

Seernes opplevelse av nettbaserte gudstjenester

Forfattere:

Førstelektor Hans-Olav Hodøl
Institutt for nordisk og mediefag
Universitetet i Agder
E-post: hans-olav.hodol@uia.no,
Tlf: +47 900 28 507

Høgskolelektor Egil Sæbø
NLA Høgskolen
E-post: egil.sabo@nla.no
Tlf: +47 990 35 767

Engelsk sammendrag

When the corona pandemic became a fact, many parishes within the Church of Norway chose to start video streaming of services as a substitute for gatherings in the church. This article is based on a survey done among viewers of these broadcasts and sheds light on how online worship services were received.

The findings from the survey show that the viewers value recognizability and authenticity, but at the same time expect the service to be adapted to the medium since the situation of viewing on a screen is quite different from being in a church.

Key words: religion online, corona, mediation, worship service

Ingress

Seere av skjermbaserte gudstjenester ønsker gjenkjennelighet med ordinære gudstjenester, men er også opptatt av at gudstjenestene som sendes er tilpasset det faktum at seersituasjonen er veldig forskjellig fra det å fysisk oppholde seg i et kirkerom under en gudstjeneste.

Introduksjon

Da koronapandemien kom til Norge våren 2020 innførte myndighetene strenge restriksjoner for å samles, og religiøse organisasjoner – i likhet med mange andre – ble stilt overfor valget mellom å innstille eller å omstille virksomheten. Mange menigheter valgte da å flytte aktiviteten fra kirkebygningene over til Facebook, YouTube eller andre nettbaserte plattformer. Denne praksisen harmonerer godt med den danske teologen Kaj Bollmanns argumentasjon om at kirken like gjerne kan være et nytt domene som et gammelt hus¹. Bollmann bygger på at kirken først og fremst består av mennesker som har en tilknytning til hverandre og som har et felles referansepunkt for de aktiviteter de tar del i.

I denne artikkelen studerer vi den aktiviteten som mer enn noen særtegnert kirkelige fellesskap, nemlig gudstjenesten, og hvordan denne oppleves når den flyttes fra den fysiske kirkebygningen til å bli noe som mediebrukerne tar del i på avstand, via en skjerm. Av praktiske grunner velger vi å fokusere på gudstjenester i regi av Den norske kirke, som er det klart største kirkesamfunnet i Norge, målt både etter antallet medlemmer (om lag 70 % av den norske befolkning) og i antall forsamlinger (om lag 1.200 sogn fordelt over hele landet). Den norske kirke sier at gudstjenesten skal være et møtested mellom Gud og mennesker, en arena for trosopplæring og et sted der

utenforstående kan bli presentert for kirkens budskap, i tillegg til å være en kulturbærer².

Studien baserer seg på brukererfaringer fra den perioden kirkene var stengt som følge av koronapandemien våren 2020, og vi legger et mottakerperspektiv til grunn når vi søker å kaste lys over hvordan seere opplevde sendinger som ble tilbudt som erstatning for ordinære gudstjenester. Spørsmålet vi stiller er om nettbaserte gudstjenester oppfattes som en egnet erstatning for fysiske gudstjenester – sett fra brukernes perspektiv – og hvilke produksjonsmessige faktorer som bidrar til at en gudstjenesteopplevelse via skjerm blir så god som mulig.

For å konkretisere tematikken, vil vi fokusere på følgende forskningsspørsmål:

- (1) Hvordan beskriver brukere nettbaserte gudstjenester som alternativ til det å delta fysisk i en gudstjeneste ved å være til stede i kirkerommet?
- (2) Hvilke preferanser har mediebrukerne for hvordan de ønsker at sendingen skal være for at gudstjenesten skal oppleves som en best mulig erstatning for en fysisk gudstjeneste?
- (3) Hva skal til for at en skjermbasert gudstjeneste gir seeren en opplevelse av å være deltaker i gudstjenesten?

Tidligere forskning

I det banebrytende essayet *A cultural approach to communication* poengterer kommunikasjonsteoretikeren James Carey at kommunikasjon kan ses på både som meddelelse, dvs overføring av en eller annen type informasjon eller kunnskap, og som rituell handling for å bygge og vedlikeholde et fellesskap³. Begge disse aspektene er viktige å reflektere over for den tematikken som belyses i denne artikkelen. På den ene siden foregår det en informasjonsdeling ved at kirken formidler et budskap til sin

menighet som følger gudstjenesten på skjermen. På den annen side er det som skjer en rituell handling der det er lite nytt som formidles i den enkelte gudstjeneste som aldri tidligere har vært belyst.

Religionssosiologer har jobbet med spørsmålet om hvorfor folk i det hele tatt ønsker å være en del av en religiøs sammenheng, og blant de svarene som avdekkes på dette er at religiøse forsamlinger er viktige for å skape tilhørighet, og for å gi opplevelsen av å være del av noe større⁴. Medieforskeren Knut Lundby argumenterer også for at tilhørighet – *belonging* – er et sentralt begrep å bruke når fellesskap skal beskrives, ved at det avslører fellesskapets egenskaper fra innsiden, fra deltakernes perspektiv⁵.

Helt fra TV-predikantene begynte å slå igjennom i USA har det vært forskningsinteresse knyttet til mediering av religion. Gary Gaddy og David Pritchard finner støtte for sin hypotese om at å se en gudstjeneste på tv i rimelig grad kan sies å være en erstatning for det å gå i kirken, i alle fall for protestanter⁶. En lignende undersøkelse gjort blant svenske seere av TV-gudstjenester støtter opp om denne hypotesen ved at det bare er 1/3 av de som regelmessig ser TV-gudstjenester som oppgir at de ville fått et bedre utbytte ved å være fysisk til stede i kirken⁷.

I nyere tid er Stig Hjarvard et sentralt navn innenfor medialiseringsteori. Han skiller mellom mediering som et uttrykk for at hendelser bringes ut til et publikum via en mediekanal, og medialisering som en betegnelse på langsiktige og langtrekkende endringer i kultur og samfunn som mediene både bidrar til og selv er en del av⁸. Hjarvard argumenterer for at medier som er kontrollert av religiøse institusjoner er mindre preget av medialisering enn f.eks. representasjoner av religion i nyheter eller TV-drama. Likevel mener han at også disse mediene må forholde seg til medielogikken ellers i samfunnet⁹. I senere forskning drøfter Hjarvard hvordan mulighetene og

begrensningene som er knyttet til mediens tekniske og estetiske egenskaper kommer i en slags dialog med de institusjonelle regler og ressurser, og at resultatet av en slik prosess over tid kan forstås som medialisering¹⁰.

Begrepet medielogikk kom inn i medieforskningen på 1970-tallet og ble da knyttet til at organisasjoner i samfunnet måtte forholde seg til mediens prioriteringer og foretelleformer for å få den oppmerksomheten de ønsket. Det ble da særlig stilt krav om enkel og effektiv kommunikasjon som var presis, oppdatert og relevant for publikum, og at innholdet skulle være underholdende og engasjerende¹¹.

