

Kapittel 4

Mediebruk, samfunns- engasjement og sosial kapital i en digital æra

På jakt etter minoritetskvinner sine stemmer

LIN PRØITZ, HILDE G. CORNELIUSSEN OG CAROL AZUNGI DRALEGA

SAMMENDRAG Kapitlet tar utgangspunkt i en studie av ikke-vestlige innvandrerkvinner sin mediebruk i lys av samfunnsengasjement. Forfatterne utforsker sosial kapital, også den digitale, analysert gjennom to kvinners livsbiografier, med vekt på samfunnsengasjement og mediebruk. Analysen illustrerer ulike manifestasjoner av sosial kapital idet de engasjerer seg på ulike arenaer, der den ene representerer høy *digital* sosial kapital, mens den andre forholder seg til tradisjonelle medier.

NØKKEWORD innvandrerkvinner, minoriteter, diaspora ambassadører, digital sosial kapital, mediedeltakelse

ABSTRACT This chapter draws from a project studying non-western immigrant women and their use of media related to social engagement. The authors explore social capital, including the digital, analysed through two women's life biographies, community involvement and media use. Engaged in different arenas they illustrate different manifestations of social capital, one of them shows a high degree of *digital* social capital, while the other deploys alternative media.

INTRODUKSJON

Mens meningsytringer i de største norske mediene domineres av hvite, vestlige menn, åpner nye digitale, sosiale medier for at flere sosiale grupper kan ytre seg i offentligheten. Det gir forventning om at sosiale grupper som ikke kommer like lett til orde i massemediene, finner spillerom for sine egne identiteter og posisjoner, for å finne sin egen stemme og for å uttrykke samfunnsengasjement gjennom nye digitale medier. Dette var et sentralt utgangspunkt for forskningsprosjektet som dette kapitlet rapporterer fra. Svaret vi fant gjennom studien av ikke-vestlige innvandrerkvinner, var imidlertid både mangeartet og sammensatt, både når det gjelder nye og gamle medier, ulike kulturer og ulike forhold til religion. I dette kapitlet skal vi illustrere spennet gjennom analysen av to innvandrerkvinner med ikke-vestlig og muslimsk bakgrunn. Vi skal se hvordan de to på hver sin måte utfordrer diskursen om ikke-vestlige innvandrerkvinner gjennom sitt samfunnsengasjement og sin mediebruk.

LITTERATURGJENNOMGANG: HVEM SINE STEMME DOMINERER I MEDIENE?

I Norden har forskning på innvandrere og medier hovedsakelig handlet om *representasjoner* av innvandrere i de etablerte mediene og om *bruken* av massemedier og diasporamedier, altså om medier som retter seg mot innvandrere fra samme hjemland eller som deler samme etniske kultur (se Alghasi, 2009; Christiansen, 2003; Mainsah, 2009). I dag er det liten forskjell på norske kvinners og menns bruk av digitale medier. På en «gjennomsnittsdag» i 2015 brukte henholdsvis 90 og 84 prosent av alle menn og kvinner mellom 9 og 79 år Internett, og hele 77 prosent av de kvinnelige internettbrukerne, mot 63 prosent av de mannlige internettbrukerne, logget på Facebook (Vaage, 2016). Mens det digitale gapet mellom kjønnene flater ut i den norske majoritetsbefolkningen, viser forskning at selv om de fleste av dagens innvandrere også bruker PC og Internett, har innvandrere generelt, og innvandrerkvinner spesielt, dårligere IKT-kunnskap enn den norske majoritetsbefolkningen (Guthu & Holm, 2010). Når det gjelder representasjon i de største norske mediene, er 70 % av de som uttaler seg hvite middelaldrende menn med høy sosial kapital (Eide & Orgeret, 2015). I norske mediedebatter som omhandler innvandrere, er kultureliten toneangivende i nesten halvparten av alle debattinnleggene, mens «ikke-eksperter» og «vanlige folk» – altså folk som vanligvis ikke har pleid å ytre seg i medieoffentligheten, nå utgjør den tredje største kildegruppen samlet sett (Figenschou & Beyer, 2014, s. 43–44). Til tross for at elitepreget i debattene i norske medier utfordres, og at innvandrere i økende grad utgjør en del av gruppen «vanlige

