



# Nettbaserte gudstjenester: Mediebrukernes opplevelse og gudstjenestens formål

## Online services: The media users' experience and the purpose of the service

Egil Sæbø

Høgskolelektor, Avdeling for journalistikk, medier og kommunikasjon, NLA Høgskolen

[egil.sabo@nla.no](mailto:egil.sabo@nla.no)

Hans-Olav Hodøl

Førstelektor, Institutt for nordisk og mediefag, Universitetet i Agder

[hans-olav.hodol@uia.no](mailto:hans-olav.hodol@uia.no)

### Sammendrag

Artikkelen tar for seg nettbaserte gudstjenester i regi av Den norske kirke, og diskuterer hva som skal til for å skape en god opplevelse for mediebrukeren, målt opp mot kirkens uttalte formål for gudstjenesten. Studien baserer seg på 131 utsagn fra brukere av nettbaserte gudstjenester, samt to fokusgruppeintervjuer med til sammen ti informanter. Diskusjonen leder frem til en modell som illustrerer forutsetningene for at en slik opplevelse kan skapes.

Studien viser at nettbaserte gudstjenester i betydelig grad kan tjene formålet med gudstjenestefeiringen, slik kirken beskriver dette, dersom produksjonen legger til rette for det.

Nøkkelord

Gudstjeneste, Mediering, Religion online

### Abstract

The article deals with online worship services, within the Church of Norway, and discusses what is required to give the media user a good experience, measured against the church's stated purpose for the service. The study is based on 131 statements from users of online worship services, as well as two focus group interviews with a total of ten informants. The discussion leads to a model which illustrates the criteria for such an experience.

The study shows that online worship services may to a large extent serve the purpose of a service as described by the church, provided that these criteria are observed in production.

Keywords

Worship service, Mediation, Religion online

### Introduksjon

Nettbaserte gudstjenester har blitt en vanlig del av det kirkelige tilbudet de senere årene, ikke minst på grunn av koronapandemien. Geistlige og lekfolk, profesjonelle, entusiaster og amatører gikk da sammen om å produsere gudstjenestelig innhold for publisering på nettet. Ifølge en norsk undersøkelse gjennomført den første pandemivåren, uttrykte mange menig-

heter at erfaringene var så gode at de ser for seg å fortsette med et tilbud på nett også etter pandemien.<sup>1</sup>

Den raske implementeringen av nettbaserte tilbud fra kirkelig hold ga seg utslag i et mangfold av produksjoner av varierende format, innhold og lengde. Dette aktualiserer spørsmålet om hvordan formålet med gudstjenestefeiringen best ivaretas ved mediering.

Forskere tilknyttet forskningsprosjektet «Tech in Churches During COVID-19»<sup>2</sup> har innhentet data fra 478 menighetsledere i den amerikanske delstaten Indiana, og avdekker der at mange prester og pastorer ikke på forhånd hadde tenkt grundig nok igjennom implikasjonene av å digitalisere gudstjenester når det gjelder hvordan det påvirker gudstjenestens struktur, menighetsfellesskapet og det liturgiske innholdet.<sup>3</sup> I ettertid ga enkelte menighetslederne uttrykk for at de nettbaserte gudstjenestene ikke godt nok formidlet meningen, tyngden og det sakrale, som i noen kirke tradisjoner er svært viktig.<sup>4</sup> Også i en studie gjennomført i 2020 blant katolske forsamlinger i Spania pekes det på viktigheten av å ha en klart definert strategi med det som presenteres.<sup>5</sup>

Denne artikkelen er ment å være et bidrag til økt refleksjon rundt nettbaserte gudstjenester, og søker å kaste lys over hvordan mediebrukerne opplever at formålet med gudstjenestefeiringen ivaretas. Studieobjektet er medierte gudstjenester innenfor rammen av Den norske kirke. Studien beveger seg i skjæringsfeltet mellom to perspektiver, på den ene siden at gudstjenesten som institusjon har som utgangspunkt at mennesker samles fysisk, og på den andre siden at flere studier viser at det meste som foregår i en gudstjeneste, kan formidles via skjerm.<sup>6</sup> Uten å gå inn i eventuelle teologiske problemstillinger setter studien et søkelys på hva som skjer når en gudstjeneste medieres, og hvordan serne opplever det tilbudet de blir presentert for via nettet.

## Gudstjenesten i Den norske kirke

Ut fra *Gudstenestebok for Den norske kyrkja* kan det sies at gudstjenesten har et trefoldig formål. For det første skal den være en fellesskapshandling der Gud og mennesker møtes, der Gud handler gjennom Ordet og sakramentene. For det andre skal den være en arena for trosopplæring med overlevering av kristen tro fra generasjon til generasjon. For det tredje skal den bidra til å holde i hevd de kulturelle og åndelige verdiene som har preget vårt land i over tusen år.<sup>7</sup>

1. Hans-Olav Hodøl, Roy Emanuelsen og Geir Christian Johannessen, «Kirker, korona og nettbaserte gudstjenester», *Norsk medietidsskrift* 28, nr. 2 (2021): 1–21, DOI: <https://doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2021-02-02>.
2. Heidi Campbell og Sophia Osteen, «When Pastors Put on the ‘Tech Hat’: How Churches Digitized during Covid-19» (College Station, TX: Texas A&M University Libraries, 2021), DOI: <https://doi.org/10.21423/PASTORSTECHHAT>.
3. Heidi Campbell, «Needed but Lacking: Impact of Pastors’ Technology Background During the Pandemic» (College Station, TX: Texas A&M University Libraries, 16. desember 2021), 3, <https://oaktrust.library.tamu.edu/handle/1969.1/195017>.
4. Campbell og Osteen, «When Pastors Put on the ‘Tech Hat’».
5. Alba Sabaté Gauxachs, José María Albalad Aiguabella og Miriam Diez Bosch, «Coronavirus-Driven Digitalization of In-Person Communities: Analysis of the Catholic Church Online Response in Spain during the Pandemic», *Religions* 12, nr. 5 (28. april 2021): 311, DOI: <https://doi.org/10.3390/rel12050311>.
6. F.eks. Gary D. Gaddy og David Pritchard, «When Watching Religious TV Is Like Attending Church», *Journal of Communication* 35, nr. 1 (1985): 123–31, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1985.tb01889.x>; Hans-Olav Hodøl og Egil Sæbø, «Hva er en TV-gudstjeneste?», *Theofilos* 8, nr. 2 (2016): 185–201; Thorleif Pettersson, «The Audiences’ Uses and Gratifications of TV Worship Services», *Journal for the Scientific Study of Religion* 25, nr. 4 (1986): 391, DOI: <https://doi.org/10.2307/1385907>.
7. Den norske kirke, «Gudstenesta: Heilag handling, heilag tid, heilag rom», i *Gudstenestebok for Den norske kyrkja* (Oslo: Verbum forlag, 2020), [https://kirken.no/globalassets/kirken.no/om-troen/gudstjeneste--liturgi/gudst\\_2020\\_heilag\\_handling\\_heilag\\_tid\\_heilag\\_rom.pdf](https://kirken.no/globalassets/kirken.no/om-troen/gudstjeneste--liturgi/gudst_2020_heilag_handling_heilag_tid_heilag_rom.pdf).