Religionssosiologen Marcus Moberg beskriver i en artikkel som omhandler kirken i Finland disse ytre rammeforholdene som et spesifikt sett av ideer om hva institusjoner trenger å gjøre for å kommunisere gjennom medier på en effektiv måte. Han argumenterer for at organisasjoner må «adapt and conform to new technological realities»¹². Tim Hutchings er inne på det samme når han skriver at medialiseringsteori klargjør viktigheten av at også mediekanaler som er drevet av religiøse organisasjoner må møte de tekniske og produksjonsmessige krav og forventninger som mediebrukerne har, hvis målet er å kommunisere effektivt og konkurrere om deres oppmerksomhet¹³.

En studie av NRK-sendte TV-gudstjenester i 2015 viser at en TV-gudstjeneste kan formidle det meste av innholdet i en typisk gudstjeneste i Den norske kirke, og at det i stor grad er bilderegien som avgjør om den som sitter foran TV-skjermen er deltaker eller tilskuer¹⁴. Studien argumenterer for at formidling av, og deltakelse i, sentrale ledd i gudstjenesten ikke nødvendigvis krever et fysisk nærvær, og at alle de sju dimensjonene som religionssosiologen Ninian Smart¹⁵ opprinnelig knyttet til religionsutøvelse, i stor grad kan være representert ved mediering gjennom lyd og bilde.

Et spørsmål er hvilke andre sider ved medieringen som virker inn på opplevelsen av tilstedeværelse, nærhet, samtidighet m.m.¹⁶. Adrian Førde Andersson

bruker begrepet *virtuell materialitet* i utforskningen av egenskaper ved et medium som bidrar til at det virtuelle oppleves som nærværende og materielt, slik som når man ved bruk av et tekstbehandlingsprogram har opplevelsen av å skrive på et ark¹⁷. En slik opplevelse synes å forutsette at det virtuelle må kunne relateres til konkrete og fysiske erfaringer. Andersson viser til fullskjermportretter på nettstedet nettkirken.no, der prester ser rett i kamera med et vennlig blikk, blikk som etterspør en relasjon som brukeren så anerkjenner og forholder seg til¹⁸.

Etter at nettmediet ble allemannseie i den vestlige verden rundt årtusenskiftet, har det vært forsket mye på nettbasert religiøs aktivitet. Kommunikasjonsforskeren Heidi Campbell er en sentral person innen dette feltet. Hun peker på følgende seks hovedtrekk ved nettbrukeres motivasjon for å delta i religiøse sammenhenger online: Relasjon, omsorg, anerkjennelse, tilhørighet, nærhet og fellesskap med likesinnede troende¹⁹. I senere forskning har hun holdt fast ved at religiøs aktivitet på nettet i særlig grad er å betrakte som et supplement og en forlengelse av et religiøst engasjement utenfor nettet²⁰. I forbindelse med koronapandemiens utbrudd, inviterte Campbell til sammen tretti forskere og kirkeledere til å skrive korte refleksjoner rundt situasjonen slik den umiddelbart opplevdes, og gjennomgangstonen i refleksjonene var viktigheten av å legge til rette for tilhørighet og fellesskap, mer enn for produksjonsteknisk kvalitet ved sendingene²¹.

Etter måneder med restriksjoner for ordinær kirkelig aktivitet skriver avisen Dagen at seerne etterspør lokale produksjoner der deres kjente prest forretter gudstjenesten²². Dette inntrykket harmonerer godt med en undersøkelse gjort blant 725 kirkeledere i Norge våren 2020²³ så vel som Hutchings argumentasjon for at reproduksjon av det folk er vant til «help users make sense of online worship»²⁴. I bunn og grunn handler dette om kontekstualisering, om hvordan de ulike dimensjonene i

religionsutøvelsen får komme til uttrykk, og om hvordan vi som individer knytter vår identitet til gitte uttrykksformer²⁵.

Som vi har redegjort for åpner forskningslitteraturen for en rekke innfallsvinkler til en studie av nettbaserte gudstjenester, men likevel har det bare i begrenset grad vært fokusert på hvordan mediebrukerne oppfatter de sendingene som produseres, og hvilke faktorer som påvirker deres seeropplevelse. Denne studien vil derfor bidra til dette gjennom å sette søkelys på brukererfaringene.

Metode

Studien baserer seg på et spørreskjema, og er i hovedsak en kvantitativ og deduktiv studie, men med kvalitative elementer ettersom respondentene hadde muligheter for å bruke egne ord i enkelte fritekstfelter. Vi gjorde avtale med 34 tilfeldige kirkesogn innenfor Den norske kirke, som tilbød et nettbasert alternativ til sine gudstjenester. Disse hjalp oss med å distribuere en lenke til et web-basert spørreskjema ut til sine følgere i sosiale medier eller brukere av kirkens hjemmeside. At respondentene har funnet spørreskjemaet via en mediekanal tilhørende en av disse menighetene innebærer imidlertid ikke at respondenten nødvendigvis oppfatter dette som «sin» kirke, men vedkommende kan ha annen kirketilhørighet og også sett gudstjenestesendinger via andre kanaler. I løpet av fire uker i mai/juni 2020 fikk vi inn 209 besvarelser der brukere av nettgudstjenester uttrykte sine erfaringer. Alle fylker er representert med Viken som det fylket med høyest antall respondenter (36 %), og tre av respondentene oppgir å være bosatt utenfor Norges grenser.

Det er en overvekt av kvinner (71 %) som har besvart spørreskjemaet, mens alder på respondentene varierer fra 18 til 88 år. Både gjennomsnittet og medianverdien for alder er 56 år, og med et standardavvik på 15,8 år indikerer det rimelig god spredning i respondentenes alder. Respondentene ble bedt om å karakterisere sin

tilknytning til den kirken som de anser som sin kirke på en skala fra én til seks der lavt tall er et uttrykk for svak tilknytning, mens høyt tall er uttrykk for sterk tilknytning. 57 % av respondentene markerte tallverdien seks som innebærer et aktivt engasjement og regelmessig gudstjenestedeltakelse. Til sammen 29 % markerte for verdiene én, to tre eller fire som er et uttrykk for et begrenset engasjement og lav frekvens på gudstjenestedeltakelse. Med tanke på analysene vi vil foreta er det hensiktsmessig at hver kategori har et høyest mulig antall respondenter. Vi har derfor valgt å dikotomisere denne variabelen ved å betrakte svaralternativene 1-4 som svak tilknytning til kirken, mens svaralternativene 5 og 6 betraktes som sterk tilknytning.

Ettersom respondentene selv har valgt å bli med i undersøkelsen, vi ikke kjenner deres identitet, og de er rekruttert via kirkenes egne kommunikasjonskanaler, har vi ikke hatt muligheter for å kontrollere for eventuelle skjevheter i utvalget. Vi kan følgelig ikke gå ut fra representativitet i utvalget av respondenter. Vi mener likevel at respondentene representerer en bredde, og at svarene gir verdifulle indikasjoner som kan gi grunnlag for videre refleksjon og forskning på feltet. Det samlede antallet respondenter gir et godt grunnlag for analyser, men når svarene fra ulike grupper av respondenter presenteres, er det nødvendig å ta forbehold ettersom disse gruppene består av et begrenset antall respondenter.