folk», viser Integrerings- og mangfoldsdirektoratet sin kartlegging i 2015 (IMDi, 2016) at innvandrere er sterkt underrepresentert blant nyhetsformidlere, kilder og intervjuobjekter. Kvinner med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn er blant dem som i minst grad oppnår å bli representert i massemediene, i politikk og kultur – altså i den offentligheten der diskurser om kvinnes liv artikuleres og formes. Samtidig som representasjoner av minoriteter har blitt mer nyanserte og komplekse (Eide & Nikunen, 2011), blir fortsatt etniske minoriteter i stor grad portrettert negativt eller på essensialistiske måter (Mainsah, 2014; Nikunen, 2013; Tuft, 2003). Samhandling på nettet har heller ikke svekket betydningen av kjønn, klasse, etnisitet, økonomi eller eksistensen av rasistisk og sexistisk diskriminering (Kapidzic & Herring, 2014; Marotta, 2011; Nakamura, 2002). Derimot har det skjedd endringer i maktforholdene når det gjelder deltakelse i nettdebatter, ved at nye, flere og yngre stemmer på tvers av sosioøkonomiske lag har kommet til (Enjolras et al., 2013; Prøitz, 2016). Mediebildet viser at allerede etablerte aktører anvender sosiale medier til å styrke sin posisjon, men samtidig ser vi nye grupperinger og aktører som er aktive og opererer på siden av den etablerte eliten (Enjolras et al., 2013). I denne studien ønsket vi å utforske hvordan kvinner med minoritetsbakgrunn – altså en gruppe som sjelden oppnår representasjon i de etablerte mediene – benytter nye digitale medier for å uttrykke samfunnsengasjement. Hensikten er å undersøke hvilke mediebaserte handlingsrom samfunnsengasjerte kvinner med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn bosatt i Norge, bruker. Målet er å bidra til en dypere innsikt ved å løfte fram aktørstemmer fra en ofte stigmatisert gruppe, og kapitlet utforsker følgende spørsmål: Hvilken betydning har kvinnes livsbiografier, kontekst og sosiale kapital for deres samfunnsengasjement? Hvordan forstår kvinnene sin posisjon i den norske konteksten, og hvilke mediekanaler inngår i kvinnes samfunnsengasjement? Vi skal utdype studiens teoretiske og metodiske forankring, før vi møter to samfunnsengasjerte minoritetskvinner som opptrer på ulike medieplattformer.

KVINNER MED IKKE-VESTLIG INNVANDRERBAKGRUNN OG MUSLIMSK BAKGRUNN

Historiene vi skal dele her, er hentet fra en større studie av mediebruken blant kvinner med innvandrerbakgrunn i forbindelse med deres samfunnsengasjement (Prøitz et al., 2016). Utvalget er kvinner med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn og med muslimsk bakgrunn, for å fange opp erfaringer i en gruppe som opplever marginalisering på flere måter, som etnisk, kulturell og religiøs minoritet i dagens Norge. Dette er også en gruppe hvis religiøse og kulturelle symboler i økende grad har blitt gjenstand for en kulturell og politisk kamp for norske verdier og tradisjo-

ner. Målet vårt var å utforske hvilke medier og kommunikasjonskanaler som var viktige for denne gruppen. Som en arbeidshypotese forventet vi at nettopp en slik multimarginalisert gruppe ville benytte de mulighetsrommene som Enjolras et al. (2013) indikerer at nye digitale medier skaper, og at de ville bygge sin egen digitale sosiale kapital – altså en sosial kapital der nettverkssamfunnet er sentralt. Bildet vi fant, var imidlertid ikke entydig.

SAMFUNNSENGASJERTE AMBASSADØRER PÅ ULIKE ARENAER

Ikke-vestlige kvinner med muslimsk bakgrunn ble innledningsvis invitert til å delta i en survey om mediebruk og samfunnsengasjement. Den viste at et lite mindretall av kvinnene kanaliserte samfunnsengasjement gjennom digitale medier. Sosiale medier var i stedet forbeholdt kontakt med slekt og venner (Prøitz et al., 2016). Videre omfattet prosjektet en etnografisk inspirert kvalitativ studie som omfattet fem samfunnsengasjerte kvinner fra samme gruppe. I dette kapitlet vil vi løfte frem fortellinger fra den kvalitative undersøkelsen, om to kvinner som engasjerer seg svært ulikt i medieoffentligheten. Den ene kvinnen er aktiv på sosiale medier og har også gjennomslag i riksmidler, mens den andre i liten grad bruker digitale medier. Analysen, som viser spennet mellom gamle og nye medier, er basert på teorier fra feministisk medie- og minoritetsstudier, grasrotstudier og teorier om sosial kapital. I feministisk medieforskning anvendes ofte kvalitative etnografiske metoder for kritisk refleksjon over makt, kategoriseringer og dikotomier. Perspektivet gir redskaper for å identifisere hvordan noen normer og praksiser, for eksempel knyttet til kjønn, etnisitet og mediedeltakelse, blir verdsatt og normert på bekostning av andre mulige forståelser, tolkninger og handlinger (Berlant, 2011; Butler, 1990; Foucault, 1995 (1976)). Det feministiske medieperspektivet kombinert med teknikker fra *Grounded Theory* bidrar til analyse av kvinnes praksiser og «diskursive rom» (Engebretsen, 2015). Studien analyserer fortellinger om «levd liv» og har ikke til hensikt å generalisere, men å forstå de handlingsrommene kvinnene tar i bruk.

