

## KAPITTEL 11

# «Ånden som holdt på å le seg i hjel»: En studie av humor i alternativt religiøse magasiner

Irene Trysnes

Universitetet i Agder

**Abstract:** This study addresses the link between alternative religiosity and humour. Alternative religiosity is characterized by an openness to the spiritual world, focusing on various forms of practice related to meditation, therapy and self-development. It has been described as a pick-and-mix religion where individuals pick and choose beliefs from different religions and religious orientations, such as Hinduism, Buddhism and Western esoteric religiosity. This article looks at how humour is used as a tool in two alternative religious magazines. It describes the content of humour and in which contexts humour is found in these magazines. The aim of both magazines is to spread information about alternative religiosity, alternative lifestyles and different alternative treatment methods. Humour occurs in different contexts in the two magazines and changes over time. However, humour is a rather rare tool and has a subordinate function. It is often used to spread information about an alternative lifestyle. It also appears as part of alternative self-presentations and attempts to create positive communitive identity

**Keywords:** alternative religiosity, humour, sociology of religion, religious magazines

## Introduksjon

Overskriften til dette kapitlet er hentet fra magasinet *Medium* (2016, s. 6). Artikkelen refererer til en husrens i bygda Vanse. Her deltok ansatte i *Medium*-redaksjonen, og ifølge artikkelen holdt de på å le seg ihjel mens de drev ånden ut av huset. «Det var den mest humoristiske ånden de hadde møtt på lenge.»

Sitering av dette kapitlet: Trysnes, I. (2019). «Ånden som holdt på å le seg i hjel»: En studie av humor i alternativt religiøse magasiner. I P. K. Botvar, A. K. Gresaker & O. Hovdelien (red.), *Ingen spøk: En studie av religion og humor* (s. 221–240). Oslo: Cappelen Damm Akademisk. <https://doi.org/10.23865/noasp.69.ch11>.  
Lisens: CC BY 4.0

Dette kapittelet tar for seg koplingen mellom alternativ religiøsitet og humor. Alternativ religiøsitet kan betegnes som løst sammensatte nettverk hvor deltakerne deler noen grunnleggende forestillinger omkring religiøs tro og praksisformer (Botvar & Trysnes, 2017, s. 136). Betegnelsen nyreligiøsitet anvendes også i mange sammenhenger. Et viktig fellestrekk med denne formen for religiøsitet er et mangfold av trosforestillinger. Det er lite akseptert å hevde å ha funnet den ene sanne veien til frelse. Alternativ religiøsitet preges av en åpenhet for den åndelige verden, og det fokuseres på ulike praksisformer knyttet til behandling, terapi, selvutvikling og meditasjon. Trosforestillinger hentes fra religiøse retninger som hinduisme, buddhisme og vestlig esoterisk religiøsitet.

Nyreligiøsiteten fremstår som individualistisk. Du trenger ikke tro på det etablerte religiøse organisasjonene står for. Du kan lytte til din egen indre stemme og finne ut hva som oppleves riktig for deg. Derfor blir det også viktig å konstruere nye og egne ritualer. (Botvar & Trysnes, 2017, s. 136)

De engelske religions sosiologene Paul Heelas og Linda Woodhead hevder at denne formen for religiøsitet er på fremmarsj i vesten, spesielt blant yngre generasjoner, og de beskriver dette som en subjektiv vending (Heelas & Woodhead, 2005). I alternativt religiøse bevegelser legges det stor vekt på religiøse følelser uttrykt gjennom selvvalgte, ofte personlige symboler, narrativer og estetiske uttrykk. Dette kan også beskrives som en individualisert feelgood religiøsitet (Repstad & Trysnes, 2013; Larsen & Trysnes, 2013).

Studien tar for seg de to alternativt religiøse tidsskriftene *Medium* og *Visjon*. Magasinet *Visjon* presenteres som følger:

Et forum som skal fremme informasjon, debatt og aktivitet innen områder som personlig utvikling, alternativ medisin, økologi, global bevissthet, alternative livssyn og et mer helhetlig verdensbilde. (...) Vi forsøker å synliggjøre organisasjoner og enkeltpersoner som arbeider med nye eller mindre kjente veier til bedre helse, balansert livsførsel, personlig og samfunnsmessig utvikling, økt miljøbevissthet, samt alternative livssyn som gjerne baserer seg på personlig ansvar og egen erfaring. Fellesnevneren for disse gruppene er ofte en positiv

nysgjerrighet overfor det nye og ukjente, det menneskeheten alltid har måttet hente inspirasjon fra til fremskritt og nye utviklingsveier (*Visjon*, 2014, s. 4).

Magasinet *Medium* beskriver seg selv som:

Medium er det naturlige bladet for deg som er nysgjerrig på virkeligheten du ikke kan se med det blotte øye. I Medium kan du i hver utgave lese artikler om spirituell utvikling, paranormale fenomener, astrologi, holistisk helse og terapi, reiseliv for kropp og sjel, mediumskep og klarsynthet. (*Medium*, 2018)

Profilen til magasinene er relativt lik, men *Medium* har et tydeligere ukeblad-preg med mange bilder, personlige beretninger og et fokus på overnaturlige fenomener og helse. Bladet *Visjon* legger mer vekt på økologi og dyrevern. Artikkene i dette magasinet har dessuten et mer populærvitenskapelig preg. Ingen av magasinene retter oppmerksomhet mot humor i seg selv, men det er likevel interessant å se på hvordan de bruker humor som virkemiddel. Som beskrevet ovenfor er målet til begge tidsskriftene å fremme informasjon om alternative livssyn og behandlingsmetoder. Magasinene kan sies å befinne seg i skjæringspunktet mellom det den danske medieviteren Stig Hjarvard (2012) beskriver som «religiøse medier» og «banal religion». Begge magasinene har et tydelig mål om å spre alternative religiøse budskap, samtidig har begge fokus på underholdning, og budskapene er preget av populærkulturelle forestillinger.

Siktemålet til denne studien er, som nevnt, å se på hvordan humor anvendes i disse magasinene. Hva er humorens innhold? Hvilke temaer spøkes det med, og i hvilke sammenhenger finner man humor i disse magasinene?

## Hvordan forstå og fortolke humor?

Humor er et vanskelig begrep å definere. Den norske kulturforskeren Birgit Hertzberg Johnsen karakteriserer humor som

noe som forteller om noe uventet, snur ting på hodet, setter sammen elementer som ikke passer sammen, kommer med en treffende replikk o.l. Felles for mye humor er at den på ulike måter prøver ut og tøyser grenser – man beveger seg ofte ut på kanten av det tillatte (Johnsen, 1997, s. 15).