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

Presentasjon av funn

Vi vil begynne med å presentere svarene på de innledende spørsmålene til respondentene. Deretter blir funnene fra datamaterialet presentert i lys av de tre aspektene ved skjermbaserte gudstjenester som forskningsspørsmålene peker på, nemlig

hvordan respondentene beskriver skjermbaserte gudstjenester som alternativ til fysiske gudstjenester, hvilke preferanser de har for nettgudstjenesten som medieproduksjon, og hva de mener skal til for å skape opplevelsen av å delta i en gudstjeneste via skjermen.

Respondentene ble innledningsvis bedt om å redegjøre for hvor ofte de har sett gudstjenestelignende produksjoner fra andre kirker enn sin egen lokalmenighet, og svarene viser at mer enn hver tredje respondent (37 %) oppgir å ha gjort dette ukentlig. Ytterligere 23 % sier at de har gjort dette 2-3 ganger i måneden, noe som betyr at til sammen har tett på 6 av 10 respondenter regelmessig sett sendinger fra flere kirker enn sin egen.

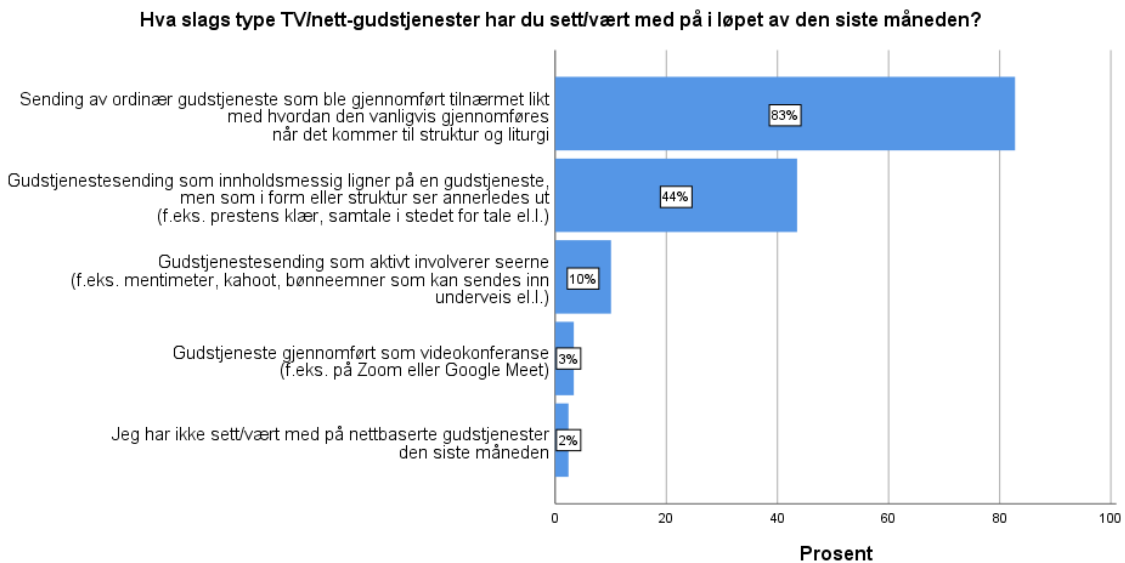
Tabell 1: Når mediebrukerne vanligvis ser gudstjenestesendinger			
Ser du gudstjenestene vanligvis på det tidspunktet som de sendes direkte (eller gjøres tilgjengelige)?			
	Tilknytning til kirken		Total
	Svak	Sterk	
Ja, vanligvis	34 %	48 %	44 %
Noen ganger	33 %	35 %	34 %
Nei, som regel ser jeg sendingen på et annet tidspunkt	33 %	17 %	22 %
Total	100 %	100 %	100 %
Antall respondenter (N)	61	147	208

44 % oppgir at de vanligvis ser gudstjenestene på det tidspunktet som de sendes direkte eller blir gjort tilgjengelige på nettet, men det er verd å merke seg at seere som definerer sin egen tilknytning til kirken som svak, noe oftere velger å se sendingen på andre tidspunkter. En forklaring kan være at denne gruppen har en mindre innarbeidet vane med at gudstjenestetid er et bestemt tidspunkt på en bestemt ukedag. En respondent kommenterer verdien av å opprettholde det rituelle ved å gå til kirke selv om måten man feirer gudstjeneste på blir annerledes når kirkene er stengt.

«Når jeg ikke har mulighet til å gå på gudstjeneste, er det viktig for meg med ritualene, å høre dagens tekst og hvordan presten legger den frem i prekenen.»

Kvinne, 70 år

Respondentene ble deretter bedt om å markere for ulike typer gudstjenestesendinger som de har sett i løpet av den siste måneden.



FIGUR 1: Respondentenes erfaring med ulike former for nettbaserte gudstjenester

Svarene viser at det klart vanligste (83 %) er at man har sett sendinger av ordinære gudstjenester som ble gjennomført tilnærmet likt med hvordan fysiske gudstjenester vanligvis gjennomføres. I tillegg oppgir nesten halvdel av respondentene (44 %) at de har sett sendinger den siste måneden som innholdsmessig ligner på en gudstjeneste, men som i form eller struktur avviker fra det som er vanlig. 10 % oppgir også at de har sett gudstjenestesendinger som aktivt har involvert seerne, og et lite antall oppgir at de har vært med på en gudstjeneste gjennomført via et videokonferansesystem.

På spørsmål om hvilken form for gudstjenestesendinger respondentene foretrekker, viser svarene at majoriteten (57 %) foretrekker sendinger som ligger nært opp til vanlige gudstjenester mens hver fjerde seer (23 %) ønsker en

gudstjenestesending som innholdsmessig ligner på en gudstjeneste, men som i form eller struktur ser annerledes ut.

Hvis vi ser på svarene i lys av respondentenes tilknytning til kirken, blir bildet annerledes. Blant de med sterk tilknytning foretrekker 61 % ordinære gudstjenester, mot 47 % av de med svak tilknytning. Motsatt ser vi at blant de med svak tilknytning er det 14 % som foretrekker gudstjenestesendinger som aktivt involverer seeren, mens dette er det bare 10 % av de med sterk tilknytning som gjør. Også gudstjenester via Zoom eller Google Meet er mer foretrukket blant de med svak tilknytning til kirken (5 % vs 2 %).

Hvis vi tar for oss de respondentene som oppgir å ha sett ulike typer sendinger – om lag halvdelen – og som dermed har et reelt sammenligningsgrunnlag gjennom egen erfaring med ulike formater, viser tallene en mer positiv holdning til å tilpasse gudstjenestens form til medieplattformen, det vi tidligere har omtalt som medielogikken. Spesielt verd å merke seg er at hver fjerde respondent under 50 år har en preferanse for sendinger som aktivt involverer seerne.