Kontekstualiseringen av idéen gudstjeneste kan i hovedsak sies å bestå i tid- og sted-bundne fellesskapshandlinger, selv om handlingene kan tenkes å gå utover både tid og rom. Gudstjenesteboken bruker «Heilag handling, heilag tid, heilagt rom» som overskrift til et kapittel om gudstjenesten.<sup>8</sup> Å feire gudstjeneste har alltid blitt sett på som en fellesskaps-handling. I nyere tid har det fysiske og konkrete fått en enda mer sentral plass i forståelsen av gudstjenesten i Dnk blant annet gjennom gudstjenestereformen som trådte i kraft i 2011. Det hadde over tid vokst frem en større bevissthet om at gudstjenesten er mer enn ord.<sup>9</sup>

Jørund Håkedal har studert utviklingen av liturgien i Den norske kirke gjennom hele det forrige århundre, og peker på at betydningen av prekenen har gått ned til fordel for menighetens deltakelse.<sup>10</sup> Margunn Sandal holder frem at gudstjenesten i praksis må foregå på *et bestemt sted*, og understreker på den måten den fysiske siden ved gudstjenesten, både som en samling mennesker og som noe som skjer på et fast sted.<sup>11</sup> Alt etter hva liturgien legger vekt på, skjer det handlinger som forutsetter at kropper er til stede. Ritualer er en form for sosial handling, gudstjenesten er et rollespill mellom liturg og menighet,<sup>12</sup> og menigheten skal på ulike måter inviteres til å delta.<sup>13</sup> Også kirkerommet i seg selv skal invitere til deltakelse,<sup>14</sup> samtidig som det spiller en rolle i å samle menigheten omkring, og presentere, det hellige.<sup>15</sup> Dette deltakerperspektivet kan også knyttes til religionssosiologen Ninian Smart sine syv dimensjoner som kjennetegner religion, der én av disse dimensjonene nettopp handler om opplevelse, følelse og erfaring – i en kristen kontekst i forhold til Gud og det guddommelige (opplevelsesdimensjonen).<sup>16</sup>

Harald Hegstad er opptatt av at en gudstjeneste er noe man gjør i fellesskap, og at gudstjenesten skiller seg fra å være en forestilling ved at den inngår i et fellesskap som allerede eksisterer, og som fortsetter etterpå.<sup>17</sup> I sin forklaring til liturgien holder kirken frem både deltakelsen og forestillingen:

De som er til stede, har sine oppgaver eller roller, og alt som skjer har sin orden, sin lovmessighet. Slik som i leken eller i skuespillet blir det i gudstjenesten også skapt en egen slags virkelighet innenfor det liturgiske rom.<sup>18</sup>

Liturgien legger føringer for progresjonen i gudstjenesten, for en dramaturgi som i seg selv får religiøs betydning.<sup>19</sup> Handlingsforløpet fra gudstjeneste til gudstjeneste bør være gjen-

8. Den norske kirke, Gudstjenestebok for Den norske kyrkja.

9. Jan Byström og Leif Norrgård, *Mer än ord: Liturgisk teologi och praxis* (Stockholm: Verbum, 1996); Geir Hellemo, red., *Gudstjeneste på ny* (Oslo: Universitetsforlaget, 2014), 13.

10. Jørund Håkedal, «Fra prestens gudstjeneste til folkets messe» (Oslo, Det teologiske menighetsfakultet, 2012), <http://hdl.handle.net/11250/161335>.

11. Margunn Sandal, «Rom for gudstjeneste», i *Gudstjeneste på ny* (red. G. Hellemo; Oslo: Universitetsforlaget, 2014), 105–26.

12. Hellemo, *Gudstjeneste på ny*.

13. Kari Veiteberg, «Gudstjenesta som ei hending med handlingar», i Hellemo, *Gudstjeneste på ny*, 73–88.

14. Hellemo, *Gudstjeneste på ny*.

15. Margunn Sandal, «Overskridande arkitektur: Ei undersøking av det sakrale i nyare kyrkjebygg» (Oslo, Det teologiske fakultet, Universitetet i Oslo, 2014), [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2018022648058](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2018022648058).

16. Ninian Smart, *Dimensions of the Sacred: An Anatomy of the World's Beliefs* (London: HarperCollins, 1996), 166–195.

17. Harald Hegstad, *Den virkelige kirke: Bidrag til ekklesiologien* (KIFO perspektiv 19; trykt utg.; Trondheim: Tapir akademisk, 2009).

18. Den norske kirke, «Liturgi - gudstjenestens ramme av ord og handlinger», åpnet 10. august 2022, <https://kirken.no/nb-NO/kristen-tro/velkommen-til-gudstjeneste/liturgi/>.

19. Hellemo, *Gudstjeneste på ny*.

kjennelig, ikke bare lokalt, men også globalt, for at samlingen skal kunne identifiseres som en kristen gudstjeneste.

Den kristne gudstjenesten har siden starten hatt en felles grunnstruktur (ordo) der *Ordets del* og *nattverdens del* er hovedelementene.<sup>20</sup> Lesing og utlegning av hellige tekster har vært en viktig del av gudstjenesten så langt tilbake man kjenner til.<sup>21</sup> Mens Ordet og salmesangen er grunnelementer som får sin plass i praktisk talt alle gudstjenester, kan nattverdsleddet utelates.<sup>22</sup>

Elisabeth Tveito Johnsen viser til at retningsgivende dokumenter for Dnk beskriver gudstjenesten som *trofelleskap* og *læringsfelleskap*, og at de oppfordrer til at alle tiltak i trosopplæringen skal ha tilknytning til menighetens gudstjenesteliv.<sup>23</sup> Gudstjenesten er for alle, samtidig som den er en samling *i alles sted*.<sup>24</sup> Til sist handler gudstjenesten om den enkeltes møter med Gud, der Gud er den handlende. Formålet med gudstjenesten blir da dypst sett å legge til rette for berøringsmuligheter, så «skjer berøringen når og hvor Gud vil».<sup>25</sup>

Guds berøring ligger antakelig først og fremst på det åndelige planet, men opplevelsen av Guds nærvær vil samtidig ha en emosjonell side. Selve tilretteleggingen for berøringsmulighetene er, som konkrete og planlagte handlinger, fysisk og rasjonell i sitt vesen. Det er denne fysiske tilretteleggingen som er tilgjengelig for mediering.

## Forskningsspørsmål

Innledningsvis beskrev vi at målet for artikkelen er å kaste lys over hvordan formålet med gudstjenestefeiringen ivaretas i nettbaserte gudstjenester innenfor rammen av Den norske kirke. For å belyse dette tar vi utgangspunkt i hva Dnk sier om gudstjenestens formål, der aktiv deltakelse og fellesskap basert på fysisk tilstedeværelse løftes frem, og legger til grunn at seerens opplevelse av å være til stede og å delta er vesentlig også når gudstjenesten oppleves via skjermen.

Til hjelp for å konkretisere den overordnede problemstillingen vil vi undersøke følgende forskningsspørsmål:

1. Hva i en skjermbasert gudstjeneste bidrar til å skape en opplevelse som ligner den man får når man er fysisk til stede i kirkerommet?
2. Hva i en skjermbasert gudstjeneste bidrar til å skape en opplevelse av å være deltaker i gudstjenesten?
3. Hva er viktig for seeren at presenteres på skjermen for at den nettbaserte gudstjenesten skal oppleves som en gudstjeneste?

## Tidligere forskning og teoretisk ramme

Som teoretisk bakgrunn vil vi i denne studien konsentrere oss om forskning som beskriver mediering og medieringsprosesser, samt forskning knyttet til fagfeltet medier og religion, og da særlig med henblikk på kristen kommunikasjon.

20. Den norske kirke, «Velkommen til gudstjeneste», åpnet 10. august 2022, <https://kirken.no/nb-NO/kristen-tro/velkommen-til-gudstjeneste/>; Gordon Lathrop, *Central things: Worship in Word and Sacrament* (Worship matters 8; Minneapolis, MN: Augsburg Fortress, 2005).

