

**§ 110 Eget produktionsbolag**

CARINA ETANDER RIMBORG:

Fru ordförande och kyrkomötet! Jag pratar för utskottet när det gäller eget produktionsbolag, och Kyrkolivsutskottet föreslår avslag på motion 2013:73. Motionären föreslår att kyrkostyrelsen ska undersöka möjligheten att inrätta ett eget produktionsbolag.

Utskottet har under överläggningarna haft besök av informationschef Gunnar Sjöberg och blivit varse att det redan nu pågår ett samtal med Berling Media, där Svenska kyrkan är en av huvudmännen, när det gäller just ett fördjupat samarbete angående medieproduktion av olika slag.

Därför föreslår vi avslag på motionen.

ANNA-KARIN WESTERLUND:

Fru ordförande och ledamöter! Om man inte syns, finns man faktiskt inte. Jag har en vision om att Svenska kyrkan ska stärka sin roll i det svenska samhället och bli mer betydelsefull och förkunna evangelium på ett sådant sätt att människor lyssnar och tar emot. För detta behövs en strategi, som går ut på att vi bildar ett eget produktionsbolag. Jag längtar efter en kyrka som vågar använda alla till buds stående medel för att nå ut med sitt budskap och inte räddhågset stå i ett hörn och inte vilja synas. Jag tycker att söndagsgudstjänsterna är bra, det är absolut inget fel på dem, men det finns inget uppdrag som varar för evigt. Vad jag saknar är bra samtalsprogram. Jag saknar bra dokumentärer och bra sångprogram som vänder sig till en bredare publik, och då tänker jag naturligtvis på 1970-talet när Margit Borgström var i TV med hela Sverige sjunger. Det var ett program som nådde väldigt många människor. Om man pratar med människor, som inte alls är med i Svenska kyrkan eller inte alls kristna, vet alla om de här programmen för de var jättebra. Det är sådant jag vill se i kyrkan.

För mig finns det tre argument för att vi ska starta ett eget produktionsbolag. Först har vi demografin – snart består Sverige av 25 procent som är över 65 år. Dessa personer orkar kanske inte alltid att gå till kyrkan, så det kan vara skönt för dem att sitta hemma en söndag och lyssna på gudstjänster. Jag tycker att vi har ett ansvar för att de verkligen ska kunna få göra det. Mitt andra argument – nyligen presenterades en rapport som visade att antalet inlägg i den offentliga debatten som kommer från människor med religiös tro är mycket lågt. Det här skulle TV-mediet vara alldeles utmärkt för att göra. Här skulle man kunna både följa och styra debatten. Det tredje argumentet – Sverige är det mest sekulariserade landet i Europa. Det är ju inte konstigt att det blir en debatt vartenda år om kyrkans närvaro vid jul och skolavslutningar. Skolan ger ingen undervisning om kristen tro, konfirmationsdeltagandet sjunker kraftigt och färre föräldrar låter döpa sina barn. Kyrkan har därför ett behov av att nå ut med både budskap och fakta om kristen tro. Det skulle vara en viktig uppgift för kyrkans eget produktionsbolag att utföra den här pedagogiska uppgiften.

Vänner i kyrkomötet, jag har inget yrkande men hoppas att Berling Media kan sköta om det här på ett bra sätt. Jag ville bara väcka er litet. Missionsbefallningen gäller väl fortfarande, eller hur?

PER-OLOF FLODSTRÖM:

Ge oss pengar, ge oss pengar, ge oss mera pengar, så ska Gud belöna dig! Så låter under majoriteten av sändningstiden av den idag enda kristna TV-kanalen, kanal 10, som sänder i marknätet. Ändå har den för många av våra äldre runt om i landet kommit att kännas som en kär gammal vän som man tittar på för att

känna delaktighet och finna tröst i den kristna gemenskapen när man kommer upp i en ålder då man inte längre har möjlighet att ta sig till kyrkan eller till kyrkomötet för den delen. Det föranleder mig att se att det finns ett behov av den här typen av produktionsbolag och TV-kanal i vårt land.

Utskottet hänvisar i sitt avslag på motionen till att man anser det vara en för kostnadsdrivande verksamhet för att man ska finna mödan värd att lägga resurser på. Om man jämför Svenska kyrkan med sina sex miljoner medlemmar med den lokala församlingen Livets ord i Uppsala med sina knappt 3 000 medlemmar så lyckas de ändå leverera välproducerade program av hög teknisk kvalitet i en rullande veckotablå. Hur bra skulle då inte en kanal kunna bli som Svenska kyrkan står som ägare till.

Rädda Sveriges pensionärer och oss övriga från undermåligt producerad kristen media och skicka med hela blomsteraffären och bejaka innehållet i motion 2013:73!

MARTA AXNER:

Kyrkomötesvänner! Jag misstänker att Anna-Karin syftade på min avhandling när du pratade om en undersökning om debattartiklar. Jag ska avhålla mig från att ge er hela referatet, men min huvudpoäng var inte alls det som du refererade till. Det är sant att jag bland mycket annat i min avhandling har studerat debattartiklar skrivna av religiösa aktörer. Huruvida det är personer med en kristen tro som deltar i debatten har jag inte alls tittat på, utan det handlar om representanter för organisationer. Jag tycker inte att man kan säga att kontentan av det är att Svenska kyrkan automatiskt ska göra egna produktioner. Det kan hända att det är bra och det kan hända att det inte är det. Det är inte så enkelt att den som producerar mycket syns mest och får inflytande. Tvärtom är det ganska tydligt att det handlar lika mycket om mediernas sätt att fungera och vilka arenor man deltar på som spelar roll snarare än vem står bakom innehållet. Den som vill diskutera det här i detalj med mig kan komma och göra det i en kafferast istället för att jag ska säga mer här. Jag vill nog inte säga att mina resultat skulle tyda i riktningen att bifalla den här motionen.

*Beslut i ärendet återfinns i kyrkomötets protokoll, § 146.*