

Deilig er jorden, prektig er produktet

Kommentar

Kjetil B. Alstadheim, politisk redaktør



Duften av julemat trumfer barnet i krybben. Heldigvis skal kirken nå få hjelp med sluttbrukeren.

Det er mange til stede rundt en gjennomsnittlig julekrybbe. Jesusbarnet, så klart. Maria og Josef. En okse og et esel. En gjeng hyrder fra marken med noen sauer. Den himmelske hærskaren holdt seg et stykke unna. Tre vise menn, trolig med kameler. Og - ifølge *Love Actually* - et par hummere.

Men hvor var kommunikasjonsrådgiverne? De kom senere. Men det er visst en hærskare av dem også.

Dette er ingen enkel jul for Kirken. Årsaken er pandemien, åpenbart. Den påvirker det meste av livet nå. Aldri før har det offentlige kommet med like tydelige beskjeder til innbyggerne om hvordan julen skal feires.

Pysjdirektivet

Det har for eksempel i disse dager gått ut bud fra byrådskeiser Raymond om at hele byen skal ta seg en dag i pysjen.

Budet kom da Oslo kommune denne uke la ut sine offisielle juleråd på Facebook. Det var alt det vante. Holde deg hjemme hvis du er syk. Teste seg hvis man har symptomer. Ikke være flere enn ti samlet. Holde meteren. Vaske hendene. Slike ting. Og i tillegg: «Ta deg en dag i pysjen innimellom», sto det. «Gjør det for Oslo.»

Dit er landet kommet. Offentlige myndigheter gir befolkningen råd om mer utstrakt bruk av pysj.

Mye er uklart med rådet. For hvor mye pysjbruk er passe? Når bør man stå på? Hva er «innimellom»? Når sklir pysjbruken over i helseskadelig tiltaksløshet? Hva med folk som ikke har pysj? Vil kommunen lage en støtteordning for pysjinnkjøp, akkurat som den har støtteordning for innkjøp av piggdekk til sykkel?

Eller skal byen få enda et klasseskille der noen sprader rundt og er ansvarlige i pysj innimellom, mens andre har pysjskam fordi de går i vanlige klær og ser ut som om de gir fullstendig blaffen i at det er pandemi?

Det trengs en pressekonferanse for å oppklare. Enda en.

Julemat trumfer Jesus-barnet

Kirkens problem er faren for skliing på kirkebenker. Helsemyndighetene frykter



Tegning: Inge Grødum

Det er ikke godt å vite hva Maria ville tenkt dersom et par kommunikasjonsrådgivere hadde dukket opp i Betlehem

”

den slags. Kirkebenker er derfor ikke godkjent som «fastmonterte seter». Dermed går mange glipp av julegudstjenesten i år.

Det er trist for mange, men trolig ikke det viktigste likevel. I alle fall tyder en undersøkelse fra Institutt for kirke-, religions- og livssynsforskning (Kifo) på det. Kifo har undersøkt hva som gir folk mest julestemning. For 97 prosent er samvær med familien viktig. For 95 prosent er tradisjonell julemat viktig. For 31 prosent er det viktig med juleevangeliet eller å gå i kirken.

Det er derfor folk kjører hjem til jul med Chris Rea, vil hjem til jul med Maria Mena og nynner med Bing Crosby eller Kelly Clarkson eller Michael Bublé at de kommer hjem til jul, om ikke annet så i sine drømmer.

I år blir det i stedet Judy Garland fra 1944 eller Hilde Louise Asbjørnsen med «Have yourself a merry little Christmas». Med tekstlinjene:

«Someday soon we all will be together if the fates allow / Until then, we'll have to muddle through somehow»

Det er det folk må. Streve seg gjennom i sine julekohorter og håpe på et bedre år neste år.

Produktet «Frelse»

Men altså: Kirken. Et par tusen år etter at kommunikasjonsrådgiverne ikke var til stede ved krybben i Betlehem, er det kommet på plass.

Noen av dem har til og med erfaring fra å ha jobbet med NSB tidligere. Og som kreativ leder Tore Woll i reklamebyrået Tante Randi sier til Vårt Land, var NSBs problem at «produktet aldri leverte».

- Folk sto alltid og ventet på toget. Men jeg tror jo ikke det er problemet til Kirken. Jeg tror produktet til Kirken leverer, sier han.

«Produktet» til Kirken er - som kjent - frelse. Og evig liv. Mens vi andre skal gå fortapt.

Nå kan altså et reklamebyrå som er så høyt at menn ifølge bildene i Vårt Land går med lue inne, slå fast at Den norske kirke «leverer» dette «produktet».

Det er nesten ikke til å tro. Til gjengjeld er det jo tro det handler om.

Sluttbrukerens venn

Tante Randi har sammen med kommunikasjonsbyrået Try vunnet konkurransen om PR-kallet for Den norske kirke. Woll forteller at byrået er opptatt av «sluttbrukeren» i Kirken.

Hvem sluttbrukeren er? Jo, det kan variere litt «avhengig av om man snakker om ritualer som dåp eller konfirmasjon». Eller bisettelse, som Woll ikke nevner. Men der er det definitivt snakk om en sluttbruker.

- Vi ser på oss selv mer som talerør for menneskene som skal inn i dette produktet, sier Woll.

Altså folk som skal i kirken. For å skli litt på benken. Når pandemien - og prelestreiken (!) - er over.

Det er ikke godt å vite hva Maria ville tenkt dersom et par kommunikasjonsrådgivere hadde dukket opp denne første jule-natten i Betlehem. Der hun satt med et produkt i krybben.

Det er mulig hun, som det heter i juleevangeliet, ville «grunnet på det i sitt hjerte». Riktig god jul.