Johnsen peker videre på at humor er kontekstuel og at studier av humor ofte benytter seg av en tverrdisiplinær inngang (Johnsen, 1997, s. 15). Humor foregår også i en sosiokulturell kontekst, det vil si at ulike miljøer, grupper, kjønn og generasjoner har forskjellige former for humor. Som nevnt i innledningskapittelet er det ulike teorier som kan koples til humor. Det kan fokuseres på humor som overlegenhet, det vil si at vi ler av noen vi føler er underlegne. Humor kan ha funksjon som sosial ventil, for eksempel ved at man slår av en vits for å lette på trykket. I dette kapittelet vil humor som inkongruens være mest relevant, altså at man legger inn et misforhold eller en uoverensstemmelse i situasjonen, eventuelt et overraskende eller upassende element (Kjus & Kaare, 2006, s. 16).

Humor kan også ses på ut fra et innen- og utenfraperspektiv. Det vil for eksempel være forskjell på hva man finner humoristisk innenfor alternativt religiøse miljøer, og hva mennesker utenfra finner humoristisk ved disse miljøene. I denne studien vil jeg se på bruk av humor i alternativt religiøse tidsskrift. Det vil si at jeg konsentrerer meg om humoren innenfor disse miljøene. Ulik religiøs tilhørighet kan påvirke hva mennesker opplever som morsomt og støtende. I en komparativ studie ble det diskutert om religiøse mennesker er mer negative og fiendtlig innstilt til latter og humor enn ikke-religiøse (Ott & Schweizer, 2018, s. 13). Forskerne fant imidlertid at: «Religious belief does not prevent people from appreciating humour, not even if this humour is religious in nature, but religion strongly affects how the offensiveness of jokes is experienced» (Ott & Schweizer, 2018, s. 28). Et annet interessant funn fra studien var at det så ut til at hinduister var den gruppen som skilte seg ut ved å like alle typer vitser (Ott & Schweizer, 2018, s. 28).

Den amerikanske sosiologen Erving Goffman har skrevet mye om selvpresentasjon, sosial samhandling og hverdagslivets sosiologi (Goffman, 1959). I essayet «Embarrassment and Social Organization» (1956) beskriver han hvordan humor kan anvendes for å løse pinlige episoder og gjenopprette den sosiale samhandlingsorden. Det å kunne le av seg selv antyder overfor andre at man behersker den sosiale samhandlingen og de sosiale rollene man inngår i. Humor kan også bidra til en felles forståelse av en situasjon og medvirker på en slik måte til innlemmelse, eller – hvis en bryter med den felles forståelsen – utestengelse fra det

sosiale fellesskapet. Den amerikanske psykologen Glenn E. Weisfeld (1993) beskriver bruken av humor i sosiale sammenhenger som en tjeneste. Både den som spøker og den som ler av spøken utveksler en form for bytte av tjenester. Gjennom dette byttet uttrykkes takknemlighet og felles forståelse.

Disse forståelsene av humor kan gjerne overføres på magasiner. Magasinene er skrevet for en viss gruppe lesere, og humoren som anvendes kan bidra til å forsterke deres bilde av virkeligheten og fellesskapsfølelsen mellom de som er innenfor i det alternative miljøet. Humor kan også skape distanse til dem som er utenfor dette miljøet. Når magasinene bruker humor og vitser om eget livssyn, kan dette også tyde på at redaktørene kjenner seg trygge på at leserne har en felles forståelse av situasjonen, og at også disse har en ironisk distanse til sin tro.

## Kjønn og humor

En måte å konstruere kjønn på er gjennom humor. Humor er med på å bidra til en kulturs meningsproduksjon, og humoren er bærer av kjønne forestillinger (Myrstad, 2010). Den amerikanske lingvisten Hilal Ergül (2014, s. 262) peker på hvordan humor kan anvendes til å skape solidaritet, utøve makt og også til å fremstå som attraktiv overfor en potensiell partner. Johnsens (1997) studie av nordmenns forhold til humor hevder at kvinner i tidlige tider sjelden har stått frem som humorister, og at humor i det offentlige rom har vært en diskurs forbeholdt menn. Den norske sosiologen Gry Paulgaard knytter humor til kjønnsidentitet og kjønnshierarkier: «Bruk av humor blir forstått som en organisering av hierarkier gutter imellom og inngår derfor som et sentralt aspekt i gutters konstruksjon av maskulin identitet» (Paulgaard, 2004, s. 64).

Dette har imidlertid endret seg. I de senere år er det blitt mer vanlig med kvinnelige komikere, selv om mennene fortsatt er i flertall.

Majoriteten av abonnentene på *Visjon* og *Medium* er kvinner. Begge bladene oppgir at de har om lag 80 prosent kvinnelige lesere. Sosiologisk forskning (Furseth, 2004; Woodhead 2003, 2007) viser at kvinner generelt er mer religiøse enn menn, men i den foreliggende studien er kvinnelige lesere sterkt overrepresentert. En årsak til dette kan ligge i at

disse alternativt religiøse bevegelsene er mer åpne for at kvinner kan gå på ulike kurs og skolere seg til en lederposisjon på lik linje med menn. Samtidig legger man også stor vekt på det guddommelige som noe feminint. Både feminine og maskuline energier er imidlertid viktige i for eksempel engletroen (Larsen & Trysnes, 2013). Religions sosiologen Ann Kristin Gresaker (2017) har gjort en studie av kjendiser, religion og kjønn i de norske bladene *Det Nye* og *Mann* som det er interessant å trekke inn i denne sammenheng. Gresaker peker på hvordan kvinneblader «normaliserer religion især nyåndelighet» (Gresaker, 2017, s. 103) og hevder videre at *Det Nye* fremstiller kjendisreligion som religiøse former som er tett knyttet opp mot kvinners individuelle valg (Gresaker, 2017, s. 108). *Mann* har derimot et tydelig utenfraperspektiv på religion og omtaler i større grad tradisjonelle religionsformer (Gresaker, 2017, s. 116). I bladene Gresaker har studert, er ikke religion et hovedtema, men det er tydelig at spesielt alternative religionsformer ses på som et feminint anliggende. Det ser heller ikke ut til at humor brukes som virkemiddel i fremstillingen av kjendisers religion i kvinnebladet, men at fokuset heller er på religion som meningsskapende, et bevisst valg og vei til et bedre liv. Dette samsvarer godt med reportasjer om kjendiser og alternativ religiøsitet i bladene *Medium* og *Visjon*. Her gjøres imidlertid den åndelige søkenen eller oppvåkningen til hovedtema i de fleste kjendisreportasjer. Dette fokuset skyldes at disse magasinenes hovedanliggende er å presentere religion innenfra. De representerer det Hjarvard (2012) beskriver som «religiøse medier».