TEORETISKE TILNÆRMINGER TIL MEDIER OG MINORITETER

Kvinner med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn er altså lite representert i tradisjonelle medier. Med sosiale medier har endringen fra å være konsument til å bli medieprodusent blitt oppfattet som viktig for å få frem flere stemmer fra ulike posisjoner i offentligheten (Wood & Solomon, 2009). Mange nettdebatter handler imidlertid om en uro for hvordan innvandring generelt og islam især påvirker det

norske samfunnet (Bangstad, 2013), både når det gjelder kristne verdier og kjønnslikestilling (Skah, 2014). Bangstad og Skah viser at ikke-vestlige kvinner med innvandrerbakgrunn møter et mediebilde som i sterkere grad enn før polariserer og fremmedgjør kvinnene fra det norske majoritetssamfunnet. Muslimske kvinner blir i økende grad utsatt for hets, på og utenfor Internett (Fangen, 2010). På den andre siden *har* nye digitale og sosiale medier gjort det mulig for hittil marginale stemmer å bli hørt og anerkjent. Digitale medier gir minoritetsgrupper mulighet til selv å forhandle identitet og å definere sin selvframstilling (Shirky, 2008), noe som også potensielt kan nyansere framstillingen av det såkalte «vi» og «de» (Chávez & Soep, 2005; Dralega et al., 2010; Jin, 2012). I denne studien har vi fokusert spesielt på kvinner med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn, fordi dette er en gruppe med minoritetsbakgrunn som stadig opplever marginalisering og essensialisering – altså en forståelse av at en sosial identitetsmarkør brukes som forklaring på at et menneske handler som det gjør, både som kvinner, som etnisk minoritet og – for mange – som tilhørende en religiøs minoritet. Essensialisering kan imidlertid i visse situasjoner forstås som ikke bare marginaliserende. Ifølge Spivak (2012) kan en engasjere essensialisme på en *strategisk* måte, uten å forplikte seg til det positivistiske reduserende konseptet:

Since the moment of essentialising, universalizing, saying yes to the onto-phenomenological question, is irreducible, let us at least situate it at the moment, let us become vigilant about our own practice and use it as much as we can rather than make the totally counter-productive gesture of repudiating it (Spivak, i Harasym, 1990, s. 11).

Strategisk essensialisme, eller som vi skal se i analysen, å la stereotypiske kategorier tre frem som relevante, gjør det mulig «å fortsette det kritiske, forandrede arbeidet uten å paralisere subjektet» (Spivak parafasert i Jegerstedt, 2008, s. 95).

MOTIVASJONSFÅTORER FOR SAMFUNNSENGASJEMENT

Kvinnene som deltok i den kvalitative studien, var samfunnsengasjerte, men på ulike måter. Ifølge Bruter og Harrison (2009) er det særlig tre motivasjonsfaktorer bak unge menneskers engasjement i frivillig arbeid, samfunns- eller partipolitiske verv, nemlig *moralske*, *profesjonelle* eller *sosiale* motivasjonsfaktorer. Det første, det Bruter og Harrison kaller «moral-minded members», er et engasjement motivert både av en følelse av borgerplikt og ønsket om å tilføre eget liv mening og innhold gjennom å hjelpe andre. De som drives av en profesjonell motivasjon,

ønsker å få uttelling i en framtidig yrkeskarriere. Den sosiale motivasjonen bunner i et ønske om å tilegne seg et større nettverk av mennesker med muligheter for vennskap og tilhørighet. Sosial motivasjon ligger nærmest Putnams forståelse av sosial kapital knyttet til sosiale nettverk bygget gjennom et aktivt sosialt engasjement (Putnam, 2001). De som drives av den sosiale motivasjonsfaktoren, er imidlertid de som har svakest og sjeldnest deltakelse, mens de som drives av en profesjonell motivasjon, ofte vier betydelig tid og krefter til samfunnsengasjement (Bruter & Harrison, 2009). For kvinnene vi skal møte, er det profesjonell og moralsk motivasjon som dominerer, samtidig som effektene av engasjementet styrker kvinnenens sosiale nettverk, og dermed også deres sosiale kapital.