21. Hellemo, *Gudstjeneste på ny*.

22. Den norske kirke, «Velkommen til gudstjeneste».

23. Elisabeth Tveito Johnsen, «Gudstjenestelæring gjennom deltakelse», i Hellemo, *Gudstjeneste på ny*, 151–79.

24. Den norske kirke, «Gudstjenesta», 3.

25. Hellemo, *Gudstjeneste på ny*, 31.

## Mediering og medieringsprosesser

Når en hendelse overføres via et teknologisk medium, vil den endre karakter. Noen sider ved hendelsen kan være vanskelige å mediere, men samtidig kan mediering gi muligheter til å styrke andre sider ved hendelsen, også sider som ikke ville blitt noen til del uten gjennom mediet. Strømming av videoinnhold på nett er et nytt fenomen, men har klare paralleller med konvensjonelt fjernsyn, og ut fra forskning på fjernsynssendinger kan det argumenteres for at en TV-opplevelse noen ganger kan gi et rikere utbytte av hendelsen enn fysisk tilstedeværelse.<sup>26</sup> Gjennom kameraet kobles seerens øyne så å si fra kroppen, og seeren overlater til regissøren å ta ham eller henne med til ellers utilgjengelige steder. Rammen for å oppleve hendelsen blir dermed en helt annen enn når man er fysisk til stede. Ved mediering av gudstjenester på TV og nett skyldes dette ikke minst mediets rolle som visuell guide og dirigent.<sup>27</sup>

Tim Hutchings presenterer en modell med to akser som sammen beskriver rammene for det «landscape of digital practice» som man beveger seg innenfor i møtet mellom hva som tilbys, og hvordan dette brukes.<sup>28</sup> Aksen «familiarity/difference» handler om hvor innholdet som tilbys, kan plasseres med tanke på å være reproduksjon av det som folk møter når de går i kirken, og det å utnytte de unike mulighetene som digitale medier tilbyr.<sup>29</sup> Ved mediering må det kjente og kjære flyttes over i en virtuell sfære, og deltakernes perspektiv endres i prinsippet til et seer-perspektiv. Mens gudstjenestens egenart søkes beholdt (*familiarity*), må den samtidig endres for å kunne nå frem til mottakeren (*difference*). Studier viser at ritualer endres, forkortes eller fjernes når religiøs praksis flyttes til nettet, og at dette er forventet og ønsket av seerne, samtidig som de også søker det kjente og kjære.<sup>30</sup>

Skal vi forstå gudstjenestens potensial for mediering, må vi se på hvordan den konkret kommer til uttrykk i form av tegn. Innen fagfeltet sosialsemiotikk fremheves tegnenes potensial for mening ved at de omtales som *meningsressurser*. Dette potensialet utnyttes forskjellig i ulike *brukssituasjoner*.<sup>31</sup> Meningsressurser deles inn i klasser, for eksempel lyd, skrift og bilde, som gjerne kalles *modaliteter*. Dette perspektivet nøyer seg ikke bare med lyd, skrift og bilder, men omhandler i prinsippet alt som er sansbart og hva slags meningspotensial det har i en gitt sammenheng. For eksempel har fargen rød en annen betydning når man ønsker å si noe med blomster, enn i liturgisk sammenheng. For at budskapet skal nå frem, må tegnene brukes i henhold til de formelle og uformelle overenskomstene (konvensjonene) for hva de skal bety i den aktuelle konteksten.

Det finnes imidlertid aspekter ved medieopplevelse som ikke kan tilskrives bare den rene fortolkningen av tegnene som sendes og mottas. Disse aspektene beskrives i studier og analyser blant annet med ord som *tilstedeværelse* og *nærhet*.<sup>32</sup> Omkring 80 prosent av seerne er helt eller delvis enig i at de opplever å være med på det som skjer når de ser gudstjeneste på

26. Yair Galily, «When the Medium Becomes ‘Well Done’: Sport, Television, and Technology in the Twenty-First Century», *Television & New Media* 15, nr. 8 (2014): 717–24, DOI: <https://doi.org/10.1177/1527476414532141>; Kurt Lang og Gladys Engel Lang, «The Unique Perspective of Television and Its Effect: A Pilot Study», *American Sociological Review* 18, nr. 1 (1953): 3, DOI: <https://doi.org/10.2307/2087842>.

27. Hodøl og Sæbø, «Hva er en TV-gudstjeneste?».

28. Tim Hutchings, «Contemporary Religious Community and the Online Church», *Information, Communication & Society* 14, nr. 8 (2011): 1118, DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.591410>.

29. Den andre aksen, «integration/isolation», handler om hvordan den enkelte bruker anvender tilbudene.

30. Hans-Olav Hodøl og Egil Sæbø, «Seernes opplevelse av nettbaserte gudstjenester», *Kirke og Kultur* 126, nr. 1 (2021): 31–54, DOI: <https://doi.org/10.18261/issn.1504-3002-2021-01-04>; Nadja Miczek, «Online Rituals in Virtual Worlds: Christian Online Service between Dynamics and Stability», *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 3, nr. 1 (2008), DOI: <https://doi.org/10.11588/rel.2008.1.392>; Ralph Schroeder, Noel Heather og Raymond M. Lee, «The Sacred and the Virtual: Religion in Multi-User Virtual Reality», *Journal of Computer-Mediated Communication* 4, nr. 2 (1998), DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1998.tb00092.x>.

31. Martin Engebretsen, red., *Skrift, bilde, lyd: Analyse av sammensatte tekster* (Kristiansand: Høyskoleforlaget, 2010).

32. Adrian Førde Andersson, «Virtuell materialitet», i Engebretsen, *Skrift/bilde/lyd*.



TV/nett, selv om de ikke er i samme fysiske rom som prest, liturg etc.<sup>33</sup> Det ser ut til å ha vært en gjennomgangstone i mange kirker under koronapandemien at man må legge vekt på fellesskap, tilhørighet og deltakelse i stedet for å bli for opptatt av produksjonstekniske sider ved virksomheten.<sup>34</sup> Det er likevel ikke til å komme forbi at teknologien legger føringer for budskapsformidlingen,<sup>35</sup> og at bruken av den legger videre føringer for muligheten til å oppleve tilstedeværelse og nærhet, fellesskap og tilhørighet.

Begrepet «fortolkningshorisont», som knyttes til filosofen Gadamer's hermeneutikk, kan hjelpe oss til å forstå koblingen mellom det virkelige og det virtuelle.<sup>36</sup> Ifølge Gadamer's teori vil seeren tillegge den medierte gudstjenesten mening ut fra sin individuelle intellektuelle synsrand (horisont), det seeren til enhver tid allerede sitter inne med av kunnskaper og erfaringer. Det virtuelle relateres til seerens virkelighetserfaring, der dette ikke bare tillegges en form for virkelighet, men også bidrar til en endring av selve virkelighetserfaringen, av horisonten.

Adrian Andersson bruker begrepet «virtuell materialitet» når han utforsker egenskaper ved et medium som kan bidra til at det virtuelle oppleves som nærværende og virkelig, slik som når man ved bruk av et tekstbehandlingsprogram har opplevelsen av å skrive på et ark.<sup>37</sup> En slik opplevelse synes, i tråd med Gadamer, å forutsette at det virtuelle må kunne relateres til konkrete og fysiske erfaringer. Andersson viser til fullskjermportretter på nettstedet nett-kirken.no, der prester ser rett i kamera med et vennlig blikk, blikk som etterspør en relasjon som brukeren så anerkjenner og forholder seg til.<sup>38</sup> Med tidligere møter med mennesker som fortolkningshorisont, kaller de virtuelle bildene av prestene frem virkelige erfaringer og kunnskaper, og det skjer en kobling mellom det virtuelle og det virkelige i bevisstheten til den som ser på bildet. Det virtuelle trenger dermed inn i, og blir en del av, seerens virkelighet.

Hutchings skriver at «strategic use of familiarity proved highly popular with most participants»,<sup>39</sup> og i en fersk undersøkelse her hjemme svarer 57 prosent av respondentene at de foretrekker å se gudstjenester som er gjennomført tilnærmet likt med hvordan de vanligvis gjennomføres når det gjelder struktur og liturgi. 23 prosent foretrekker at de medierte gudstjenestene ligner på en gudstjeneste innholdsmessig, men som i form eller struktur ser annerledes ut, for eksempel prestens antrekk, samtale i stedet for tale/preken eller lignende.<sup>40</sup>

Den mest vanlige forklaringen på hvorfor det nære og kjente brukes i kirkelige sendinger, er ifølge Hutchings at reproduksjon av det folk er vant til, «help users make sense of online worship».<sup>41</sup>

Samtidig som gjenkjennelighet til gudstjenesteformatet synes å være viktig, viser forskning at gjenkjennelighet til medieproduksjoner også er av betydning. Altheide og Snow ga allerede på slutten av 1970-tallet ut boken *Media logic*<sup>42</sup> og knyttet dette begrepet til hvordan

33. Hodøl og Sæbø, «Seernes opplevelse av nettbaserte gudstjenester».

34. Heidi A. Campbell, *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online* (College Station, TX: Texas A&M University Libraries, 2020), <https://hdl.handle.net/1969.1/187891>.