Den norske medievitern Anne Marit Myrstad (2010) har gjort en interessant studie av humor i norske husmorfilmer fra 1953–1972 som har noen paralleller til denne studien. Husmorfilmene var opplysningsfilmer, som ble parodierte i mange sammenhenger. Myrstad hevder at:

Husmorfilmhumoren har utøvd et trykk mot kjønnsdiskursens grenser og vist fram konflikter som i større grad ble tilslørt i seriøse formater. Som bidrag til den oppfattende opplysningskampanjen overfor husmødrene viser husmorfilmhumoren fram en kritikk av negative kvinnebilder, gir lattergjøring av menns legitimitet og illustrerer slik dilemmaer og tvetydigheter i husarbeidsdiskursen som finner sine paralleller i dag. (Myrstad, 2010, s. 329)

Men tanke på lesergruppen til de studerte magasinene vil det være interessant å se på hvorvidt rådende kjønnsdiskurser kritiseres gjennom bruk av humor i tekst og bilder.

## Metode og utvalg

Dette er en kvalitativ studie av de to magasinene *Visjon* og *Medium*. De er valgt ut fordi de kan sies å være ledende innenfor det alternative religiøse miljøet. Magasinet *Visjon* kommer ut fire til seks ganger i året og ble utgitt første gang i 1992, da under navnet *Alternativt nettverk*. Magasinet har stått som medarrangør av flere alternativmesser. I Norge arrangeres det omlag 50 alternativmesser hvert år. Disse har fokus på ulike alternative behandlingsmetoder og religionsformer. Den største av disse arrangeres på Lillestrøm og denne er ifølge arrangøren den største i Skandinavia med rundt 15 000 besøkende i 2018 (Alternativ, 2019). Opplaget til *Visjon* har sunket noe i løpet av de 25 årene bladet har eksistert, og ligger nå på cirka 10 000. Magasinet *Medium* startet opp i 2005 og har også et opplag på cirka 10 000. Det gis ut av Medium forlag og kommer ut seks ganger i året (Medium, 2018). Jeg har gått systematisk gjennom hele årganger annethvert år fra magasinet *Visjon* fra 1996 og frem til og med 2017. *Visjon* har eksistert lenger enn *Medium*. Det betyr at jeg har gjennomgått langt flere utgaver av dette magasinet. Av Mediums utgaver har jeg gjennomgått årgangene 2006, 2008, 2014, 2016 og 2017. Til sammen har jeg studert 62 utgaver av *Visjon/Alternativt nettverk* og 55 utgaver av *Medium*.

I utvelgelsen av materiale har jeg hovedsakelig valgt å se på humor som blikkfang i overskrifter, ingress, leserinnlegg, bilder og bildetekster samt annonser. Materialet som karakteriseres som humor, er stort sett i billedform eller i kombinasjon tekst-bilde. Ingen av magasinene inneholder for eksempel egne vitesider slik noen ukeblader gjør, men *Alternativt Nettverk* hadde en periode en humorspalte med tittelen «Karmakontoret svarer». For å få en oversikt over hvor ofte humor forekommer, har jeg valgt å gjøre en kvantitativ opptelling over hvor mange ganger humor anvendes som virkemiddel i magasinene. Jeg har kategorisert i hvilke sammenhenger humor anvendes, og delt kategoriene inn i humor i artikler, annonser, egne humorspalter og humor i bilder og illustrasjoner.

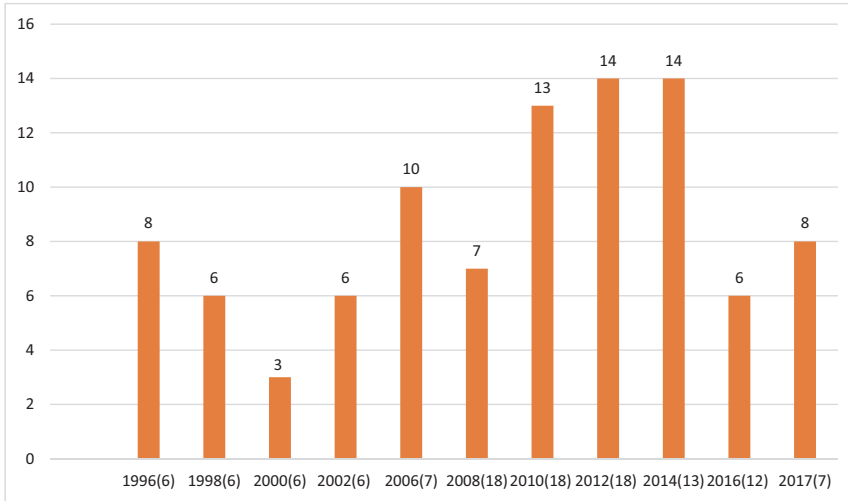
## Hva spøker de alternativt religiøse med?

I det følgende skal jeg ta for meg bruk av humor i *Visjon* og *Medium*. Et generelt funn er at humor i svært liten grad benyttes som virkemiddel i de ulike utgavene. I rundt halvparten av tidsskriftene som er gjennomgått, er det overhodet ingen bruk av humor som virkemiddel. En av årsakene til at humor anvendes relativt sjelden, kan være at magasinene har et religiøst siktemål. De ønsker å spre opplysning omkring omdiskuterte behandlingsmetoder som det ikke er tilstrekkelig vitenskapelig dokumentert at virker (Markestad, 2012, s. 2409). Det er mulig at humor bevisst velges bort som virkemiddel av frykt for å fremstå som useriøs. Alternativ religiøsitet og behandlingsformer er også blitt kritisert og parodiert i en rekke sammenhenger, som i NRK-serien Folkeopplysningen, Kristian Valen show og By & Rønning Show, for å nevne noen. Disse parodiene anvender ofte humor ut fra et overlegenhetsperspektiv, hvor man fremstiller alternativt religiøse mennesker som naive og godtroende.