SOSIAL KAPITAL OG NETTVERKSINDIVIDUALISME

Granovetter (1973) mente at sosial kapital er et resultat av å tilhøre nettverk og relasjoner der kapitalen ligger i relasjonenes ressurser og strukturer. Det er ikke bare de nære forbindelsene som er viktige, men også, som Granovetter understreker, styrken i svake bånd, de tilfeldige eller perifere forbindelsene som bidrar til å utvide nettverk. Dette er flerdimensjonale forbindelser der tillit, gjensidig støtte, sivilt engasjement og kollektive mål står sentralt. De fungerer som kanaler (Coleman, 1988) til informasjon og kunnskap som utvider det som er representert gjennom nære relasjoner. Slik fremtrer sosial kapital som en unik ressurs som ikke bare handler om å dele informasjon gjennom eksterne eller interne nettverk, men også om slike forbindelser som muliggjør tilegnelse av innsikt og spesifikke ferdigheter som er nødvendige for visse typer handlinger (Dralega & Mainsah, 2014; Granovetter, 1973; Julien, 2015; Putnam, 2001; Ruii, 2016). Det kan dreie seg om sosial kontroll, familiær støtte, eller andre effekter som oppstår gjennom svake eller sterke forbindelser (Portes, 2000). I en neoliberalistisk digital kultur har en langt sterkere «nettverksindividualisme» vokst frem (Jenkins, 2006; Julien, 2015), der individsentrerte nettverk og posisjoner, snarere enn familien eller arbeidsplassen, får betydning. Nettverksindividualisme vises i løse og fragmenterte nettverk av individer som søker å oppnå egne sosiale, emosjonelle og økonomiske behov gjennom tilgang til en rekke ulike nettverk (Julien, 2015). Deltakelse og ekskludering på nett handler ikke nødvendigvis lenger om kun å ha *tilgang* til nettet, men om kunnskapsmuligheter (affordans) til å handle på gitte måter. Som følge av sosiale relasjoner i en digital kultur, må vi, ifølge Julien, skille ut en ny form for sosial kapital; den *digitale* sosiale kapitalen, som oppstår som følge av samhandling gjennom nye digitale medier, som vi skal se nedenfor.

METODE

Motivasjonsfaktorer for samfunnsengasjement, strategisk essensialisme og sosial kapital utgjør sentrale akser for å undersøke hvordan kvinner med innvandrerbakgrunn former og oppfatter sine strategier, posisjoner og roller. For å få innsikt i betingelser (livsbiografi, sosial kapital) og lokal kontekst som kvinnene var en del av, valgte vi kvalitativ etnografisk metode, med semistrukturerte individuelle dybdeintervjuer kombinert med observasjoner (Boellstorff, 2012; Haavind, 2000; Pink et al., 2015). Vi tilbrakte tid med kvinnene vi intervjuet i deres miljøer og tok noter; på arbeidsplassen, hjemme, i moskeen under ramadan, der vi deltok i uformelle samtaler, samt i møter der kvinnene hadde sentrale roller. Vi observerte deltakelse i sosiale medier der dette var en del av åpne, offentlige diskusjoner. Observasjonene, både online og offline, har vært sentrale for å kontekstualisere intervju materialet og for å studere kompleksiteten i de kontekstene kvinnene er en del av. Dybdeintervjuene i kombinasjon med uformelle samtaler og observasjoner har gitt oss anledning til å gå tettere inn på kvinnenenes hverdagsliv. Den kvalitative tilnærmingen i denne studien er i hovedsak inspirert av postkolonial, feministiske perspektiver som innebærer kritiske undersøkelser av hvordan sosiale og kulturelle konstruksjoner – på tvers av sosioøkonomiske bakgrunner, familier, kjønn og etnisiteter – blir til, eksisterer og endres over tid (Butler, 1993; Skeggs, 1995).

Målet med å studere kvinner med minoritetsbakgrunn ble operasjonalisert i kvinner med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn og muslimsk bakgrunn. Studiens innledende survey, som fikk over 60 respondenter, ga et større bilde av mediebruk og samfunnsengasjement blant denne gruppen kvinner (se Prøitz et al., 2016). Det vi fokuserer på i dette kapitlet, er den kvalitative studien, som omfatter fem kvinner i målgruppen mellom 19 og 53 år. De semistrukturerte intervjuene omfattet spørsmål om arbeid, utdanning, tilhørighet, oppvekst og familie (livsbiografi), mediedeltakelse, deltakelse i politikk og samfunn samt erfaringer som samfunnsengasjerte aktører. Informantene ble rekruttert gjennom kontakt med innvandrerorganisasjoner, ved hjelp av «snøballmetoden» på sosiale medier og ved direkte forespørsel i en moské.