Tabell 2: Mediebrukernes preferanser for type sending			
Hva slags type TV/nett-gudstjenester foretrekker du?			
	Respondentens alder		Total
	18-50 år	Over 50 år	
Sending av ordinær gudstjeneste som ble gjennomført tilnærmet likt med hvordan den vanligvis gjennomføres	32 %	42 %	39 %
Gudstjenestesending som innholdsmessig ligner på en gudstjeneste, men som i form eller struktur ser annerledes ut	37 %	39 %	38 %
Gudstjenestesending som aktivt involverer seerne (f.eks. mentimeter, kahoot, bønneemner som kan sendes inn underveis el	24 %	10 %	14 %
Gudstjeneste gjennomført som videokonferanse (f.eks. på Zoom eller Google Meet)	3 %	6 %	5 %
Vet ikke / ingen mening	5 %	3 %	4 %
Total	101 %	100 %	100 %
Antallet respondenter (N)	38	62	104

Svarene på de innledende spørsmålene viser at en stor andel av mediebrukerne har sett sendinger av ulike typer og fra flere kirker enn bare sin egen. De ble ikke spurt om de til vanlig brukte å oppsøke gudstjenester i flere menigheter, og det er derfor ikke mulig å si om denne adferden bare gjenspeiler normal "offline"-praksis eller om den kan knyttes til det faktum at tilgjengeligheten er større når gudstjenestene publiseres på nettet.

Skjermbasert gudstjeneste som alternativ til fysisk gudstjeneste

Respondentene ble spurt om i hvor stor grad en nettbasert gudstjeneste kan fungere som alternativ til å være fysisk til stede i kirkerommet mens gudstjenesten feires. På dette spørsmålet viser svarene at ulike grupper av respondenter mener forskjellig. Blant respondenter under 50 år svarer en tredel (33 %) at en nettbasert gudstjeneste i stor grad kan fungere som et alternativ, mens blant respondenter over 50 år er det bare en fjerdedel (26 %) som mener det samme. Vi ser også at respondenter som bor i byer eller på større steder i større grad enn respondenter som er bosatt i mindre kommuner er positive til nettbaserte gudstjenester.

Tabell 3: Nettbasert gudstjeneste som alternativ til fysisk gudstjeneste			
I hvor stor grad kan en nettbasert gudstjeneste fungere for deg som alternativ til å være fysisk til stede i kirkerommet mens gudstjenesten feires?			
	Kommunestørrelse		Total
	20.000 eller flere innbyggere	Mindre enn 20.000 innbyggere	
I stor grad	33 %	23 %	29 %
Til en viss grad	50 %	56 %	52 %
I liten grad	13 %	19 %	15 %
Ikke i det hele tatt	4 %	3 %	4 %
Total	100 %	101 %	100 %
Antall respondenter (N)	112	80	192

Den samme tendensen finner vi om vi grupperer respondentene etter deres tilknytning til kirken. Blant de som oppgir at de har en sterk tilknytning sier en av fem

respondenter (21 %) at en nettbasert gudstjeneste i stor grad kan være et alternativ, mens like mange sier at dette i liten grad eller ikke i det hele tatt er tilfelle. For de med svak tilknytning til kirken er tallene hhv 49 % og 12 %. Selv om det for alle grupper er en klar overvekt som har brukt svaralternativet «Til en viss grad», er tendensene likevel klare ved at yngre mennesker, folk bosatt på større steder, og personer med lav tilknytning til kirken, har en mer positiv holdning til nettbaserte gudstjenester som et alternativ til de ordinære enn det andre grupper har. Med tanke på at kirken tradisjonelt spiller en viktigere rolle som sosial faktor i samfunnet på små steder enn i byer, og at færre yngre enn eldre mennesker har kirken som en viktig sosial faktor i livet, kan alle disse svarene peke i retning av at nettbaserte gudstjenester kan fungere som formidler av kirkens budskap og kultur, men i mindre grad som verktøy for å bygge og ivareta det relasjonelle aspektet.

For enkelte kirkegjengere kan imidlertid det relasjonelle ved å gå i kirken være en utfordring, og da gir skjermbaserte gudstjenester en anledning til å slippe å forholde seg til andre gudstjenestedeltakere. En respondent beskriver det som positivt at vedkommende fritt kan la følelsene få uttrykk når hun følger gudstjenesten hjemmefra.

«Fint å vere åleine heime og sjå nettbasert gudsteneste, for då kan eg opne heile meg i trygge omgivelser og bruke alle mine sansar til å ta innover meg budskapet (eg grin alltid i gudstenesta, og det gjer det vanskelig å gå til kyrkja, i frykt for å bli sett på som «rar» som alltid gret så mykje»

Kvinne, 43 år

Dette er en type respons som peker på en opplevd fordel av anonymiteten som følger av å ta del i gudstjenesten hjemmefra. Men det motsatte er også tilfelle, nemlig at fraværet av påtagelig fellesskap oppleves som et savn.

«Jeg savner samhandling, (=liturgi), fellesskap. Enveiskommunikasjon er ikke nok. Jeg orker ikke flere nettgudstjenester, må ha ekte vare.»

Mann, 41 år

Respondentene peker følgelig på både fordeler og ulemper ved det fraværet av fysisk fellesskap som oppleves ved skjermbaserte gudstjenester. Dette harmonerer godt med det andre forskere har gjort av lignende observasjoner i sine arbeider. Flere tidligere studier viser at tilgangen på informasjon, i kombinasjon med den anonymiteten som internettet tilbyr, så vel som opplevelsen av fellesskap, er vesentlige faktorer for brukerne, men at brukerne har ulike preferanser på dette området²⁶.

Nettgudstjenesten som medieproduksjon

På spørsmål om hva respondentene mener er en passende lengde på en nettbasert gudstjeneste, oppgir halvparten et tall mellom 30 og 46 minutter, og gjennomsnittet av alle svar er 38 minutter.

Respondentene gir derfor uttrykk for at en skjermbasert gudstjeneste gjerne kan være kortere enn vanlig, og særlig pekes det på at sangens rolle i en skjermbasert gudstjeneste er noe annet enn ved fysiske gudstjenester. En respondent skriver i klartekst at vedkommende spoler over salmer, og da særlig de med mange vers. En annen argumenterer med at ser man gudstjenesten på nettet så finnes det et stort utbud av høykvalitets sanger bare noen tastetrykk unna.

«Må gjerne være enkel, f.eks forkortet til skriftlesning, tale, trosbekjennelse og bønn. Sang kan sløyfes og synges etter endt tale. Ser man f.eks. gudstjenesten via youtube er veien kort til svært gode produksjoner sanger.»