Et tema det imidlertid regelmessig skrives om, er hvordan man kan oppnå lykke og glede i livet, men da rettes søkelyset ofte mot metoder for å oppnå dette. Magasinene inneholder også bilder av smilende mennesker som har øynene lukket og hodet løftet. Mennesker som ler forekommer relativt sjelden, og avbildes som oftest i forbindelse med kreativitet, lek osv. Et av de få eksemplene der latter er visualisert, er *Visjons* (2014, nr. 3) forsidebilde av to leende tibetanske munkar. I noen sammenhenger vises også mennesker som ler i forbindelse med ulike typer kurs som anvender latter som teknikk. Dette er tilfellet i artikkelen «Lykkekoden», som tar for seg latteryoga (*Visjon*, 2014, nr. 3). Latteryoga fremstilles her som en teknikk for å løse opp spenninger og bli frigjort som menneske. I denne prosessen kan man bruke humor som virkemiddel, men målet er å frembringe latter som videre skal resultere i lykke.

Latter og humor er to ulike ting, om enn nær beslektet. Latteren er et kroppslig uttrykk, mens humor er noe som foregår mentalt, ofte med latter og smil som resultat. Latteryoga er et tydelig eksempel på hvordan





**Figur 1.** Forekomst av humor i *Visjon* og *Medium* i perioden 1996–2017.

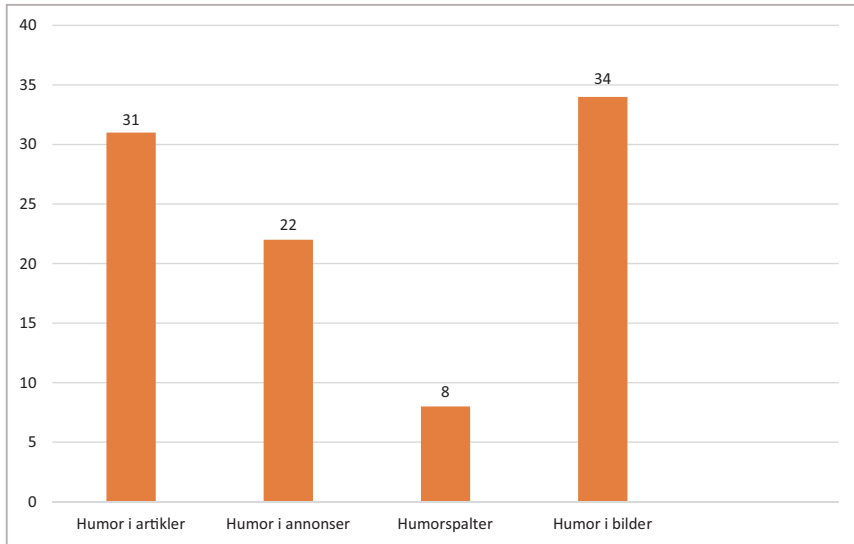
Årgang fra 2004 av *Visjon* har ikke vært tilgjengelig for gjennomgang. Tabellen er laget på grunnlag av gjennomgang av totalt 117 magasiner, henholdsvis 62 utgaver av *Visjon* og 55 utgaver av *Medium*. Utgaver av *Medium* er med i statistikken fra 2006 da bladet startet opp. Antall utgaver lest hvert år i parentes.

man løsriver disse to fra hverandre og bruker latter som et middel for å nå en tilstand av kroppslig avslapping, indre ro og balanse.

Figur 1 viser hvor ofte humor anvendes i de gjennomgåtte årgangene.

Det er interessant å merke seg at det ikke er noen sammenheng mellom økning i antallet gjennomgåtte magasiner og forekomst av humor. I 2016 ble det gjennomgått dobbelt så mange magasiner uten at det førte til noen økning i antallet humorfunn, mens 2012 fremstår som det mest humoristiske året til tross for at *Visjon* kun kom ut med fem utgaver da. Som nevnt tidligere er dette magasiner som har som siktemål å opplyse om alternativ religiøs tro og alternative behandlingsformer. Humor er derfor av underordnet betydning. Ut fra gjennomgangen av tidsskriftene ser det også ut til at bruk av humor som virkemiddel skjer sporadisk og tilfeldig, med unntak av noen tidlige faste humorspalter i *Visjon/Alternativt Nettverk*.

I hva slags sammenhenger forekommer bruk av humor i magasinene? Figur 2 gir en oversikt over de ulike sammenhengene magasinene bruker humor.



**Figur 2.** Humor i ulike sjangre i *Visjon* og *Medium* i perioden fra 1996–2017.

Figur 2 viser det totale antallet ganger jeg har funnet bruk av humor som virkemiddel i *Visjon* og *Medium* fordelt på ulike kategorier. Andelen humor er relativt jevnt fordelt mellom forekomst i artikler, annonser og fotografier/illustrasjoner. Humorspalter er kun med i *Visjon/Alternativt nettverk* fra 1996–2000. Etter dette forsvinner denne typen spalter helt. Magasinet *Medium* har ingen humorspalte.

Selv om det mest opplagte funnet er at humor i liten grad anvendes i disse magasinene, viser diagrammene at det likevel er flere eksempler på bruk av humoristiske virkemidler. Jeg vil i det følgende ta for meg noen konkrete eksempler på hvordan humor anvendes med utgangspunkt i kategoriseringen i Figur 2.

## Humor i artikler

I seriøse artikler anvendes det noen ganger overskrifter med humoristisk undertone. Et eksempel er overskriften «Fremtiden er avlyst på grunn av manglende interesse.» Artikkelen omhandler et alvorlig tema; forbruk som trussel mot klimaet, og det er ingen tegn på at humor forekommer annet enn i overskriften (*Visjon*, 2008, nr. 3). Et liknende eksempel er