UTVALG

For å utforske forhold mellom minoritetsidentiteter, mediebruk og samfunnsengasjement skal vi i dette kapitlet fokusere på to kvinners livsbiografier. Studien vi rapporterer fra, er ikke generaliserbar til den store og heterogene gruppen ikke-vestlige innvandrerkvinner, og to deltagere er ikke tilstrekkelig for å favne bredden av praksiser som forhandler eller bryter med hegemoniske fortellinger om

minoritetskvinner. De to fortellingene vi skal presentere her, representerer imidlertid ytterpunkter og dermed mulighetsrom blant disse fem kvinnene, med hensyn til hvordan samfunnsengasjementet spilles ut når det gjelder mediebruk. Kvinnene er valgt ut på bakgrunn av det Malterud et al. (2016) betegner som deltakere med høy «informasjonsstyrke», altså at de to kvinnenes fortellinger utgjør et egnet grunnlag for dyp kunnskapsproduksjon og innsikt i kapitlets avgrensede forskningsspørsmål. Målet for vår studie er imidlertid å beskrive spesifikke erfaringer og praksiser som gir ny innsikt eller utfordrer eksisterende kunnskap, og «to deltagere med diametralt ulike aktørpraksiser», kan, slik Malterud et al. påpeker (2016, s. 1756), «illustre ulike aspekt av et kontinuum». De utvalgte kvinnene er engasjert i spørsmål knyttet til samfunn og politikk generelt, og kvinner med innvandrerbakgrunn spesielt. Til tross for sammenfallende interesser er kvinnene engasjert på *svært ulike arenaer i samfunnet*.

DATAANALYSE

Vi har vært opptatt av å ivareta en teoretisk og empirisk sensitivitet overfor nyanter, kontekstuelle forskjeller og motsetninger i datamaterialet (Plummer & Young, 2010). For å analysere dataene har vi anvendt en personsentrert analytisk tilnærming kombinert med narrativ analyse (Robertson, 2012; Thagaard, 2013) med kodeteknikker inspirert fra Grounded Theory (Reid et al., 2005; Strauss & Corbin, 1998). Vi kodet utsnitt fra notatene og de transkriberte intervjuene før vi identifiserte sammenheng mellom kodene, som vi så ordnet i kategorier. Med personsentrert tilnærming har vi vært særlig oppmerksomme på de utvalgte enkeltpersonene, deres kontekst samt samhandlingssituasjoner. Denne tilnærmingen kombinert med et feministisk perspektiv, der kvinnenes *levde erfaringer* (narrativ) utgjorde kunnskapskildene, gjorde oss i stand til å undersøke kvinnenes selvforståelse når det gjelder aktørposisjon og samfunnsengasjement (Ahmed, 2004; Butler, 1993; Lather, 1991). Ved å kombinere personsentrerte analyser med kvinnenes livsbiografier (narrativ) fikk vi et større innblikk i hvordan kvinnene tolket verden rundt seg basert på deres kontekst og selvforståelse.

ANYA OG TAYYBA, AMBASSADØRER FOR MINORITETSKVINNER

Anya er en kvinne i 40-årene med en norsk og en pakistansk forelder. Hun har vokst opp og gått på barneskoler i Norge og Pakistan. Tayyba, som er i 50-årene, vokste opp i Pakistan før hun kom til Danmark og senere til Norge på åttitallet. Både Tayyba og Anya hadde muslimsk bakgrunn, men mens det å være muslim

var en sentral identitetsmarkør for Tayyba, identifiserte ikke Anya seg som muslim. Anya brukte imidlertid sin muslimske minoritetsbakgrunn *strategisk* i enkelte situasjoner der det var politisk viktig at etniske og religiøse minoriteter ble representert. Begge kvinnene har store nettverk, med høy grad av sosial kapital generert gjennom «svake bånd» (Granovetter, 1973): Anya gjennom høy utdanning og politiske arbeid på nasjonalt nivå, Tayyba gjennom mangeårig frivillig grasrotarbeid for minoriteter generelt og innvandrerkvinner spesielt. Tayyba og Anya er synlige og engasjerer seg på hver sine arenaer, og med hjelp fra ulike medier har de også ulik grad av *digital* sosial kapital.

ANYA – STORPOLITIKK OG SOSIALE MEDIER

For å komme til Anyas kontor måtte vi gjennom en sikkerhetsjekk før en sikkerhetsvakt sendte oss med heisen opp til Anyas kontor. «Jeg identifiserer meg *ikke* som muslim», sa Anya da vi spurte om religiøs tilhørighet. «Det har ikke vært en del av ... min [forelder] er veldig liberal, jeg vet ikke engang om [forelder], som var født muslim, definerte seg som muslim.» Med en norsk og en pakistansk forelder sa hun at hun snarere identifiserte seg som en internasjonal nordmann med sterk tilhørighet til begge land: «Begge de to landene er mine.» Etter skolegang studerte hun utenlands, før hun fikk jobb som forsker og etter hvert diplomatiske oppgaver i Pakistan. Anya snakker fem språk, deriblant urdu.

Anyas flerkulturelle bakgrunn påvirker hennes selvforståelse. «Måter jeg har indentifisert meg på, har endret seg hele livet», sier hun. Anya uttrykker at det kun er fordeler knyttet til det å være halvt norsk og halvt pakistansk. Som ung var det fint å kunne skille seg ut, særlig i perioden før 9/11. Etter 9/11 har det blitt flere som spør om hvor hun kommer fra, og hvor hennes lojalitet ligger. Kommentarene har blitt flere og mer kritiske. Et eksempel er da hun la ut et bilde på Facebook fra en skitur. Kort tid etter var det en som kritiserte henne for hennes «desperate integreringsforsøk». Anya pleier ikke å respondere på slike innlegg, men til dette svarte hun ved å påpeke at for henne var dette helt normalt – i motsetning til leserkommentarens forankring i en forenklet, stereotyp diskurs om innvandrerkvinner og norskhet.