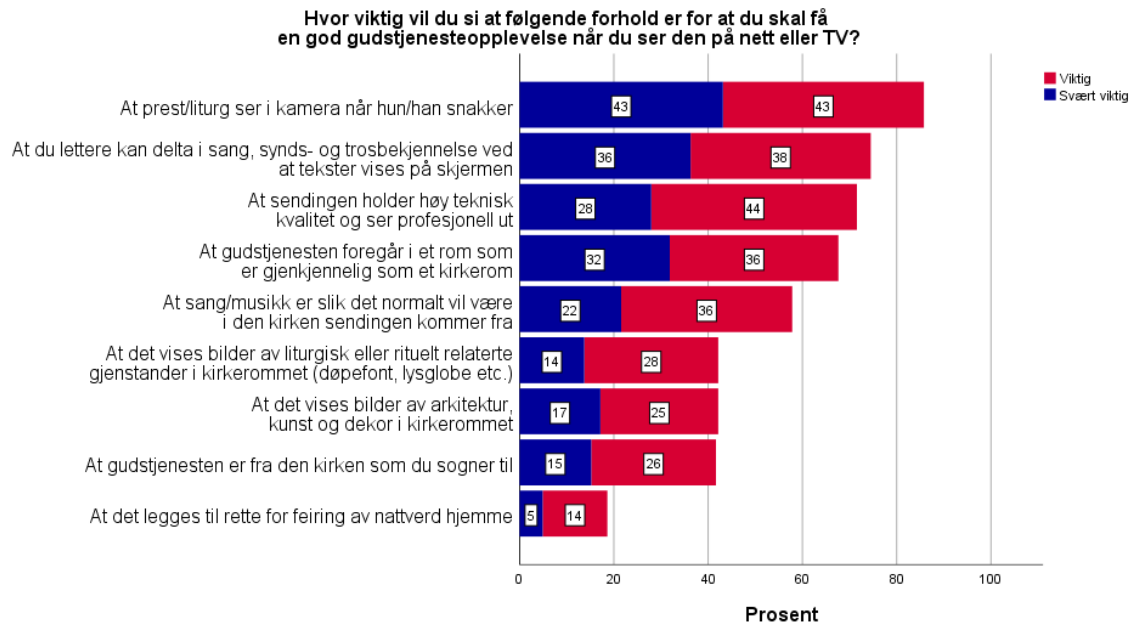
Mann, 26 år

Vi ser at egenskaper ved mediet – mulighet for å spole over, finne annen kanal m.m. – fører til at brukere forholder seg til det medierte budskapet på en annen måte enn det som var intensjonen.

Respondentene ble bedt om å ta stilling til påstanden «Det er viktig for meg at en TV-/nettbasert gudstjeneste er mest mulig lik en vanlig gudstjeneste, når det kommer til struktur og liturgi». Responsen på denne påstanden viser at dette aspektet ved gjenkjennelse er viktigst for de eldre brukergruppene der 75 % er helt eller delvis enig, mens bare 11 % uttrykker uenighet. For de yngre respondentene viser datamaterialet en noe større åpenhet for at struktur og liturgi gjøres på en annen måte i TV-/nettbaserte gudstjenester ved at bare 58 % er enige, mens 26 % er uenige.

Tabell 4: Stillingstagen til om skjermbasert gudstjeneste skal ligne på fysisk gudstjeneste			
Det er viktig for meg at en TV-/nettbasert gudstjeneste er mest mulig lik en vanlig gudstjeneste, når det kommer til struktur og liturgi			
	Respondentens alder		Total
	18-50 år	Over 50 år	
Helt enig	22 %	26 %	25 %
Delvis enig	37 %	49 %	45 %
Hverken / eller	12 %	13 %	13 %
Delvis uenig	18 %	9 %	12 %
Helt uenig	8 %	3 %	4 %
Vet ikke / ikke relevant	3 %	1 %	2 %
Total	100 %	101 %	101 %
Antall respondenter (N)	65	117	182

Respondentene ble videre spurt om ulike forhold ved selve produksjonen, og hvordan disse påvirker deres gudstjenesteopplevelse.



FIGUR 2: Respondentenes oppfatning om produksjonsmessige forhold

Når vi slår sammen svaralternativene «Svært viktig» og «viktig» viser svarene at flest respondenter er opptatt av at prest og liturg ser i kamera når vedkommende snakker. Til sammen 86 % av respondentene har krysset av for at dette er viktig eller svært viktig. For de deler av gudstjenesten der menigheten normalt er aktivt deltakende, fremholdes også viktigheten av at tekster vises på skjermen. 74 % oppgir at dette er viktig for gudstjenesteopplevelsen. Disse formene for å inkludere seerne i gudstjenesten poengteres og i fritekstfeltene, men vi finner også respondenter som verdsetter ytterligere involvering enn det disse grunnleggende virkemidlene innebærer.

«Min kirke har brukt Mentimeter som del av "koronagudstjenestene". Det har fungert kjempebra, og gitt en viktig følelse av fellesskap og tilhørighet når jeg selv får være med å delta, og ikke minst kjenner igjen andres deltakelse. Da får jeg en følelse av at vi har vært litt sammen under gudstjenesten, selv fra hver vår stue.»

Kvinne, 29 år

Svarene viser at brukerne legger vekt på sider ved medieringen som forsterker opplevelsen av materialitet i det virtuelle. Blikkontakt etablerer en relasjon, og sangtekst

på skjermen fungerer som salmebok. Mentimeter gjør det mulig å være en del av et fellesskap.

Det er bare en liten gruppe som er opptatt av at man som seer skal kunne delta i nattverd. Svarene viser at bare 5 % har markert dette som «Svært viktig», og totalt 19 % hvis vi legger til de som har markert «Viktig». Likevel, når temaet belyses fra en litt annen vinkel ved at respondentene blir bedt om å ta stilling til utsagnet «Når jeg ser gudstjenester på TV eller nett savner jeg å få delta i nattverden» viser responsen at nær to av tre respondenter er enig i det utsagnet, og at høyest andel finnes blant de yngre respondentene.

Tabell 5: Stillingstagen til utsagn om savn av nattverd			
Når jeg ser gudstjenester på TV eller nett savner jeg å få delta i nattverden			
	Respondentenes alder		Total
	18-50 år	Over 50 år	
Helt enig	32 %	26 %	28 %
Delvis enig	37 %	34 %	35 %
Hverken / eller	14 %	17 %	16 %
Delvis uenig	2 %	4 %	3 %
Helt uenig	9 %	16 %	14 %
Vet ikke / ikke relevant	6 %	3 %	4 %
Total	100 %	100 %	100 %
Antall respondenter (N)	65	117	182

Når det kommer til det praktiske og estetiske ved produksjonen viser svarene at mange er opptatt av at sendingen skal holde høy teknisk kvalitet og se profesjonell ut. Totalt 72 % av respondentene har markert dette som viktig for deres gudstjenesteopplevelse. Det er likevel verd å merke seg at blant disse, er det bare et mindretall som anser det som «Svært viktig». For majoriteten av respondentene er dette derfor noe som er viktig, men likevel ikke det viktigste. At fokus på produksjonsmessige forhold ikke går ut over autenticiteten kan være et stikkord her.

Flere respondenter er innom viktigheten av at det som vises på skjermen faktisk må være en gudstjeneste som feires.

«At det oppleves en ekte Guds tilstedeværelse og påvirkning på det som skjer, og ikke et statisk skuespill»

Kvinne, 37 år

En respondent er kritisk til det valget som er foretatt hos vedkommendes egen kirke, når det kommer til å tilpasse gudstjenesten til nettmедiet. Vedkommende mener at selv om det er en fin produksjon som gjøres tilgjengelig på skjermen, så er den ikke autentisk i forhold til slik gudstjenester i denne kirken bruker å være.