35. Stig Hjarvard, *En verden af medier: Medialiseringen af politik, sprog, religion og leg* (1. utg.; Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2008); Knut Lundby, *Religion i medienes grep: Medialisering i Norge* (Oslo: Universitetsforlaget, 2021).

36. Hans-Georg Gadamer, *Sannhet og metode* (Oslo: Pax, 2012).

37. Andersson, «Virtuell materialitet».

38. Gunther R. Kress og Theo Van Leeuwen, *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (3. utg.; London og New York: Routledge, 2021), 119.

39. Hutchings, «Contemporary Religious Community and the Online Church», 1128.

40. Hodøl og Sæbø, «Seernes opplevelse av nettbaserte gudstjenester».

41. Hutchings, «Contemporary Religious Community and the Online Church», 1128.

42. David L. Altheide og Robert P. Snow, *Media logic* (Sage library of social research 89; Beverly Hills, CA: Sage, 1979).

organisasjoner i samfunnet måtte ta hensyn til medieinstitusjonenes prioriteringer, mediekanalenes affordanser, samt etablerte mediekonvensjoner, for å nå igjennom med det innholdet de ønsket å formidle. Stig Hjarvard mener at også religiøse institusjoner må forholde seg til denne medielogikken, selv om de er noe mindre preget av medialiseringen i resten av samfunnet, så lenge de benytter seg av kanaler de selv kontrollerer.<sup>43</sup> Tim Hutchings gjør seg lignende refleksjoner i sin bok *Creating Church Online*.<sup>44</sup>

Scott Moreau snakker om kontekstualisering av troen, om hvordan de ulike dimensjonene i religionsutøvelsen får komme til uttrykk rent konkret, og om hvordan vi som individer knytter vår identitet til gitte uttrykksformer.<sup>45</sup> Det er ut fra dette naturlig å ønske at et nettbasert tilbud samstemmer med det man er vant til å assosiere seg selv med, at troen og tilbedelsen kommer til uttrykk på måter man kan identifisere seg med, og gjerne fra ens egen menighet. Etter noen måneder med korona-gudstjenester kunne avisen *Dagen* fortelle at kirken hadde fått mange tilbakemeldinger lokalt om at folk satte pris på å se sin egen prest, kateket og ungdomsarbeider i sendingene.<sup>46</sup> En undersøkelse gjort blant kirkeledere i forbindelse med nedstengningen i 2020 indikerer også at lokale produksjoner verdsettes høyt av brukerne.<sup>47</sup>

Lori Kendall oppsummerer sin oversikt over forskning på området med å si: «At issue are our identities, relationships, commitments and obligations, our personal and social needs and our sense of support and belonging.»<sup>48</sup>

Knut Lundby følger samme tråd som Kendall og mener at *tilhørighet* (*belonging*) er et sentralt begrep. Det er et mer konkret og nyansert begrep å forholde seg til enn *fellesskap* (*community*), mener han. Begrepet bidrar til å beskrive fellesskapet slik at fellesskapets egen-skaper avdekkes fra innsiden, fra deltakernes perspektiv.<sup>49</sup>

Tjøstheim og Waterworth viser i sin forskning omkring virtuell virkelighet og tilstedeværelse at det ikke minst er seerens forestillingsevne, forventninger og hvordan seeren tillegger det hele mening gjennom narrativet som utfolder seg, som bidrar til å skape opplevelsen av å være til stede.<sup>50</sup>

Carl Petter Opsahl utforsker selve gudstjenestens virtualitet og holder frem at menneskets forestillingsevne, fantasi og kreativitet står sentralt i formingen av virtuelle verdener, og at det virtuelle må sees i relasjon til det virkelige, at de to sfærene henger sammen og ikke står i motsetning til hverandre. Dermed kan man også stille spørsmålet om ikke en ordinær fysisk gudstjeneste innebærer en form for virtuell praksis i og med at noe av det konkrete samtidig blir tillagt symbolsk betydning.<sup>51</sup>

43. Stig Hjarvard, «Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion», i *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives* (red. S. Hjarvard og M. Lövheim; Göteborg: Nordicom, 2012), 23–46, <https://www.nordicom.gu.se/en/publikationer/mediatization-and-religion>.

44. Tim Hutchings, *Creating Church Online: Ritual, Community and New Media* (New York: Routledge, 2017), 214.

45. A. Scott Moreau, *Contextualizing the Faith: A Holistic Approach* (Grand Rapids, MI: Baker Academic, 2018).

46. Tarjei Gilje, «Folk ville se sin egen prest på tv», *dagen.no*, 29.08.2020, seksjon. Kommentar, <https://www.dagen.no/meninger/kommentar/2020-08-29/Folk-ville-se-sin-egen-prest-p%C3%A5-tv-928477.html>.

47. Hodøl, Emanuelsen og Johannessen, «Kirker, korona og nettbaserte gudstjenester».

48. Lori Kendall, «Community and the Internet», i *The Handbook of Internet Studies* (Chichester: John Wiley & Sons, 2011), 323, DOI: <https://doi.org/10.1002/9781444314861.ch14>.

49. Knut Lundby, «Patterns of Belonging in Online/Offline Interfaces of Religion», *Information, Communication & Society* 14, nr. 8 (1. desember 2011): 1219–1235, DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.594077>.

50. Ingvart Tjøstheim og John A Waterworth, *The Psychosocial Reality of Digital Travel: Being in Virtual Places* (Bern: Springer Nature, 2022), DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-91272-7>.

51. Carl Petter Opsahl, «Virtuell realitet: Rom, kropp, fellesskap – og nattverd i digitale liturgier», *Kirke og Kultur* 126, nr. 2 (2021): 154–75, DOI: <https://doi.org/10.18261/issn.1504-3002-2021-02-06>.

Waterworth og Waterworth argumenterer for at opplevelsen av å være til stede i selve virkeligheten, i en verden som eksisterer utenfor vår tankeverden, skapes når vi gjennom sansene mottar konkret informasjon fra verden omkring oss, enten informasjonen mottas av sansene våre direkte eller via teknologi.<sup>52</sup> Denne konkrete informasjonen bidrar til å skape skillet mellom oss selv og det konkrete som er rundt oss som vi ikke er en fysisk del av. De finner videre at jo mer konkret noe fremstår i en mediepresentasjon, jo sterkere blir opplevelsen av å være til stede, mens informasjon som inviterer til abstraksjon, refleksjon og fremstilling av mental virkelighet, altså virtualitet, bidrar til å skape fravær.<sup>53</sup> Dette tilsier at skal formålene med gudstjenesten oppnås i medieringen, bør informasjonen som presenteres i sendingen, invitere til en opplevelse av tilstedeværelse når dette er viktig, og til refleksjon når dette er viktig.

### Medier og kristen kommunikasjon

Teknologiens rom for å kunne legge til rette for *deltakelse* synes å være et sentralt anliggende med tanke på opplevelsen av å være til stede. Jo oftere det inviteres til respons, jo flere typer respons som etterspørres, jo større samsvar det er mellom invitasjon og reaksjon, og jo raskere responsen kommer, jo sterkere blir respondentens opplevelse av å interagere.<sup>54</sup>

Deltakelse bidrar til at man er mer til stede enn fraværende (*focus*), at tilstedeværelsen bindes til stedet der aktiviteten foregår (*locus*), og at man blir mer bevisst på sin egen tilstedeværelse/interaksjon (*sensus*).<sup>55</sup> Deltakelse på nettet skjer i dag i stor grad på sosiale plattformer. For et par tiår siden presenterte Christopher Helland begrepene «religion online» og «online religion» for å skille mellom henholdsvis religiøse institusjoners tilstedeværelse på nettet, og religiøse menneskers nettbaserte interaksjon med hverandre.<sup>56</sup> Siden den gang har både mulighetene og formene for sosial interaksjon på nettet utviklet seg, og Hellands to sfærer har glidd mer over i hverandre, for eksempel gjennom kirkers bruk av Facebook for formidling av gudstjenester med tilhørende muligheter for interaktivitet.