overskriften «Hvordan kan man forske på feber hvis man ikke har funnet opp et termometer?» (*Visjon*, 2012, nr. 6), som tar for seg forskning på alternativ medisin. Her brukes humor for å lage et skille mellom «vi» og «de andre». Vi er de som «vet» at dette virker, mens de andre «forskerne» ikke har den samme innsikten. Det er flere eksempler på at humor brukes på denne måten, og slik bygger magasinene opp under en felles presentasjon av virkeligheten (Goffman, 1959). Generelt brukes riktignok humor lite i overskrifter, og når det skjer, er det stort sett i en mild og selvbekrefteende form som nevnt ovenfor. Samtlige artikler har et seriøst preg og har som siktemål å fange interessen for en type behandling, opplevelser eller å spre kunnskap om ulike religiøse og filosofiske temaer. Det er tydelig at humor som driver gjøn med behandlingsformer vurderes som lite egnet som virkemiddel i seriøse artikler. Det finnes imidlertid noen unntak. Artikkelen «How to be ultra spiritual» er et av få eksempler hvor humor kombineres med presentasjon av spiritualitet (*Medium*, 2017, nr. 4). Artikkelen omhandler komikeren JP Sears og viser hvordan han kopler humor og spiritualitet på nye måter. Sears er avbildet i artikkelen. Han har langt rødtlig hår og skjegg. På den ene siden fremstår fotografiet av han som svært andektig og til forveksling lik en del kristusbilder. På den andre siden er Sears ikledd noen feminine artefakter. Han har et grønt pannebånd og en stor rosa blomst i håret. Artikkelen fokuserer på humor som tema, ikke bare som et middel. Spears har blant annet laget en video som heter «How to be gluten-intolerant», hvor han bruker ironi og satire, men han gjør dette som en som er innenfor i dette miljøet. Spears er komiker, men også spiritualist. Dette gjør at humoren kan fremstå som mildere og mer ufarlig. Artikkelen om Sears spiller også på kjønnete forestillinger og fremstillingen kan koples til teorier om humor som inkongruens hvor det ultraspirituelle, spirituelt «overlegenhet» og matintoleranse avbildes som en slags feminin utkledd kristusskikkelse (Kjus & Kaare, 2006, s. 16).

Det finnes også eksempler på artikler som er rent humoristiske. I bladet *Alternativt nettverk* (1996, nr. 1) er det en artikkel som handler om å tenke positivt, der det å få parkeringsbot eksemplifiserer dette som tema. Forfatteren har mottatt en parkeringsbot, og har angivelig opprettet en egen underavdeling i firmaet sitt for «Parkeringskontroll kontroll». Her har «Underavdeling for parkeringskontroll kontroll» foretatt en kontroll

av parkeringsvakten som utstedte boten og sender parkeringsselskapet en motfaktura på kr 200. Fakturaen går dermed opp i opp med parkeringsboten vedkommende har fått. Parkeringsvakten gis full poengskår for listighet, kamuflasje, hurtighet, skjønnskrift og fleksibilitet i tillegg til «Lett knebøy ved utskriving, samt god gående knebøy mellom bilene for å styrke usynlighet.» I artikkelen spøkes det med noe som er kjent for de fleste leserne. Parkeringsbøter er noe man ikke liker å få. Samtidig snus handlingen på hodet. Det foretas en kontroll av kontrolløren istedenfor å sende en sur klage. Artikkelen humor forsterkes ytterligere ved at det handler om å tenke positivt. Her er det igjen en type humor som bygger opp under en felles selvpresentasjon og virkelighetsoppfatning hos leserne.

Humor og ironi er nært beslektet. Ironi brukes svært sjelden i disse bladene, dette mener jeg kommer av behovet for å spre opplysning om behandlingsformer som ikke er allment anerkjent. Det forekommer likevel bruk av ironi ved enkelte anledninger. I *Visjon* (2010, nr. 4) er det et svært ironisk leserinnlegg skrevet av Karsten Eig. Han tar for seg alternative behandlingsformer og skriver at

Bladet *Visjon* fremstår til tider som en orgie i åndelige buzzwords. Der er selvutvikling, visdom, oppstegne mestere, sjamaner, kanalisering, kjærlighet, reinkarnasjon og at man må bekjempe Egoet. Men, ærlig talt, finnes det noe mer narsissistisk enn å bruke penger på bøker og kurs der man snakker om å bekjempe sitt eget ego?

Innlegget er gjennomgående kritisk med en ironisk undertone. Det er interessant at dette innlegget er på trykk i bladet, noe som vitner om takhøyde og en åpenhet for selvironi og et kritisk blikk fra redaksjonens side. Det er kun i bladet *Visjon* jeg finner denne typen innlegg, og de opptrer svært sjelden.

Humoren i flere av artiklene i bladene utgitt senere i den studerte perioden knyttes til ulike typer husrens. Her opptrer det ofte spøkefulle ånder fra den andre siden. Reportasjene presenteres som underholdende og har ofte med et team av kvinnelige husrensere. Kvinnene har tydelige og aktive roller i kommunikasjonen med disse til tider morsomme åndene som driver med sine ablegøyer i ulike hus. Åndene fremstilles ofte som avdøde menn som har hatt tilknytning til huset og blitt værende igjen etter sin død. I noen tilfeller fremstår ånden som en mannlig humorist,

mens kvinnen blir den som må roe han ned og få han til å forsvinne. Overskriften til denne artikkelen om «ånden som holdt på å le seg i hjel» er et av flere eksempler på en slik maskulin ånd. Det er kvinner som kommer til huset for å få ånden til å forsvinne. Denne arbeidsdelingen bidrar til å konstruere humor som et maskulint fenomen og knyttes opp mot maskulin identitet også i en utenomjordisk verden (Paulgaard, 2004).

## Humor i annonser

Humor kan være et blikkfang i reklameannonser og er et mye brukt virkemiddel i reklame generelt. Begge magasinene inneholder mange sider med annonser og reklame for ulike typer behandlere, spåtjenester, kurs, åndelige reiser, guruer, spirituelle samlinger, bøker, musikk og så videre. Humor brukes imidlertid svært sjelden i disse. Det ser ut til at det er det seriøse inntrykket som vektlegges, men også her finnes det noen unntak. En annonse har overskriften: «Hvor gale kan vi bli? En slentretur i mystikken verden» (*Visjon*, 2012, nr. 6). Annonsen er skrevet i vi-form og inviterer på denne måten ikke bare til å se på galskapen utenfra, men innlemmer leseren i fellesskap med de gale. En liknende annonse har overskriften «Fool at heart». Her reklameres det for et klovnekurs, med et tydelig fokus på ironisk selvdistanse.