Anya møter ofte unge norsk-pakistanere som er på jakt etter rollemodeller, og som leter etter egen identitet mellom det norske og det pakistanske, mellom det å være muslim og å bo i et sekulært samfunn. Anya selv sier at hun går litt inn og ut av ulike identiteter avhengig av kontekst. Som en offentlig person er hun dog ukomfortabel med at mediene ofte framstiller henne på endimensjonale måter hun selv ikke kjenner seg igjen i. Hun gir som eksempel at når mediene «framstiller

meg hvor jeg ikke har overtaket på å definere min identitet, for eksempel at du er muslim. Jeg skyver det unna, da har jeg ikke helt kontroll på den biten. Det er uvant, mens i de fleste kontekster så føler jeg at jeg *eier* hvordan jeg vil bli sett.» Én måte å «eie» egen selvframstilling på er ved selv å engasjere seg i medieoffentligheten. Av de kvinnene vi intervjuet, er Anya uten sammenligning den som både er mest aktiv på sosiale medier og den som har flest venner og følgere på Facebook og Twitter. Hun poster jevnlig innlegg som handler om norsk eller internasjonal politikk, kultur og samfunn samt saker som handler om menneskerettigheter:

Jeg legger ut hva jeg har vært med på. Jeg deler om arrangement eller «events» som jeg har vært med på, møter jeg har vært med på, eller nyheter som skjer internasjonalt, noen som har sagt noe klokt, internasjonal politikk, for eksempel den siste konferansen jeg var på: Da tar jeg bilder og sier «her har jeg vært», og det handler om å bygge *et image*, men det handler også om rollen jeg har, verdiene mine, at jeg er engasjert.

Kvinner og jenters menneskerettigheter er gjennomgangstema i Anya sin stemme på sosiale medier. Med mange tusen venner på Facebook er det ikke uvanlig at poster hun legger ut, likes av flere hundre mennesker. Andre medier, som Whatsapp, Skype, Viber, telefon og tekstmeldinger, bruker hun også hyppig, men i større grad med venner, familie og kjæreste. Hun er også aktiv på Twitter, men Facebook er mer personlig enn Twitter. Ifølge Anya genererer en rekke av hennes poster på sosiale medier kommentarer og diskusjoner. På Twitter går hun aldri inn i diskusjoner fordi hun stadig opplever at ting tas ut av kontekst og gjør det hele uoversiktlig og upresist: «Det er så og så mange tegn, ikke sant, og jeg har en åpen Facebook og åpen Twitter, det er en verdi i seg selv, men da må de også respektere at jeg ikke går inn i diskusjoner.» Anya bruker imidlertid Twitter bevisst til opinionsarbeid:

I går var jeg på [et LHBT-arrangement]. Å vise at man er til stede på slike arrangement, da er jeg veldig bevisst på det som folk vil se på som min muslimske identitet, fordi det er veldig kontroversielt. Da er det viktig for meg å være til stede for å vise at det finnes folk fra alle ... det var ingen [offisielle representanter] med muslimsk bakgrunn som kom. Jeg «retweeta» det andre har gjort, det er verdier jeg tror på, men i tillegg til det, så ser jeg på det som et rolleansvar.

For Anya er det viktig å være synlig som kvinne og i blant som *kvinne med muslimsk bakgrunn* i mediene. Hun vektlegger den verdien det har at minoriteter blir representert i mediene, og verdsetter journalister som gjør en ekstra innsats for å

få tak i kompetente kvinner og minoriteter til å kommentere i mediene. Etter et stort terrorangrep i USA ringte en nyhetsreporter fra NRK og sa: «'Hvis ikke du sier ja nå, som den du er og den kompetansen du har, så kommer vi til å få en mannlig idiot som bare mener noe' – så da sa jeg *ja*, ikke sant», sier hun. Selv har hun vært med på å skape nettverk med kvinner som har minoritetsbakgrunn med mål om at flere kvinner med innvandrerbakgrunn skal bli synlige i medieoffentligheten: «Jeg tror – å lete litt i ulike miljøer, det finnes så mange dyktige kjemikere, bankanalytikere ...». De tipser hverandre og journalister når noe skal kommenteres. På slike måter økes synligheten av svært kvalifiserte ikke-hvite kvinner med for eksempel muslimsk bakgrunn.