Sosiale medier gir anledning til å forsterke fjernsynsmediets evne til å skape en følelse av nærhet, umiddelbarhet og troverdighet, samtidig som de oppveier dets overfladiskhet, upersonlighet og manglende muligheter for umiddelbar tilbakemelding.<sup>57</sup> De gjør det også mulig i større grad å kombinere ulike læringsmodeller.<sup>58</sup> Eksistensen og overlappingen mellom de to sfærene gjør det mulig både å kommunisere religionens innhold på nettet, og samtidig leve ut innholdet i en form for religiøs praksis.<sup>59</sup> Myron Williams peker på forskning som støtter at fellesskap på nettet kan defineres som *reelle fellesskap*.<sup>60</sup> Også biskop Kari

52. John A. Waterworth og Eva L. Waterworth, «The Meaning of Presence», *Presence-Connect* 3, nr. 2 (2003), <https://www8.informatik.umu.se/~jwworth/PRESENCE-meaning.htm>.

53. Eva L. Waterworth og John A. Waterworth, «Focus, Locus, and Sensus: The Three Dimensions of Virtual Experience», *CyberPsychology & Behavior* 4, nr. 2 (2001): 203–13, DOI: <https://doi.org/10.1089/109493101300117893>.

54. Matthew Lombard og Theresa Ditton, «At the Heart of It All: The Concept of Presence», *Journal of Computer-Mediated Communication* 3, nr. 2 (1997), DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00072.x>.

55. Waterworth og Waterworth, «Focus, Locus, and Sensus».

56. Christopher Helland, «Religion Online/Online Religion and Virtual Communities», i *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises* (red. Jeffery K. Hadden og Douglas E. Cowan; New York: JAI Press, 2000).

57. Viggo Sogaard, *Media in Church and Mission: Communicating the Gospel* (Pasadena, CA: William Carey Library, 1993).

58. Anders Torvill Bjorvand, *Menigheten på Internett: Mangfold og muligheter* (Oslo: Verbum, 2001); Moreau, *Contextualizing the Faith*.

59. Christopher Helland, «Online Religion as Lived Religion: Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet», *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 1, nr. 1 (2005), <https://doi.org/10.11588/HEIDOK.00005823>.

60. Myron Williams, «Community, Discipleship, and Social Media», *Christian Education Journal* 12, nr. 2 (2015): 375–83, DOI: <https://doi.org/10.1177/073989131501200209>.



Mangrud Alvsvåg argumenterer for at fellesskap på nett er ekte, og skaper ekte sosiale møteplasser. Selv om de ikke er like de møteplassene som finnes i fysiske rom, mener Alvsvåg at de kan tilføre noe av det samme, nemlig en opplevelse av nærvær, samvær og samhandling.<sup>61</sup>

Robert Howard har intervjuet personer som forteller om hvordan deres religiøse behov blir ivaretatt på nettet gjennom fora som ikke er styrt av en institusjonalisert kirke. De kaller det en ny form for kirke som ikke er bundet til en spesifikk geografisk lokasjon, og en av informantene beskriver det som at Den hellige ånd «does indeed have the capacity to ‘pierce beyond’ the mere characters floating on a screen».<sup>62</sup> I forskningen fra begynnelsen av 2000-tallet ble denne typen praksis beskrevet med begrepet «virtuell kirke», men Heidi Campbell har senere problematisert dette fordi en slik begrepsbruk gir konnotasjoner til at vi omtaler en form for religionspraksis som er ufullstendig og annerledes enn den som foregår i den virkelige verden.<sup>63</sup>

En tidlig kryssing av *online religion* og *religion online* fant man i Church of Fools fra 2004, senere videreført som St. Pixels<sup>64</sup> med gudstjenester frem til 2015, begge virtuelle kirker uten tilknytning til noen eksisterende fysisk menighet, med et såkalt tredimensjonalt datagenerert kirkerom. I dette rommet kunne deltakere ta plass i kirkebenkene via selvvalgte avatarer, og slik se seg selv til stede i kirken. Her kunne man følge gudstjenesten i sanntid via skrift publisert på skjermen, og delta underveis ved å skrive inn kommentarer, spørsmål eller bønneemner. Man kunne også bevege seg rundt i kirkerommet, for eksempel gå frem og knele ned foran presten for å bli bedt for med virtuell håndspåleggelse. Man kunne videre utføre religiøse og sosiale handlinger ved hjelp av forhåndsprogrammerte bevegelser.<sup>65</sup> Kirkene tilbød også andre «rom» man kunne gå inn i for samtale og diskusjon, og mange deltakere hevdet at det var der kirkens egentlige liv fant sted.<sup>66</sup> Formålet med disse virtuelle kirkene var å nå dem som mest sannsynlig ikke ville komme til å besøke en fysisk kirke, men det kom frem at de ble besøkt av mange kristne som brukte dem som et supplement til ordinær kirkegang. Kirkene ble også oppsøkt av prester og andre kirkelig ansatte som her fant et sted å gå i kirken og oppleve kristent fellesskap uten at det ga opplevelsen av å være på jobb.

I dag finner vi noe tilsvarende som Church of Fools i kirken First United Church of Christ in Second Life i det virtuelle universet Second Life, som ifølge kirkens nettsted er «the only church with denomination standing in Second Life».<sup>67</sup> Konstruksjonen av slike helvirtuelle menighetsfellesskap kan peke på sentrale aspekter av hva som må være til stede også i en mediert gudstjeneste for at seeren skal kunne oppleve å være til stede og delta. Relateres *online religion* og *religion online* til Waterworth og Waterworths teorier, kan kombinasjonen av de to sfærene bidra til et samspill mellom presentasjonen av konkret informasjon (*religion online*) og informasjon som inviterer til abstraksjon og refleksjon (*online religion*).

61. Kari Mangrud Alvsvåg, «Kirke på nett», *Nytt norsk kirkeblad*, nr. 3 (2020): 11.

62. Robert Glenn Howard, «Enacting a Virtual ‘Ekklesia’: Online Christian Fundamentalism as Vernacular Religion», *New Media & Society* 12, nr. 5 (1. august 2010): 740, DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444809342765>.

63. Heidi Campbell, *The Digital Religion Yearbook 2021* (College Station, TX: Texas A&M University Libraries, 2021), 8, DOI: <https://doi.org/10.21423/digitalreligionyearbook2021>.

64. <http://www.stpixels.com/>.

65. Simon Jenkins, «Rituals and Pixels: Experiments in Online Church», *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 3, nr. 1 (2008): 95–115, DOI: <https://doi.org/10.11588/rel.2008.1.390>.

66. Randy Kluver og Yanli Chen, «The Church of Fools: Virtual Ritual and Material Faith», *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 3, nr. 1 (2008): 116–43, DOI: <https://doi.org/10.11588/rel.2008.1.391>.

67. United Church of Christ, «First UCC SL», First United Church of Christ and Conference Center, 2020, <https://firstuccsl.org/>.

Erfaringene høstet i Church of Fools/St. Pixels er eksempler på at de som bruker internett til religiøse formål, i stor grad allerede er engasjert i organisert religion, noe som stemmer godt overens med hva en rekke studier peker mot.<sup>68</sup> Dette harmonerer med Hutchings argumentasjon om at det som kirken tilbyr online, gis mening gjennom handlinger og erfaringer gjort offline, og at flertallet bruker nettet for å få tilgang til et utvidet åndelig og sosialt tilbud.<sup>69</sup>

## Metode

Studien er en induktiv studie som baserer seg på kvalitative data som er samlet inn dels gjennom et spørreskjema, og dels gjennom to fokusgruppeintervjuer. Spørreskjemaet ble distribuert via nettsider og sosiale mediekkanaler til 34 tilfeldig uttrukne kirkesokn innenfor Dnk som tilbød et nettbasert alternativ til sine gudstjenester våren 2020. På den måten fikk vi rekruttert respondenter som var brukere av de samme kommunikasjonskanalene som menighetene benyttet til å distribuere sine gudstjenesteproduksjoner.