«Opplever at egen kirke (pinsemenighet), som til vanlig har 90-120 min formiddagsgudstjeneste søndager med eget barneopplegg, nå har en 30 min digital produksjon hver søndag. Denne er laget noen dager i forkant, og er veldig innbydende for nye og nåværende medlemmer av kirka vår, men gir i mine øyne ikke noe reelt bilde av hvor våre gudstjenester ser ut til vanlig.

<...>

Det blir veldig "fra oss til deg" heller enn "ta del i dette med oss".»

Kvinne, 29 år¹

Når det gjelder å utnytte estetikken i kirkerommet er dette noe som fire av ti respondenter anser som verdifullt. Med tanke på at mengden av utsmykning i kirkerommene er svært forskjellig rundt om i ulike kirkebygg, kan man anta at det respondentene er vant til fra sin egen kirke påvirker hva de tenker om dette elementet i

¹ Respondenten gir uttrykk for å ha tilhørighet til en pinsemenighet, men har svart på et spørreskjema i tilknytning til en av DNKs menigheter. Dette illustrerer at brukerne ser gudstjenester på nett også fra andre menigheter og kirke tradisjoner enn sin egen, noe som harmonerer med svarene som omtales under innledningen av presentasjonen av funn.

nett- og TV-sendte gudstjenester. Hvis man til vanlig er vant med en kirke med lite kunst og få liturgisk relaterte gjenstander, vil man trolig heller ikke oppfatte bilder av dette som viktig når man ser en TV-sendt gudstjeneste fra en annen kirke. Om man snur på det ser vi at det er bare omkring en av fem som uttrykker det som “ikke viktig” å vise bilder av liturgisk eller rituelte relaterte gjenstander i kirkerommet. Det samme gjelder det å vise arkitektur, kunst og dekor i kirkerommet. Dette viser at mange tillegger slike bilder større eller mindre viktighet, bilder som bidrar til å materialisere kirkerommet for dem via skjermen²⁷.

Men det er ikke bare det visuelle ved sendingen som betyr noe for mediebrukerne. Også kvaliteten på fremføringen fra de som deltar er av betydning for seeropplevelsen.

«Liturgene og de andre deltakerne /sangerne osv. må være trygge og varme i det de formidler. Jeg må oppleve at de faktisk har noe viktig på hjertet. De må lese tekst slik tekst skal leses osv. Da blir jeg selv helt med og helt tilstede og opplever det som en god gudstjeneste som gir meg noe»

Kvinne, 62 år

Gjennomgangstonen i det respondentene gir uttrykk for er at en skjermbasert gudstjeneste bør tilpasses mediet når det kommer til form og inkludering av brukerne. Når det gjelder den produksjonstekniske kvaliteten så anses gode bilder, god lyd, og god fremføring, også som forhold seerne verdsetter.

Å delta i en gudstjeneste via skjermen

Betydelige andeler av respondentene uttrykker at gjenkjennelighet er viktig. Det kommer til uttrykk ved at 68 % mener det er viktig at gudstjenesten foregår i et rom som ser ut som et kirkerom, og 58 % mener det er viktig at sang og musikk er slik som det bruker å være ved fysiske gudstjenester, selv om gudstjenesten oppleves via

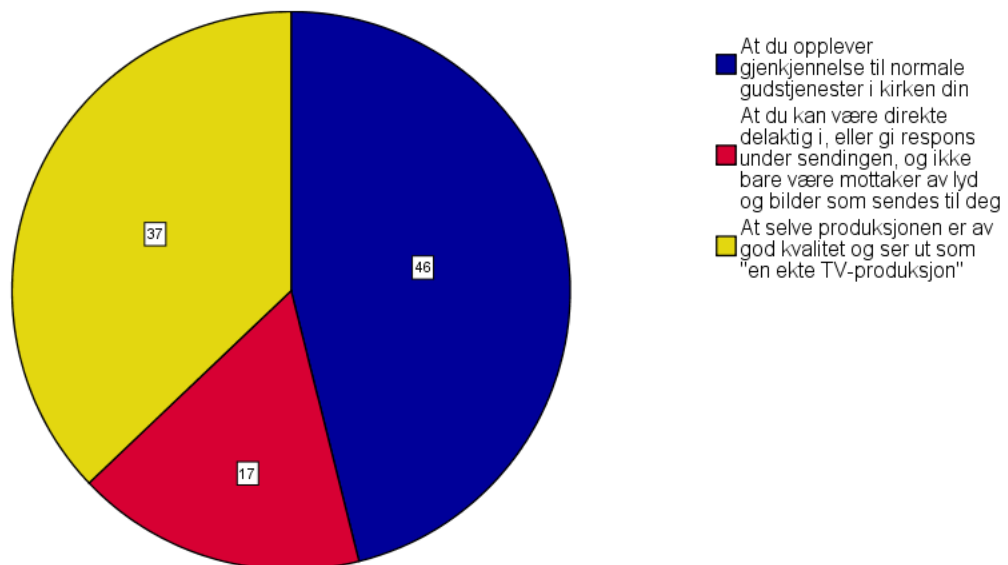
skjermen. Imidlertid er det færre som er opptatt av at gudstjenesten kommer fra den kirken man selv sogner til, så gjenkjenneligheten må først og fremst forstås i forhold til gudstjenesten som format og konsept, og ikke i forhold til lokalmiljø eller personer. I fritekstfeltet kommer det frem at mediebrukernes holdninger til det lokale er forskjellig når det gjelder nettmediet og TV-mediet.

«Nettbasert må være fra egen menighet, for å kjenne på fellesskapet. Tv kan være fra hvor som helst. Ser NRK når ikke kan gå i kirken. Nettbasert fra egen menighet i tillegg.»

Kvinne, 56 år

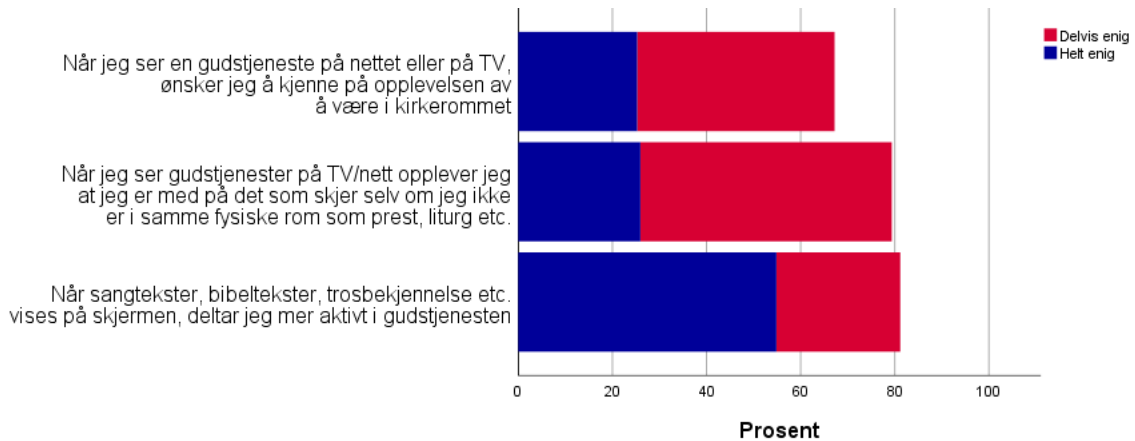
Verdien av gjenkjennelse kommer også til uttrykk når respondentene blir bedt om å vekte tre hensyn opp mot hverandre ved å fordele verdien av hensynene på en slik måte at summen blir hundre prosent. Da viser det seg at respondentene – som samlet gruppe – gir gjenkjennelse til normale gudstjenester verdien 46, mens muligheten for å uttrykke delaktighet eller respons bare gis verdien 17. At selve produksjonen er av god kvalitet gis verdien 37.