«Jeg identifiserer meg *ikke* som muslim», sa Anya da intervjuet startet. Men avslutningsvis sier hun dette: «Selv om jeg ikke definerer meg som muslim eller minoritet [...], det gjør jeg ikke – jeg vet ikke hvilken statistikk jeg faller inn under heller, men så er jeg veldig bevisst på den rollen, det ansvaret man har, det er jo også et ansvar man bærer med seg.» Anya er sterkt samfunnsengasjert med en solid aktørposisjon i forskjellige sosiale og politiske sammenhenger, på og utenfor nettet. Hun opplever mediens ekskluderende og stereotypiske praksiser, men oppnår også representasjon. Gjennom en aktiv medieprofil har hun en høy grad av *digital* sosial kapital som hun bruker for å fronte blant annet minoritetsposisjoner.

TAYYBA – EN GRASROTAMBASSADØR

Tayyba er også samfunnsengasjert, men ikke på sosiale medier. Hun har en Facebook-konto, men er sjelden logget inn på Facebook, og hun har aldri «twitret». Likevel har hun stor gjennomslagskraft som representant for muslimske innvandrerkvinner. Vi traff Tayyba første gang da hun kom fra et møte i kommunen. Tayyba kom inn i rommet iført fotsid, svart hijab. Hun var en av flere med innvandrerbakgrunn som var samlet til møte denne ettermiddagen. Fire av de åtte fram møtte var kvinner. Den påfølgende uka ble vi hentet av Tayyba på vårt avtalte møtested og kjørt hjem til henne. Hun hadde lært å kjøre bil i Danmark da hun kom dit for å gifte seg som 16-åring. Vel hjemme tok hun av seg den delen av hijaben som dekket håret. Mannen hennes kom med drikke til oss, før vi satte oss i stua. I stua var det fotografier av alle tre barna og fra da Tayyba og familien kom til Norge på åttitallet.

Som 16-åring ble Tayyba sendt fra Pakistan til Danmark for å gifte seg med sin 14 år eldre pakistanske mann. Hun åpnet sin egen bankkonto, tok sertifikat og lærte seg raskt dansk. Hun var knapt fylt 17 da hun fødte deres første sønn. Senere flyttet hun og mannen med tre barn til Norge. Etter å ha bodd hos noen venner en

kort periode fikk de en kommunal leilighet før de kjøpte sin egen bolig. Ett rom uten dusj og bad. Tayyba, som vokste opp i Peshawars økonomiske, sosiale og akademiske overklasse, hadde aldri trodd at hun skulle komme til å bo så elendig. Hun snakket punjab, pashtu, urdu og engelsk som barn. Faren var professor ved universitetet som lå et steinkast unna hjemmet, og universitetet var Tayybas bakgård. Farens globale akademiske nettverk var et fast innslag i hjemmet deres. Tayybas mor hadde ingen formell utdanning, men hun hadde en sterk sosial og rådgivende posisjon i lokalsamfunnet. Moren var et knutepunkt som mange kom til for å få anbefalinger og råd. Utover å vokse opp i et herskapshus med eget tjenerskap ble Tayyba oppdratt i et svært levende og debatterende hjem som alltid var fylt med samtalende kvinner og menn fra det øvre samfunnslag, iblandet et globalt nettverk med akademikere og deres familier.

Tayybas oppvekst, med foreldrenes sosiale og mangfoldige nettverk, synes å ha vært med på å forme Tayybas senere sivile engasjement. Tayybas mange roller i dag er ikke ulik rollene til både moren og faren: som initiativtaker, bindeledd og knutepunkt med et stort allsidig nettverk av både norske og ikke-etnisk norske miljøer. Men før hun skulle komme så langt, var kontrasten fra livet i Peshawar til ettersom leilighet med bad og toalett på gangen på Grønland i Oslo nedslående. «Men», sier hun, «havner du i situasjonen, så må du bare leve med det». Tayyba levde med det på den måten at hun raskt lærte seg norsk og behersket nå seks språk. Etter hvert som barna ble større, tok hun fatt på voksengymnas, før hun utdannet hun seg som tolk på høyskolen. I dag jobber hun som tolk for flere tolkeorganisasjoner. Arbeidet som tolk er likevel bare kun *ett* av Tayyba mange engasjement.