Datainnsamlingen fant sted på et tidspunkt der kirkene hadde startet opp igjen med fysiske gudstjenester etter å ha vært stengt på grunn av koronapandemien, men det var fremdeles strengt smittevern og restriksjoner på antall fremmøtte. Til sammen 230 personer ble registrert som respondenter. 131 av respondentene ga en respons på muligheten til å «beskrive med egne ord hva som er viktig for deg for at en nettbasert gudstjeneste skal gi deg en god gudstjenesteopplevelse». Det er svarene på dette spørsmålet, samt respondentenes rangering av seks utsagn knyttet til hva som kan være viktig utbytte fra en gudstjeneste, som er det sentrale datamaterialet denne studien bygger på. Ved å kategorisere fritekstsvarene basert på innholdet avdekkes hva respondentene selv er opptatt av. Utsagn gitt i de to fokusgruppeintervjuene, med til sammen ti informanter, bidrar til å utdype og forklare de funn som kommer frem gjennom analysen av fritekstsvarene. Gruppeintervjuene ble gjennomført som semistrukturerte samtaler med bakgrunn i en intervjuguide for å sikre at de samme temaene ble belyst i begge gruppene.

Ti av landets elleve fylker var representert blant respondentene, med 36 % av dem fra Viken, som med det ble det best representerte fylket. Det var en overvekt av kvinner (72 %) som kommenterte det aktuelle spørsmålet i spørreskjemaet, mens alderen på respondentene varierte fra 19 til 88 år. Både gjennomsnittet og medianverdien for alder er 58 år, og et standardavvik på 15,7 år indikerer rimelig god spredning i informantenes alder. Respondentene ble også bedt om å karakterisere sin egen tilknytning til den kirken som de anser som sin kirke, på en skala fra 1 til 6, der høyt tall indikerer sterk tilknytning. 74 % av de 131 aktuelle respondentene valgte da å benytte verdiene 5 eller 6, som innebærer sterk eller meget sterk tilknytning.

Forskningsprosjektet ble meldt inn til, og databehandlingen ble godkjent av, Norsk senter for forskningsdata (NSD).

68. Heidi A. Campbell, *Exploring Religious Community Online: We Are One in the Network* (Digital formations 24; New York: P. Lang, 2005); Hjarvard, *En verden af medier*; Hutchings, «Contemporary Religious Community and the Online Church»; Lundby, «Patterns of Belonging in Online/Offline Interfaces of Religion» m.fl.

69. Hutchings, «Contemporary Religious Community and the Online Church».

## Presentasjon av funn

Blant de 131 svarene der respondentene med egne ord beskriver hva som er viktig for at en nettbasert gudstjeneste skal gi vedkommende en god gudstjenesteopplevelse, er det stor spredning i hva respondentene tar opp. Ettersom respondentene ble bedt om å skrive hva de selv mener er viktig, er det nyttig å merke seg de momenter som mange velger å trekke frem, selv om dette ikke er en kvantitativ studie.<sup>70</sup> En slik opptelling kan avdekke noen mønstre, selv om et større datamateriale, gjerne innhentet gjennom ulike typer studier, vil trenge for å tallfeste de tendensene vi merker oss.

### Form vs. innhold

I den første kategoriseringen vi gjorde, skilte vi mellom kommentarer som i hovedsak dreide seg om formmessige forhold ved gudstjenesten eller medieproduksjonen, versus kommentarer som i hovedsak handlet om innholdet i det som formidles. 34 av svarene lot seg ikke plassere inn i en slik dikotomi, men de resterende kommentarene fordelte seg temmelig likt. 51 kommentarer handlet i hovedsak om formmessige forhold, mens 46 i hovedsak handlet om innholdsmessige forhold. En respondent skriver:

En nettbasert gudstjeneste vil aldri kunne fungere som noen erstatning for en ordinær gudstjeneste da jeg uansett vil gå inn i betrakterposisjon. Derfor er det ikke relevant å snakke om en god gudstjenesteopplevelse i vanlig forstand. Men jeg kan likevel ha stor glede av salmesang, god liturgi, preken osv. Den estetiske dimensjonen vil av naturlige grunner være av større betydning ved en nettbasert gudstjeneste. (Mann, Trøndelag, 66 år)

Utsagnet er et godt eksempel på en respondent som er opptatt av den nettbaserte gudstjenesten som medieprodukt. Vedkommende gir uttrykk for at noe går tapt når gudstjenesten medieres, men likevel kan den gi et utbytte som er av verdi.

En annen respondent, som også er opptatt av det formmessige, uttrykker en noe mer positiv holdning til de nettbaserte gudstjenestene:

Tilgjengeligheten. Dette er en fornying av gudstjenesten. Nå som folk nesten ikke kommer til kirken, er dette en flott måte for kirken å komme til folket på. Fint å kunne trykke seg inn via Facebook o.l. Viktig å se sin egen prest slik at det kan bli naturlig å slå av en prat når man møtes tilfeldig ute. (Kvinne, Vestfold og Telemark, 75 år)

Det er verd å merke seg at utsagnet, i tillegg til å kommentere den forenklete tilgangen til gudstjenesteinnholdet, også poengterer koblingen mellom det som skjer online på skjermen, og hverdagslivet som skjer offline i det lokalsamfunnet der kirken virker.

Blant de respondentene som først og fremst legger vekt på innholdsformidlingen i gudstjenesten, finner vi følgende utsagn:

At ord som blir sagt eller sunget berører! Må ikke bare bli «tomme ord», men ord som berører, utfordrer meg. Jeg ønsker «å gå» annerledes ut enn da jeg «kom inn». (Kvinne, Trøndelag, 57 år)

Dette utsagnet, som gjengir hva respondenten mener er viktig for å skape en god gudstjenesteopplevelse, peker direkte på et av kirkens uttalte formål med gudstjenesten, nemlig å være et berøringspunkt mellom Gud og mennesker.

70. Kirsti Malterud, *Kvalitative forskningsmetoder for medisin og helsefag* (Oslo: Universitetsforlaget, 2017), 206.

## Mediering

49 av respondentene var opptatt av forhold som har å gjøre med medieproduktet eller medieringsprosessen. Blant disse igjen er det 13 som poengterer viktigheten av å vise sangtekster og andre tekster på skjermen. En respondent er veldig tydelig på at han stiller krav til medieproduktet:

Helt avgjørende at tekster som leses og synges vises på skjermen. Dessuten at medvirkende ser i kamera. (Mann, Vestfold og Telemark, 75 år)

Kvalitet og profesjonalitet knyttet til medieproduktet kommenteres av til sammen 16 av respondentene. Momenter som nevnes, er tekniske forhold som bilde- og lyd kvalitet; produksjonsmessige forhold som varighet på gudstjenesten, flyt i produksjonen og at blikket til aktørene er festet i kamera; estetiske forhold som visning av bilder fra kirkerommet; fremføringsmessige forhold som god taletydighet og god sang; og formidlingsmessige forhold som går på aktørenes evne til å få kontakt med seeren og skape engasjement for innholdet. En kvinne skriver:

Viktigst er innholdet som blir formidlet, at det er levert med god kommunikasjon både fra de som leverer og teknisk sett. Samler oss om noe større selv om vi fysisk er fra hverandre. (Kvinne, Rogaland, 46 år)

Dette utsagnet uttrykker at mediering av gudstjenester er en komplisert sak fordi det handler om å ta vare på kvalitetene fra fysiske gudstjenester, samtidig som publikums forventninger til medieproduktet også må tas hensyn til.

Også i fokusgruppene blir dette forholdet mellom gudstjenestekonvensjoner og mediekonvensjoner gjenstand for samtale. En informant ga uttrykk for at å ta noe som er laget for et fysisk rom, og «kjøre ut på nett sånn litt ukritisk» ikke fungerer godt. Vedkommende mener at når formidlingen skjer gjennom skjermen, forventes også noe mer underholdningsverdi.

En annen respondent understreker viktigheten av at medieproduktet i størst mulig grad gir opplevelsen av å være til stede i gudstjenesten:

Tilnærmet lik en vanlig gudstjeneste, mulighet for å synge med på salmer ved hjelp av tekster på skjermen, og at det gir mest følelsen av å være til stede når det er live gudstjenester. Men samtidig fint at det har blitt lagt ut i ettertid om jeg ikke fikk deltatt på live sending pga. jobb. (Kvinne, Oslo, 28 år)

Respondenten gir her uttrykk for at både regimessige grep som tekster på skjerm, og produksjonsform – direktesendt eller opptak – har betydning for det utbyttet vedkommende får av å følge den nettbaserte gudstjenesten.