Hvordan vil du fordele hva som er viktig for deg av disse hensynene når gudstjenesteproduksjonene lages?



FIGUR 3: Respondentenes vektning mellom gjenkjennelse, delaktighet og produksjonkvalitet

Respondentenes opplevelse av selv å delta i gudstjenesten, og være med på det som skjer, kommer frem når de uttrykker sin holdning til utsagn de ble presentert for.



FIGUR 4: Respondentenes stillingtagen til utsagn om mediering av gudstjenester

To av tre respondenter sier at de ønsker å kjenne på opplevelsen av å være i kirkerommet, og nær fire av fem oppgir at de får en opplevelse av å være med på gudstjenesten når de ser prest, liturg etc. selv om de ikke befinner seg i det samme fysiske rommet. Like mange oppgir at visning av tekster på skjerm er et viktig bidrag til nettopp denne deltakelsen.

Flere respondenter understreker verdien av å vite at man ser på sendingen samtidig med andre, og således får en opplevelse av å feire gudstjeneste sammen selv om man ikke er fysisk i samme rom. Til tross for dette så oppleves det som positivt at man også har mulighet for å se sendingen på annet tidspunkt, dersom det skulle passe bedre.

«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»

Hvis vi sammenfatter disse svarene, kan vi peke på tre sentrale forhold som bidrar til at brukerne opplever å ta del i gudstjenesten. Det er gjenkjennelighet, autentisitet og samtidighet. Svarene kan tyde på at seerne har fått tilfredsstilt mange av sine preferanser ettersom de uttrykker at svært mange av sendingene har vært gjenkjennelige og autentiske sammenlignet med fysiske gudstjenester.

Konklusjon og utblikk

Funnene vi har redegjort for viser at respondentene på den ene siden verdsetter gjenkjennelighet og autentisitet ved at de skjermbaserte gudstjenestene i størst mulig grad ligner på ordinære gudstjenester. Dette kan kobles til tidligere forskning som viser at tilhørighet og det å kjenne på at man er del av noe større enn seg selv, er viktige momenter for religiøst engasjement. Hvis gudstjenesten på skjerm blir for fjern fra det vanlige, og man som seer blir fratatt muligheten for å delta aktivt, kan det gå utover nettopp denne følelsen av å være en del av gudstjenestefellesskapet, og man går i stedet inn i en rolle som mediekonsument. På den annen side gir respondentene også uttrykk for at sendingene bør tilpasses det mediet de distribueres i, og da er vi inne på det som vi tidligere har skrevet om at alle som tar i bruk mediekanaler – også religiøse institusjoner som benytter seg av kanaler de selv har kontroll over – må forholde seg til den rådende medielogikken.

Enkle grep som at presten henvender seg direkte til seerne gjennom å se i kamera, og tilrettelegging for deltakelse gjennom å vise tekster på skjermen, bidrar til at seerne får opplevelsen av å delta på gudstjeneste og ikke bare se på en forestilling. På denne måten styrkes tilhørigheten og opplevelsen av fellesskap, nettopp gjennom å

spille på lag med konvensjonene for medieproduksjon som er et resultat av medielogikken.

Respondenter peker på at det er noe ved selve situasjonen når man ser gudstjenesten på skjerm som gjør at forventningene til prestasjonen fra de som deltar blir høyere. Dette kan forklares med at seerne er vant med at det som presenteres på TV, men også i stor grad på nettet, holder høy produksjonsteknisk kvalitet, og er laget med tanke på seere som følger produksjonen fra distanse. Likevel er det verd å merke seg at selv om det gjennomføringsmessige ved produksjonen verdsettes, så fremstår det likevel ikke som det viktigste. Gjenkjenneligheten til det vante, opplevelsen av å feire gudstjeneste i fellesskap, og at det som skjer oppleves ekte, gjør at man er villig til å se igjennom fingrene på noe av det tekniske.

Funnene fra undersøkelsen viser at skjermbaserte gudstjenester gir en annen gudstjenesteopplevelse enn det å være fysisk i kirkerommet. Likevel så gir sendingene et utbytte for mottakeren, og kan – et godt stykke på vei – fungere som en erstatning for fysiske gudstjenester. Dette kan tolkes inn i James Careys forståelse av hva kommunikasjon egentlig er. Respondentenes svar peker i retning av at den delen av kommunikasjonsprosessen som omhandler informasjonsoverføring fungerer rimelig godt, mens det rituelle aspektet ved kommunikasjonen er vanskeligere å ivareta uten å være fysisk sammen. Her ligger et potensial for utdypende forskning.

Denne artikkelen har tatt for seg brukernes erfaringer med å følge nettgudstjenester i en helt ekstraordinær tid da kirkene måtte holde stengt og det ikke fantes fysiske alternativer. Normalsituasjonen er ikke slik. Hvis kirkene fortsetter med å strøme gudstjenestelignende sendinger i tiden etter pandemien, vil mange av brukerne stå overfor et valg mellom å følge gudstjenesten på skjerm eller å møte opp fysisk i kirken. Spørsmålene kirken da må ta stilling til er om de vil se seg tjent med å gi brukerne dette

valget, og om de er villige til å tilpasse gudstjenestens varighet og form slik at den også imøtekommer ønsker og behov fra den delen av menigheten som følger gudstjenesten via en skjerm. En vedvarende praksis med strømming av gudstjenester vil også gjøre det aktuelt å vende tilbake til medialiseringbegrepet og studere de langtrekkende konsekvensene av den dialogprosessen som Stig Hjarvard mener at finner sted når institusjoner ikke bare medierer enkelthendelser, men tilpasser sin generelle virksomhet til de normer for adferd som følger av medieringen. Her ligger et grunnlag for videre forskning.

Datamaterialet som denne artikkelen baserer seg på gir ikke svar på om nettbaserte gudstjenester fyller gudstjenestens hensikt sett fra kirkens eget ståsted, og artikkelen drøfter ikke innholdet i de nettbaserte gudstjenestene i forhold til hva kirken mener en gudstjeneste skal være. Her er det følgelig også behov for mer forskning for å trenge inn i disse spørsmålene.

Det studien derimot gir et signal om er at sendingene har nådd lenger ut enn til de som til vanlig oppsøker gudstjenester i kirkene. Med tanke på at ett av kirkens oppdrag er å presentere den kristne tro for utenforstående, så gir det kanskje mening å omskrive det kjente sitatet fra Frans av Assisi til: Forkynn evangeliet, om nødvendig på internett.