## Humor i egne spalter

I tidlige utgaver av *Visjon* og *Alternativt Nettverk* var det, som nevnt, en egen humorspalte kalt «Karmakontoret svarer». Spalten går over en side og er med i de fleste numre fra 1996–2000. Ved første øyekast fremstår Karmakontoret som en spørrespalte hvor leserne kan sende inn spørsmål og få svar fra eksperter. Ved nærmere øyesyn preges den av absurde spørsmål og enda mer absurde svar. Det spøkes og harseleres med de fleste trosforestillinger, behandlingsformer og åndelige teknikker. I beskrivelsen av spalten (1996–2000) blir det gjort oppmerksom på at

selv om vi trodde det ikke skulle være nødvendig, er vi blitt oppfordret til å klargjøre at dette er ment som en moro-side med ubegrensede boltringsmuligheter for selvironi samt selvkritikk av tendenser til å overdrive. Vi gjør oppmerksom på at ikke alle innlegg er like autentiske.

Jeg vil i det følgende referere to eksempler på innlegg fra Karmakontoret:

*Med Jesus mellom bena.*

Kjære karmakontoret. For noen år tilbake ryddet jeg opp i mitt skilsmissebo. Stor var min overraskelse da jeg i verktøy-tasken som på min sykkelstang under setet, fant et krusifix, som min fhv. hustru tidligere hadde hevdet å ha gravd ned dypt i de svenske skoger som en for meg uforståelig del av sitt kirkeopprør. Senere fant jeg ut at på akkurat samme dag som jeg gjenfant krusifixet skjedde deg at min fhv. hustru brakk ankelen på et visst kurssenter i Syden. I en plutselig aha-opplevelse innså jeg at jeg i to år hadde syklet rundt med den korsfestede Jesus mellom bena. Kan dette være forklaringen på mine tiltagende potensproblemer, og kan det ha noen sammenheng med at min fhv. hustru fortsatt halter? Hilsen 'fhv syklist'.

I svaret sier Karmakontoret at syklistens antakelser selvsagt kan være riktige og at sykkelens hans er funnet dypt inne i de svenske skoger. Innlegget harselerer med forestillinger om karma fra hinduismen kombinert med hellige objekter fra kristendommen.

Et annet eksempel er hentet fra det utenomjordiske:

*Hilsen fra Astralplanet*

Hr redaktør. Jeg ønsker nu å materialisere meg på jorden etter 37 års vandring i de høyeste åndelige sfærer, hvor jeg realiserte satori, nirvana, samadhi og kosmisk Kristus-bevissthet foruten mitt eget ego. Som et i de fleste henseende ko(s)misk vesen er det min forbannede plikt å spre mitt transcendentale lys over den mørklagte jordiske menneskerase og tilføre den elementer av min trans-universelle visdom. To slike elementer vedlegges. Disse er kanalisert fra nivå 49 i den ikke-lokale relativistiske kvantekraft og formidlet via min mester Ahura-Honda-Mazda, stabssjef for den Andromedariske Intergalaktiske Redningsstyrke (AIR) (...) Deres i dypeste åndsfraværelse Sri Swamin Ragnaranda.

Det åndelige vesenet mottar et ganske skarpt svar fra Karmakontoret:

Det ovenfor nevnte nivå 49 ble ferdigkanalisert allerede i menneskehetens Lemuria-epoke, hvilket de to medsendte illustrasjoner tydelig bærer preg av. Det samme gjelder de tilhørende såkalte 'visdomsord' av den samme swaminanda, som nå bør begynne å skjerpe seg. De fleste andre selvutnevnte mestere på astralplanet har tross alt klart å modernisere seg en smule. Vi skal derfor ikke plage våre lesere med å gjenta flere tusen år gamle nyheter (...).

Som vist gjennom eksemplene representerer Karmakontoret en humorspalte med tydelig selvvironisk distanse. Her er det lov å spøke med alt slags religiøst tankegods. Redaksjonen spiller på inkongruens, altså absurde, svært overdrivende og til tider upassende leserinnlegg. Hilsenen fra Astralplanet som er sitert ovenfor, er eksempel på ironisering og overdrivelse hvor humoren knyttes til reinkarnasjon. I innlegget er det også et tydelig misforhold i begrepsbruken. Innlegget starter i en høytidelig form, om hvordan forfatteren har realisert seg. Deretter følger et språklig brudd hvor vedkommende ser på sin materialisering som «sin forbannede plikt». Videre er mesteren «Ahura-Honda-Mazda» et nytt språklig brudd. Ahura-Mazda er den livgivende guden i zoroastrismen, men når Honda legges inn som «mellomnavn» blir mesteren identisk med bilmerker. I den videre avslutningen av innlegget spiller man på flere slike misforhold og også overraskende begrepsbruk.

Karmakontoret er en spalte for dem som er innenfor, og kan også fortolkes som en «ventil» hvor leserne får mulighet til å le av seg selv. Det er interessant at spalten forsvinner rundt år 2000 og at den ikke erstattes med en ny liknende type spalte. En tegneserie som heter «I terapi», som jeg tar for meg nedenfor, opptrer imidlertid sporadisk, men denne er langt mindre selvvironisk enn «Karmakontoret».

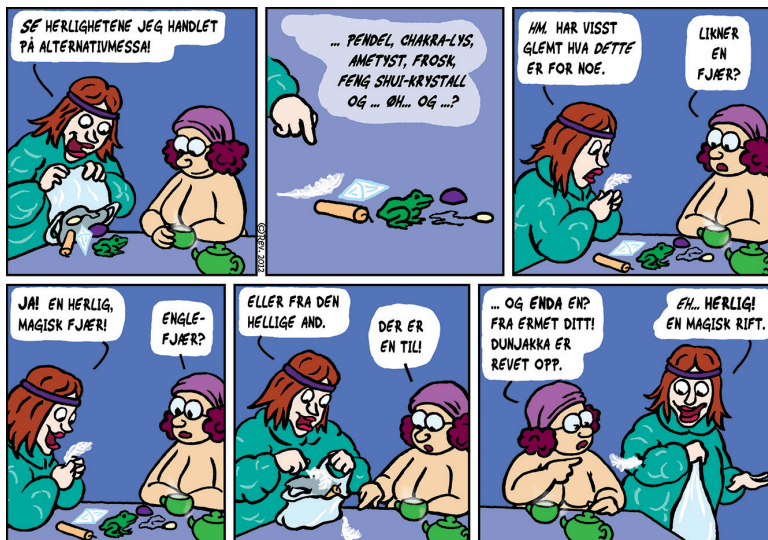
## Humor i bilder og illustrasjoner

Humor i fotografier og illustrasjoner er det som opptrer flest ganger i *Visjon* og *Medium*, og ofte er bildene kombinert med en morsom undertekst, eller de fungerer som blikkfang til en artikkel. I *Visjon* opptrer også tegneserien «I terapi» sporadisk i utgavene fra 2006 og denne kan, som nevnt ovenfor, ses på som en erstatning av den tydelig selvvironiske karmakontorspalten. «I terapi» er en tegneserie med et tydelig innenfraperspektiv som spøker med alternative behandlingsformer. Serien er laget av Bodil Revhaug, og har en humoristisk og underholdende funksjon og vitser med typiske temaer i magasinet, som alternative behandlingsformer, religiøse symboler, alternativmessen og så videre. Menneskene i serien er ofte nakne, og hovedpersonene er like ofte kvinner som menn. Personene fremstår som kroppslig frigjorte, og enkelte av stripene har kun med kvinner. Dette

samsvarer godt med målgruppen som leser magasinet. Jeg vil i det følgende vise noen eksempler på temaer som tegneserien tar for seg.

