommer de mange reportasjene av typen «frelst og rusfri»: Jørgen var narkoman, men ble frelst i cella gjennom

en kristen radiosending (NU 51\97). Vi ser førstesideoppslag som «Norges farligste kvinne. I dag er hun frelst» (NU 49\97). Vi leser om visesanger Sten Ove Berg som er blitt frelst gjennom Pinsevennes Evangeliesenter (NU 24\97). Dette arbeid får stor heder i tallrike artikler: Morten Lien ble frelst i bussen på veg hjem fra et møte med Lise og Ludvig Karlsen i Hønefoss. «Der og da bøyde jeg meg». Siden har han berget mange fra overdose-døden, hvorav noen er presentert i artikkelen (Allers 7\01).

Et sterkt inntrykk på leseren gir solskinnshistorien om Eva og Ronni som begge var narkovrak og begge kom til Karlsens evangeliesenter. Begge møtte de den omsorg de for lengst hadde sluttet å tro på, begge møtte de Jesus og begge ble de rusfri. Sammen fant de hverandre. Artikkelen bærer overskriften «Nå ruser vi oss på kjærlighet» – med et strålende bilde av de nygifte – og den avslutter slik: «Uten hjelpen fra Evangeliesenteret ville vi antagelig vært døde i dag. I stedet har vi fått et fantastisk godt liv!» (NU 2\01).

\*\*\*

Oppsummerende kan vi slå fast at det er familiebladene (Allers, Hjemmet, Norsk Ukeblad) som står for den kristne trend i norsk ukebladkultur. I snitt støter man på et kristent innslag i annet hvert slikt blad. Disse er også suverent størst i opplag med til sammen 540 000 solgte blader hver uke (ca. 2 mill. lesere). Regner vi også med det 14.daglige Familien, som for øvrig alltid inneholder kristent stoff, gir det et snittopplag på 625 000. De mer alternativt pregede jente- og dame-bladene (Det Nye, Shape-Up, In-Side, Mag, Vi og Gutta, KK, Henne) utgjør til sammenligning et ukentlig snittopplag på ca. 135 000. Til tross for den tidligere omtalte okkultifisering av jentekulturen og den areligiøse guttekulturen (gjennom Illustrert Vitenskap, Vi Menn etc.) må det kunne sies at kristendommen utgjør den sterkeste religiøse ukebladpåvirkning på befolkningen, totalt sett.

Men det er ikke en hvilken som helst kris-

tendom man vil ha. Den må være romslig, folkelig, som gir høytidene en dypere mening, og ikke fundamentalistisk eller ekstrem. Samtidig skal det være en varm, levende tro – hvor bønn virker – med kraft i seg til å forandre menneskers liv.

#### Litteraturliste

- Alve, Jan, *En undersøkelse av det religiøse innslag i norsk ukepresse 1967–1986*. Undersøker 2. halvår 1985 og 1. halvår 1986, tilsvarende en komplett årgang, av Allers, Hjemmet og Norsk Ukeblad. Spesialavhandling, Menighetsfakultetet, Oslo 1988.
- Braaten, Lars B., *Massemedier og meningsdanning*, Aschehoug, Oslo 1978.
- Gripsrud, Jostein, *Ukepressens kulturelle og samfunnsmessige betydning*, Foreningen Norsk Ukepresse, Oslo 1999.
- Hellevik, Ottar, *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*, Universitetsforlaget, Oslo 1991.
- Lund, Monica, *Undersøkelse om religion 1998*. Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste, Bergen 1999.
- Romarheim, Arild, «Familieukeblader som barometer på folkelig religiøsitet» i L. G. Engedal og A.T. Sveinall (red.): *Troen er løs: Bidrag til belysning av forholdet mellom folkereligiøsitet, nyreligiøsitet og kristen tro*. Tapir Akademisk Forlag, Trondheim 2000.
- Rørslett, Asmund, *Ukepressen – folkelesning i Norge*. Ukepressens informasjonskontor, Oslo 1977.
- Watsend, Bjørn Egil, *Det religiøse innslag i norsk ukepresse*. Undersøker en komplett årgang 1977 av Allers, Hjemmet og Norsk Ukeblad. Spesialavhandling ved Menighetsfakultetet, Oslo 1978.

**Arild Romarheim, førsteamanuensis på Menighetsfakultetet, Adresse: Arild.Romarheim@mf.no**