I begge fokusgruppene våre ble det reflektert over hvordan sosiale medier kan bidra til å kompensere for noe av den tapte opplevelsen av fellesskap. En informant beskrev hvordan kommentarfeltet og «likes» på Facebook underveis i gudstjenesten minnet ham på at han ikke var alene. Vedkommende nyanserte utsagnet ved å si at dette ikke ga en fullverdig fellesskapsopplevelse, men allikevel ga en god følelse når det ikke var mulig å være fysisk sammen med menighetsfellesskapet.

### Det opplevde utbyttet

I spørreundersøkelsen vi gjennomførte, presenterte vi seks utsagn basert på sosiologen Ninian Smart's religiøse dimensjoner.<sup>71</sup> Disse utsagnene beskriver mulige utbytter fra gudstjenester, og respondentene ble bedt om å rangere disse ut fra hva den enkelte opplever som mer eller mindre viktig. 44 % velger da å plassere utsagnet «Å oppleve/oppnå nærhet/kontakt med Gud/noe guddommelig» som det viktigste for dem (opplevelsesdimensjonen). Deretter følger «Å høre, og være en del av, den store kristne fortellingen fra begynnelsen til tidenes ende».

<i>Ranger hva som er viktigst for deg i gudstjenesten</i>							
(1: Mest viktig, 6: Minst viktig)							
(N = 183)							
	1	2	3	4	5	6	Total
Å oppleve/oppnå nærhet/kontakt med Gud/noe guddommelig	44 %	22 %	14 %	9 %	6 %	5 %	100 %
Å høre, og være en del av, den store kristne fortellingen, fra begynnelsen til tidenes ende	28 %	26 %	17 %	14 %	10 %	5 %	100 %
Å lære mer om kristendommen og kristen tro	6 %	15 %	27 %	17 %	18 %	17 %	100 %
Ritualet/de rituelle handlingene	10 %	15 %	19 %	18 %	26 %	12 %	100 %
Å lære mer om hva som er det gode liv, og den rette måten å leve på	6 %	13 %	15 %	24 %	15 %	27 %	100 %
Kirkebygget/-rommet, og den estetiske rammen rundt gudstjenesten	6 %	9 %	9 %	17 %	25 %	34 %	100 %

Man skal være forsiktig med å trekke for mye ut av en slik rangering, der respondentene måtte velge mellom fastsatte utsagn, ettersom det for noen kanskje er helt andre forhold som er viktigere. Likevel gir svarene en indikasjon på hva respondentene verdsetter mye og lite blant de forhold som er nevnt. Tabellen ovenfor er sortert etter summen av svaralternativ 1, 2 og 3, og viser at forhold som har med tilhørighet til Gud og menighet å gjøre, fremstår som viktigere enn utsagn som har med trosopplæring, etikk og estetikk å gjøre. Dette berører spørsmålet om hva en gudstjeneste er og skal være når det gjelder fellesskap og tilhørighet, og bekrefter tanken om at gudstjenesten er mer enn ord.

Også i fritekstsvarene er det en rekke respondenter som på ulike vis gir uttrykk for at opplevelsen av tilhørighet er viktig for dem.

At gudstjenesten er noenlunde gjenkjennelig som om jeg hadde vert der. At de samme folkene deltar online som live. At taler og tema knyttes til å styrke tro og hjelp til hvordan gjøre dette på hjemmebane alene. (Kvinne, Rogaland, 34 år)

Dette utsagnet gir uttrykk for en holdning om gudstjenesteproduksjonens form, at den må ligne på en vanlig gudstjeneste, at den skal ha lokal forankring ved at det er de samme personene som deltar på skjerm som de man ellers ville møtt på i kirken, og at innholdet er relevant for mottakeren. Igjen kommer det frem at det stilles krav både til medieproduktets form, til dem som deltar i produksjonen, og til selve innholdet. En annen respondent uttrykker seg på denne måten:

71. Smart, *Dimensions of the Sacred*.



God produksjon. Profesjonalitet. Stringent gjennomføring. Trygge gudstjenesteledere, medlister og musikere. (Mann, Viken, 55 år)

Gjennomgangen av datamaterialet viser at en nettbasert gudstjeneste må ivareta ulike hensyn for at mediebrukerne skal bli fornøyde. For mange respondenter er opplevelsen av deltakelse, fellesskap og tilhørighet like viktig som ordene som formidles. Samtidig kommer det tydelig frem at seerne også forventer kvalitet på medieproduktet som sådan, både i forhold til det tekniske knyttet til lyd, bilde og regi, så vel som kvalitet på prestasjonene til dem som medvirker.

## Diskusjon

Med bakgrunn i datamaterialet vi nå har gått igjennom, vil vi diskutere funnene opp imot tidligere forskning med utgangspunkt i de tre forskningsspørsmålene. Det første forskningsspørsmålet retter søkelys mot hva det er i en mediert gudstjeneste som skaper opplevelsen av å være til stede.

Vi har tidligere i artikkelen referert til både kirkens egne dokumenter så vel som tidligere forskning, som viser at opplevelsen av tilstedeværelse er momenter kirken setter høyt, og er opptatt av å legge til rette for. Analysen av de utsagnene vi har mottatt i denne studien, bekrefter at dette også er noe mottakerne anser som vesentlig.

Det aller viktigste er velsnelsen! Det å få «være med», føle tilhørighet, samtidig som det bringes noe fra Gud. (Kvinne, Viken, 69 år)

Utsagnet denne kvinnen kommer med, harmonerer godt både med hva andre respondenter har gitt uttrykk for, og Waterworth og Waterworth sin argumentasjon for at opplevelsen av tilstedeværelse knyttes til eksisterende sanseerfaringer. Dette er også essensen i Hutchings refleksjoner om hvordan vi skaper mening online gjennom å gjenskape situasjoner vi allerede kjenner.

Selve sanseerfaringen av stedet der det skjer, synes å være sentral for selve opplevelsen av å være til stede. At den estetiske dimensjonen tilsynelatende tillegges minst vekt av respondentene, betyr ikke nødvendigvis at denne dimensjonen ikke er viktig. Det kan være at den mer eller mindre tas for gitt. Enkelte informanter bringer frem nettopp dette at bilder fra kirkerommet fremmer opplevelsen av tilstedeværelse, opplevelsen av å være til stede i *en kirke*.

Det andre forskningsspørsmålet tar utgangspunkt i den økte bevisstheten om at gudstjenesten, slik den foregår i Den norske kirke, fordrer menighetens deltakelse.

Som vi har sett, synes det viktigste i respondentenes gudstjenesteopplevelse å være opplevelsen av et møte med Gud, og tilhørighet til Gud og menighet. Gudstjenesteopplevelsen handler således særlig om berøringsmulighetene som Hellemo poengterer, der kirkens oppgave er å legge til rette for disse så godt som mulig, enten gudstjenesten er fysisk eller digital. Tekster på skjermen er et eksempel på hvordan det kan legges til rette for slike berøringspunkter ved mediering, og våre informanter trekker da også særlig frem viktigheten av å kunne synge med på salmer ved hjelp av slike tekster, når de beskriver sin deltakelse i gudstjenesten via nettet.

Dette handler om å utnytte de mulighetene som ligger i mediet, og når forventningene om dette målbæres av et betydelig antall respondenter, så viser det at også kirkens medieproduksjon må forholde seg til produksjonstekniske krav som er skapt gjennom brukernes øvrige mediekonsum, jamfør det både Hjarvard og Hutchings har skrevet om behovet for å

forholde seg til etablerte praksiser i mediene. Publikum vet hva som er mulig, og forventer at produksjonene følger vanlige konvensjoner for medieproduksjon. Kunnskap om mediering og medieproduksjon er følgelig viktig for å kunne legge til rette for gode gudstjenesteopplevelser via skjermen.

Brukernes forventninger til medieproduktet kan imidlertid også gi seg utslag i at noe som er viktig ved fysiske gudstjenester, oppleves som mindre viktig når man ser gudstjenesten på skjerm. I en av fokusgruppene var det en informant som var tydelig på at vedkommende *ikke* kjente noe behov for å være aktiv deltaker ved nettbaserte gudstjenester. Å delta gjennom å være en aktiv lytter, var for vedkommende godt nok. På den annen side kan både forventningene til, og opplevelsen av, å kunne få delta bli sterkere når medieringen skjer via Facebook, Zoom eller annen teknologi der mulighetene for interaktivitet legger godt til rette for å kunne oppfylle mange av kriteriene hos Lombard og Ditton for opplevelsen av deltakelse.