En av stripene tar for seg latter og terapi (Visjon, 2006, nr.4). Stripen viser bilde av en mannlig leder som kun er iført slips. Han leder en lattersejón. Videre ser vi en flokk nakne mennesker som ler. Lederen avslutter latterseansen og takker for god innsats. En av deltakerne fortsetter å le. Lederen forsøker å få han til å stoppe, men deltakeren har fått latterkrampe. Stripen avsluttes med at andre deltakere fniser mens latterlederen sier: «Dette er ingenting å le av!» Denne er stripen interessant med tanke på at det stort sett er slik humor og latter anvendes i disse magasinene, der humor er et middel for å oppnå lykke. Her spøkes det med en slik instrumentell forståelse av latter.

En annen stripe i samme tegneserie tar for seg alternativmessen og shopping. Vi ser to damer som sitter rundt et kjøkkenbord. Den ene viser frem flere gjenstander hun har handlet på alternativmessen: pendel, chakra-lys, ametyst, frosk, feng shui og krystall. Så dukker det opp en gjenstand hun har glemt at hun har kjøpt: en fjær. «Englefjær?» spør den andre damen. Hun finner plutselig flere fjær. Til slutt ser hun at de kommer fra venninnens dunjakke, som er revet opp. «Herlig, en magisk rift», sier venninnen.



«I terapi» tegnet og skrevet av Bodil Revhaug publisert i Visjon, 2012, nr. 2. Gjengitt med tillatelse fra Revhaug. Alle rettigheter forbeholdt.



I denne stripen harseleres det over at ting kjøpt på alternativmessen anses som magiske. Utstillere på alternativmessen er viktige bidragsytere i magasinet *Visjon* i form av å være annonsører, som nevnt tidligere. Kjøp og salg av hellige eller magiske gjenstander er også sentralt på alternativmessen. Denne tegneseriestripen er et eksempel på at man skaper en selvironisk distanse til eget virke gjennom å vise hvordan en fjær kan bli tillagt magiske egenskaper dersom den selges som en «englefjær». Det er interessant at eksemplet fra «I terapi» beskrevet ovenfor har en mannlig instruktør når det handler om latter, mens den kvinnelige «shopperen» er i fokus i sistnevnte stripe. Humor har tradisjonelt vært forstått som mannens domene, og rollen som kvinnelig «shopper» av religiøse artefakter inngår i en svært tradisjonell kjønnsdiskurs (Johnsen, 1997; Paulgaard, 2004).

Et annet eksempel på humor i bildebruk og humor er et bilde av en buddhafigur som snakker i mobiltelefon mens han sitter i lotusstilling hvilende i en lotusblomst (*Visjon*, 2014, nr. 1). Underteksten, som sier at «Meditasjon kan være en vei ut av det hektiske og materialistiske livet i Vesten. Selv om det noen ganger kan kombineres», peker på hvordan materialisme og meditasjon kan kombineres. Bildet og tekst spiller i dette tilfellet sammen og gir en humoristisk inngang til en artikkel som omhandler meditasjon.

## Konklusjon: Fra «Jesus mellom bena» til latteryoga — humor i endring?

Humor forekommer stort sett i «milde» former i disse magasinene. Den typen humor som ofte presenteres, er knyttet til alternativt religiøse forestillinger og kan derfor sies å være humor for dem som er innenfor og kjenner miljøet. I tillegg kan humoren koples til inkongruens; det handler ofte om språklige motsetninger eller overraskende sluttpoeng. Det er imidlertid viktig igjen å understreke at humor er et sjeldent virkemiddel i disse bladene, og den har en underordnet funksjon. Målet er å spre opplysning om alternative livssyn og behandlingsformer. Humor brukes også til dels som middel for å nå dette målet, og for å skape en felles forståelse av virkeligheten. Humor er også en sentral del av en alternativt

religiøs selvpresentasjon, og den er med på å skape en felles forståelse av hva som foregår (Goffman, 1956). Spalten «Karmakontoret svarer» er en type humor som fungerer for dem som er innenfor miljøet og behersker den språklige sjargongen. Her anvendes også humor på egen bekostning, en type humor som ofte foregår når personer behersker en rolle så godt at de kan distansere seg fra den og ironisere over den (Goffman, 1959). Det er mulig at spalten forsvant nettopp fordi denne form for harselering med egen tro ble dårlig mottatt hos noen lesere.

En tydelig endring over tid er at de rene humorspaltene forsvinner. Humor i annonser er også relativt sjelden å spore de siste fem årene. En forklaring på dette er, som nevnt tidligere, at alternative bevegelser er blitt fremstilt som useriøse blant annet gjennom program som *Folkeopplysningen*, og at alternative behandlingsformer er blitt utsatt for sarkastisk kritikk i flere humorprogram. *Visjon* og *Medium* fokuserer på å fremstå som seriøse når de presenterer behandlinger, kurs og så videre, og ironi brukes svært sjelden i de seneste utgavene. Humoren endres seg fra å være i egne spalter til å kunne inngå som del av en artikkel, som ordspill i en overskrift eller som et illustrerende bilde. Mens man i spalten «Karmakontoret svarer» kunne spøke med alle deler av alternativ tro, handler ofte humoren i de senere utgavene om morsomme husånder, mat og morsomme overskrifter knyttet til portrettintervjuer eller behandlingsformer.