Litteraturliste

- Altheide, David L., og Robert P. Snow. *Media logic*. Sage library of social research ; v. 89. Beverly Hills, Calif: Sage Publications, 1979.
- Ammerman, Nancy Tatom. *Pillars of faith: American congregations and their partners*. Berkeley: University of California Press, 2005.
- . «Still Gathering After All These Years: Congregations in U.S. Cities». I *Can Charitable Choice Work?: Covering Religion's Impact on Urban Affairs and Social Services*, redigert av Andrew Walsh. Hartford, CT: Pew Program on Religion and the News Media, Leonard E. Greenberg Center for the Study of Religion in Public Life, Trinity College, 2001.
- Andersson, Adrian Førde. «Virtuell materialitet». I *Skrift/bilde/lyd : analyse av sammensatte tekster*, redigert av Martin Engebretsen. Kristiansand: Høyskoleforlaget, 2010.
- Bollmann, Kaj. «Mellem sogn og cyberspace - udfordringer til et folkekirkeligt menighedssyn». I *Den digitale kirke*, redigert av Morten Thomsen Højsgaard. København: Forlaget ANIS, 2003.
- Campbell, Heidi A. *Exploring religious community online: we are one in the network*. Digital formations, v. 24. New York: P. Lang, 2005.
- . «The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online», 2020.
<https://doi.org/10.21423/DISTANCEDCHURCH>.
- Campbell, Heidi, og St Garner. *Networked theology: negotiating faith in digital culture*. Engaging culture. Grand Rapids, Michigan: Baker Academic, a division of Baker Publishing Group, 2016.
- Carey, James W. «A cultural approach to communication». I *Communication as culture: essays on media and society*, Bd. 1. Media and Popular Culture. New York: Routledge, 1989.
- Den norske kirke. «Gudstenesta: Heilag handling, heilag tid, heilagt rom». I *Gudstenestebok for Den norske kyrkja*. Verbum forlag, 2020.
https://kirken.no/globalassets/kirken.no/om-troen/gudstjeneste---liturgi/gudst_2020_heilag_handling_heilag_tid_heilagt_rom.pdf.

- Gaddy, Gary D., og David Pritchard. «When Watching Religious TV Is Like Attending Church». *Journal of Communication* 35, nr. 1 (1. mars 1985): 123–31.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1985.tb01889.x>.
- Gilje, Tarjei. «Folk ville se sin egen prest på tv». *dagen.no*. 29. august 2020, paragr. Kommentar. <https://www.dagen.no/meninger/kommentar/2020-08-29/Folk-ville-se-sin-egen-prest-p%C3%A5-tv-928477.html>.
- Hjarvard, Stig. *En verden af medier: medialiseringen af politik, sprog, religion og leg*. 1. udg. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2008.
- , red. *Medialisering: mediernes rolle i social og kultural forandring*. Hans Reitzel, 2016.
- . «Three Forms of Mediatized Religion. Changing the Public Face of Religion». I *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*, redigert av Stig Hjarvard og Mia Lövheim. Göteborg: Nordicom, 2012.
- Hodøl, Hans-Olav, Roy Emanuelsen, og Geir Christian Johannessen. «Kirker, korona og nettbaserte gudstjenester». *Norsk medietidsskrift*, nr. 2 (2021).
- Hodøl, Hans-Olav, og Egil Sæbø. «Hva er en TV-gudstjeneste?» *Theofilos* 8, nr. 2 (2016): 185–201.
- Hutchings, Tim. «Contemporary Religious Community and the Online Church». *Information, Communication & Society* 14, nr. 8 (1. desember 2011): 1118–35.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.591410>.
- . *Creating Church Online: Ritual, Community and New Media*. New York: Routledge, 2017.
- Kress, Gunther R., og Theo van Leeuwen. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2. ed., reprinted. London: Routledge, 2010.
- Laney, Michael J. «Christian Web usage: motives and desires». I *Religion and cyberspace*, redigert av Morten T. Højsgaard og Margit Warburg, 1st ed., 14. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2005.
- Lundby, Knut. «Patterns of Belonging in Online/Offline Interfaces of Religion». *Information, Communication & Society* 14, nr. 8 (1. desember 2011): 1219–35.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.594077>.

Moberg, Marcus. «Mediatization and the Technologization of Discourse: Exploring Official Discourse on the Internet and Information and Communications Technology within the Evangelical Lutheran Church of Finland». *New Media & Society* 20, nr. 2 (februar 2018): 515–31.
<https://doi.org/10.1177/1461444816663701>.

Moreau, A. Scott. *Contextualizing the faith: a holistic approach*. Grand Rapids, Michigan: Baker Academic, a division of Baker Publishing Group, 2018.

Pettersson, Thorleif. «The Audiences' Uses and Gratifications of TV Worship Services». *Journal for the Scientific Study of Religion* 25, nr. 4 (desember 1986): 391. <https://doi.org/10.2307/1385907>.

Sconce, Jeffrey. *Haunted media: electronic presence from telegraphy to television*. Console-ing passions. Durham, NC: Duke University Press, 2000.

Smart, Ninian. *Dimensions of the sacred: an anatomy of the world's beliefs*. London: HarperCollins, 1996.

Noter

¹ Bollmann, «Mellem sogn og cyberspace - utfordringer til et folkekirkeligt menighedssyn», 47.

² Den norske kirke, «Gudstenesta: Heilag handling, heilag tid, heilagt rom».

³ Carey, «A cultural approach to communication».

⁴ Ammerman, «Still Gathering After All These Years: Congregations in U.S. Cities»;
Ammerman, *Pillars of faith*.

⁵ Lundby, «Patterns of Belonging in Online/Offline Interfaces of Religion».

⁶ Gaddy og Pritchard, «When Watching Religious TV Is Like Attending Church».

⁷ Pettersson, «The Audiences' Uses and Gratifications of TV Worship Services».

⁸ Hjarvard, *En verden af medier*.

⁹ Hjarvard, «Three Forms of Mediatized Religion. Changing the Public Face of Religion».

¹⁰ Hjarvard, *Medialisering*, 58.

- ¹¹ Altheide og Snow, *Media logic*.
- ¹² Moberg, «Mediatization and the Technologization of Discourse».
- ¹³ Hutchings, *Creating Church Online*, 214.
- ¹⁴ Hodøl og Sæbø, «Hva er en TV-gudstjeneste?»
- ¹⁵ Smart, *Dimensions of the sacred*.
- ¹⁶ Sconce, *Haunted media*, 6.
- ¹⁷ Andersson, «Virtuell materialitet».
- ¹⁸ Kress og Leeuwen, *Reading Images*.
- ¹⁹ Campbell, *Exploring religious community online*.
- ²⁰ Campbell og Garner, *Networked theology*.
- ²¹ Campbell, «The Distanced Church».
- ²² Gilje, «Folk ville se sin egen prest på tv».
- ²³ Hodøl, Emanuelsen, og Johannessen, «Kirker, korona og nettbaserte gudstjenester».
- ²⁴ Hutchings, «Contemporary Religious Community and the Online Church», 1128.
- ²⁵ Moreau, *Contextualizing the faith*.
- ²⁶ Hutchings, «Contemporary Religious Community and the Online Church»; Laney, «Christian Web usage: motives and desires».
- ²⁷ Andersson, «Virtuell materialitet».