Det tredje forskningsspørsmålet peker på hva som er viktig for seeren at faktisk presenteres for at medieproduksjonen skal oppleves som en gudstjeneste.

Det tydeligste signalet i vårt datamateriale er oppfatningen om at en nettbasert gudstjeneste må være gjenkjennelig i forhold til ordinære gudstjenester. Men det er også viktig at gudstjenesten fremstår som ekte fra avsendernes side. Hellemo betegner ritualene i gudstjenesten som en form for rollespill mellom liturg og menighet, samtidig som gudstjenesten skiller seg fra forestillingen ved at den både inngår i et historisk fellesskap, og at det som utspilles, er sant og virkelig for dem som er involvert.

At det oppleves en ekte Guds tilstedeværelse og påvirkning på det som skjer, og ikke et statisk skuespill. (Kvinne, Viken, 37 år)

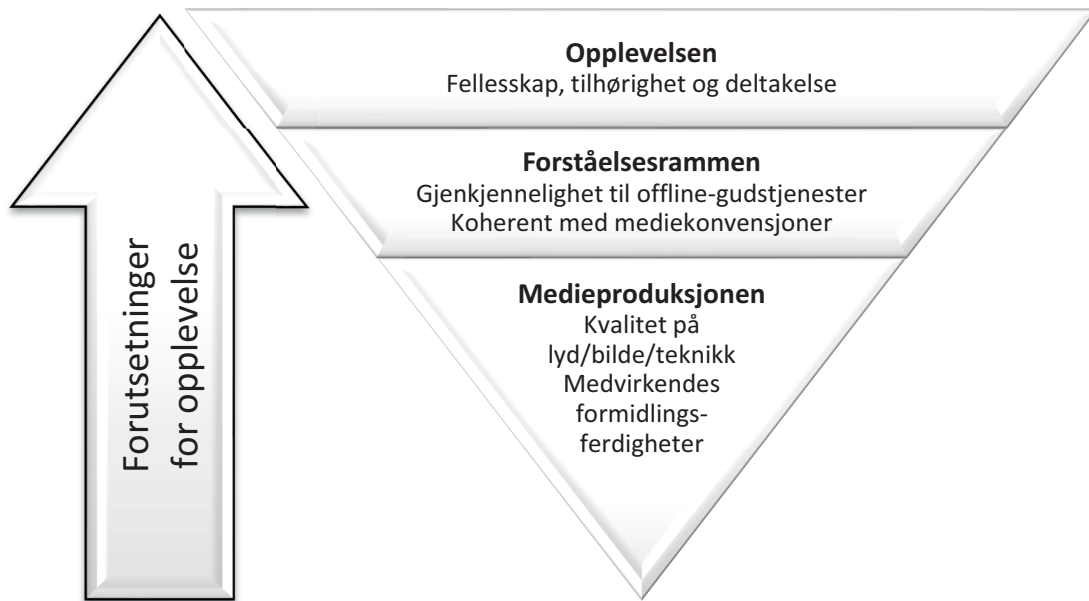
Denne distinksjonen mot forestillingen kommer også til uttrykk i datamaterialet gjennom ønsker fra respondentene om at det legges til rette for deltakelse og medvirkning. En enkel måte å legge til rette for en viss medvirkning på er ved å legge tekster på skjermen i de deler av gudstjenesten der det normalt forventes at menigheten er aktiv. Respondentene gir også uttrykk for at de opplever seg mer inkludert når de som aktivt deltar i gudstjenesten, våger å frigjøre seg fra manuskriptet sitt, og i stedet ser i kamera. Dette harmonerer godt med tidligere forskning av blant andre Andersson, og Kress og Van Leeuwen, som vi har vist til tidligere i artikkelen.

Når det gjelder selve medieringsprosessen og gudstjenesten som medieprodukt, viser vårt materiale at for lav kvalitet på det tekniske (lyd/bilde) eller for svake prestasjoner fra de medvirkende (f.eks. tekstlesere) kan distrahere seeren såpass mye at det går ut over gudstjenesteopplevelsen. Enkelte respondenter uttrykker også forventninger til produksjonen når det gjelder bilderegi og utnyttelse av mediets muligheter. Det er likevel lite som tyder på at produksjonsteknisk kvalitet i seg selv bidrar til en positiv opplevelse, men at dette heller anses å være en grunnleggende forutsetning for at opplevelsen kan bli god.

Med utgangspunkt i det som har kommet frem gjennom analyse av eget datamateriale, sett i sammenheng med kunnskap fra tidligere forskning, vil vi vende tilbake til der vi startet. Innledningsvis skrev vi at artikkelen er ment å være et bidrag til økt refleksjon rundt nettbaserte gudstjenester, og søker å kaste lys over hvordan mediebrukerne opplever at formålet med gudstjenestefeiringen ivaretas.

Vi mener å kunne argumentere for at produksjonsteknisk kvalitet, inkludert et rimelig kvalitetsnivå på aktørens prestasjoner, er en grunnleggende forutsetning for å skape gode gudstjenesteopplevelser via skjermen. Dernest er det viktig at det som presenteres på skjermen, både er gjenkjennelig i forhold til hvordan en gudstjeneste vanligvis arter seg i kirken,

samtidig som medieproduksjonen også må forholde seg til konvensjoner som eksisterer for mediet selv (medielogikk). Dersom disse forholdene er på plass, åpnes det et mulighetsrom for en god gudstjenesteopplevelse som kan bidra til fellesskap, tilhørighet og deltakelse.



**Figur 1:** Modellen viser hvordan det som er plassert på lavere nivåer må være på plass før det er mulig å lykkes med det som er plassert høyere i triangelet

I figuren ovenfor har vi presentert hvordan de ulike elementene, som bygger på hverandre, er forutsetninger for å skape den gode opplevelsen. Det er likevel ikke slik at opplevelse er et automatisk resultat av de andre faktorene. Men når det grunnleggende er på plass, kan det legges til rette for aktiv deltakelse og opplevelsen av fellesskap og tilhørighet, dersom avsender benytter de mulighetene som medieproduksjonen gir.

## Konklusjon

I denne studien har vi på bakgrunn av 131 utsagn fra brukere av nettbaserte gudstjenester diskutert hva som er viktig for å skape en god gudstjenesteopplevelse på nettet. Diskusjonen ledet frem til en modell som illustrerer forutsetningene for at en slik opplevelse kan skapes. Mer forskning bør imidlertid gjennomføres for å teste hvor formålstjenlig denne modellen er for å forstå brukernes preferanser.

Hvis vi likevel skal trekke frem tre konkrete forhold som respondentene var særdeles opptatt av, så må det være disse:

1. Gudstjenesten må fremstå som ekte og gjenkjennelig, selv om den må tilpasses mediet.
2. Sendingen må gi mulighet for deltakelse og medvirkning fra seerne.
3. Medieproduksjonen må ikke forstyrres av dårlig kvalitet på det tekniske eller på prestasjonene fra aktørens side.

Selv om studien viser at nettbaserte gudstjenester i betydelig grad kan tjene formålet med gudstjenestefeiringen, slik kirken beskriver dette, er det ikke dermed sagt at det er et fullgodt

alternativ. Det er heller ikke opplagt at denne måten å tjene formålet på ikke har omkostninger på andre områder. Kanskje er det riktig som Helen Parish skriver, at når det fysiske nærværet opphører, og gudstjenestefeiringen flyttes hjem i stuene til folk, så forsterkes tendensen til en individualisering av religionspraksis og tro, noe som i så fall utfordrer kirkens tanker om å være et fellesskap.<sup>72</sup>

---

72. Helen Parish, «The Absence of Presence and the Presence of Absence: Social Distancing, Sacraments, and the Virtual Religious Community during the COVID-19 Pandemic», *Religions* 11, nr. 6 (2020): 8, DOI: <https://doi.org/10.3390/rel11060276>.