Humoren i bladene knyttes til tradisjonelle forestillinger om kjønn. Det er ingen eksempler på seksualiserte eller diskriminerende vitser og grovt språk i materialet. Dette handler om at humoren tilpasses målgruppen, som her er voksne kvinner. En studie av humor i norske militærleirer viser det motsatte. Her anvendes det seksualisert og til dels aggressive former for humor. Denne form for humor koples til en maskulin militærkultur (Bjerke & Rones, 2017). Den kvinnelige «shopperen» og den mannlige latterlederen er eksempler på måltilpasning av humor i bladene. Samtidig har kvinnene aktive roller i blant annet husrens og i kommunikasjon med morsomme ånder på den andre siden. Disse åndene fremstilles imidlertid med et maskulint fortegn, noe som er med på å forsterke tradisjonelle oppfatninger om at den mannlige humoristen ikke bare er slik i vår jordiske verden, men at han også spiller en rolle som komiker i en åndelig sfære.

## Referanser

- Alternativ (2019). Alternativmesser. Hentet fra [www.alternativ.no](http://www.alternativ.no)
- Bjerke, T. A. & Ronnes, N. (2017). The fine line between funny and offensive humour in a total institution. An ethnographic study of joking relationships among army soldiers. *Res Militaris*, 7 (2). Hentet fra <https://publications.ffi.no/bitstream/handle/20.500.12242/857/1534462.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Botvar, P. K. & Trysnes, I. (2017). Jeg kaller det Stine-tro. Unge mennesker, individualisering og nyreligiøsitet. I I. Høeg (red.), *Religion og ungdom* (s. 136–156). Oslo: Universitetsforlaget.
- Ergül, H. (2014). Gender roles in humour. I S. Attardo (Red.), *Encyclopedia of Humour Studies* (s. 263–264). Los Angeles: Sage.
- Furseth, I. (2004). Kvinner – mer religiøse enn menn? Religion 1998 om kjønn og religion. I O. G. Winsnes (red.), *Tallenes tale 2004. Perspektiver på statistikk og kirke*. KIFO rapport nr. 27 (s. 79–93). Trondheim: Tapir akademisk forlag.
- Goffman, E. (1956). Embarrassment and social organization. *The American journal of Sociology*, 62 (3), 264–271.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday / Anchor books.
- Gresaker, A. K. (2017). Religion, kjønn og kjendiser. I I. Høeg (red.), *Religion og ungdom* (s. 100–118). Oslo: Universitetsforlaget.
- Heelas, P. & Woodhead, L. (2005). *The Spiritual Revolution. Why Religion is giving way to spirituality*. Oxford: Blackwell.
- Hjarvard, S. (2012). Three forms of mediatized religion. Changing the public face of religion. I S. Hjarvard & M. Lövheim (red.), *Mediatization and religion: Nordic perspectives* (s. 21–44). Göteborg: Nordicom.
- Johnsen, B. H. (1997). *Hva ler vi av? Om nordmenns forhold til humor*. Oslo: Pax forlag.
- Kjus, Y. & Kaare, B. H. (2006). Humor, medier og mennesker. I Y. Kjus & B. H. Kaare (red.), *Humor i mediene* (s. 13–35). Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
- Larsen, A. & Trysnes, I. (2013). Engledans og harpespill. Sang og dans som meditative praksiser. I P. Repstad og I. Trysnes (red.), *Fra forsakelse til feelgood. Musikk, sang og dans i religiøst liv* (s. 260–276). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Markestad, T. (2012). Leger og alternativ behandling. *Tidsskrift for den norske legeforening*, 132, 2409–2410. <http://dx.doi.org/10.4045/tidsskr.12.0914>
- Medium forlag (2018). Om oss. Hentet fra [www.mittmedium.no](http://www.mittmedium.no)
- Myrstad, A. M. (2010). Dumme menn og troll til kjærringer. Hva husmødre fikk le av i de norske Husmorfilmene. *Tidsskrift for kjønnsforskning*, 34 (4), 311–331.
- Ott, K. H. & Schweizer, B. (2018). Does religion shape people's sense of humour? A comparative study of humour appreciation among members of different religions and nonbelievers. *European Journal of Humour Research*, 6 (1), 12–35. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2018.6.1.ott>

- Paulgaard, G. (2004). Om betydning av kjønn og kultur i studiet av ungdom og lokalitet. I S. Gerrard og K. Melby (red.), *Kultur og kjønn* (s. 55–70). Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Repstad, P. & Trysnes, I. (2013). Estetikk på flere strenger. I P. Repstad & I. Trysnes (red.), *Fra forsakelse til feelgood. Musikk, sang og dans i religiøst liv* (s. 297–307). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Weisfeld, G. E. (1993). The adaptive value of humor and laughter. *Ethology and Sociobiology*, 14, 141–169. [http://dx.doi.org/10.1016/0162-3095\(93\)90012-7](http://dx.doi.org/10.1016/0162-3095(93)90012-7)
- Woodhead, L. (2003). Feminism and the sociology of religion. I R. Fenn (Red.), *The Blackwell companion to the sociology of religion* (s. 67–84). Oxford: Blackwell.
- Woodhead, L. (2007). Gender differences in religious practice and significance. I J. A. Beckford og N. J. Demerath (Red.), *The Sage Handbook of the Sociology of Religion* (s. 566–586). London: Sage.

## Gjennomgatte årganger

*Alternativt nettverk* (årgang): 1996, 1998, 2000, 2002

*Magasinet Visjon* (årgang): 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2017

*Medium* (årgang): 2006, 2008, 2014, 2016 og 2017

## Analysert materiale

*Alternativt nettverk*, (1996, nr. 1). Parkeringskontroll kontroll.

*Alternativt nettverk*, (1996, nr. 2). Med Jesus mellom bena.

*Medium*, (2017, nr. 4). How to be ultra spiritual.

*Medium*, (2016, nr. 6). Ånden som holdt på å le seg ihjel,

*Visjon*, (2006, nr.4). I terapi.

*Visjon*, (2008, nr. 3). Fremtiden er avlyst på grunn av manglende interesse.

*Visjon*, (2010, nr. 4). Leserinnlegg.

*Visjon*, (2012, nr. 2). I terapi.

*Visjon* (2012, nr. 6). Hvordan kan man forske på feber hvis man ikke har funnet opp et termometer.

*Visjon*, (2012, nr. 6). Hvor gale kan vi bli? En slentretur i mystikken verden.

*Visjon*, (2014, nr. 1). Meditasjon.

*Visjon*, (2014, nr. 3). Latteryoga.