Da Tayyba kom til Oslo, var det svært få innvandrere i Norge. Det var både lettere og vanskeligere enn i dag, sier hun. Hun opplevde sjelden rasisme, samtidig som nordmenns kunnskap om islam og muslimske innvandrere var fraværende. Med tre barn i skolen fikk hun raskt erfare utfordringene mellom den norske og pakistanske kulturen. I begge miljøene var kunnskapen om hverandres kultur og skikker elendig. Ettersom hun behersket norsk, fikk hun en posisjon som brobygger. I de tretti årene hun har bodd i Norge, har Tayyba jobbet aktivt for å styrke forbindelsene mellom kulturer. Hun har hatt tett samarbeid med rektorer og lærere i arbeidet med å øke den norske skolens kunnskap om ulike innvandrer kulturer, praksiser og religioner. Hun har også engasjert seg for at innvandrerforeldre – og da særlig innvandrerkvinner – skulle bli mer involvert i det norske samfunnet og i barnas skolehverdag. *Ranselpost* på norsk og urdu har vært en av informasjonskanalene hun har benyttet, i tillegg til *seminarer* for innvandrerforeldre om barneoppdragelse og om samarbeid mellom skole og hjem. Tayyba har også i mange år arrangert egne *kvinnegrupper*, der blant annet *dataopplæring* har vært på agen-

daen. Kvinnegruppen hun leder, har en egen Facebook-gruppe som informerer om gruppas formål og funksjon. Gruppen har 300 medlemmer, men Facebook-gruppa brukes ikke som en aktiv møteplass eller informasjonskanal blant kvinnene. For å få tak i innvandrerkvinnene bruker hun ikke sosiale medier eller e-post (selv om hun har arrangert datakurs for flere av gruppas medlemmer). «Jeg ringer dem. Alle har telefon», sier Tayyba, og nikker ned mot sin smarttelefon. «Eller», fortsetter hun, «så bruker jeg radio til å spre den informasjonen jeg trenger. Alle hører på radiokanalen, taxisjåfører ... jeg kan reklamere på urdu eller på norsk via telefon som sendes på radio.» Med Tayybas store nettverk har hun tilgang på mediekkanaler som når fram på et språk som er tilgjengelig også for dem som ikke har gode norskkunnskaper. *Radio* for innvandrere er en informasjonskanal som når fram til en stor gruppe, herunder også innvandrerkvinnene, som ellers i stor grad er ekskludert fra den norskspråklige mediehverdagen. For Tayyba har mye av det frivillige arbeidet handlet om å øke forståelsen og kunnskapen hos nettopp det storsamfunnet som ofte møter innvandrere med manglende kunnskap og stigmatiserende holdninger. Hun har arbeidet tett med skolen og har vært en pådriver for å rekruttere familier med minoritetsbakgrunn som fosterfamilier. Hun har arbeidet med å øke norsk helsesektors kunnskap når minoriteter er pasienter, blant annet med *informasjonsvideoer* for norske sykehus om hvordan helsepersonell bør snakke med og pleie pasienter med muslimsk bakgrunn, og om hvilke spesielle hensyn som bør tas ved dødsfall for å bevare muslimske pasienters og pårørendes verdighet. Med sitt brede engasjement har Tayyba skapt og skaper stadig viktige kommunikasjonskanaler og arenaer der minoritets- og majoritetskulturer kan møtes og få kunnskap om hverandre.

DISKUSJON OG OPPSUMMERING: FRA MARGINALISERT TIL AMBASSADØR

Små selvstyrte enheter, som grasrot- og interesseorganisasjoner, antas å øke kommunikasjonen mellom deltagerne og politikere samt deltagerens påvirkningskraft og innflytelse på politikken og beslutningstagerne (Dahl & Tuft, 1973; Irvin & Stansbury, 2004). Grasrota har ofte noen organisatoriske ressurser som de har kontroll over selv. De har gjennom grasrotaktivisme påvirkningskraft på lokalpolitikk og enkeltsaker gjennom avgrensede agendaer, men også gjennom hvordan de opererer. Som grasrotleder og initiativtager har Tayyba det som Seyd og Whiteley (2004) kaller en *ambassadørrolle* – altså en foregangsmodell. Til tross for at hun har en Facebook-profil, en Facebook-gruppe for kvinnegruppen samt benytter seg hyppig av Skype og Viber til å kommunisere med familien i Pakistan, er Tayyba

på ingen måte verken en aktiv bruker eller en sentral node i sosiale medier i sitt omfangsrike grasrotnettverk. Like fullt har hun en betydningsfull *ambassadørrolle*, og har gjennom sin utrettelige frivillige innsats i utallige organisasjoner og verv fått ledende posisjoner og en sterk stemme i lokale, regionale og nasjonale organisasjoner.

Anya opererer også som en ambassadør, men fra et annet perspektiv. Utover å vise til Anyas Twitter-deltagelse under besøket på LHBT-arrangementet trekker sitatet «det er viktig å være til stede» fram hvordan *strategisk essensialisme*, nettopp ved å synliggjøre minoritetsmarkører, har som mål å styrke dem. Ved å lese Anyas resonnement rundt egen bruk av sosiale medier gjennom Spivaks briller, kan vi si at Anya tar i bruk strategisk essensialisme «in a scrupulously visible political interest» (2012, s. 205). Det vil si at Anya, som definerer seg som internasjonalt nordmann, men «ikke som muslim», ønsker like fullt i *denne* sammenhengen å framstå som en homovennlig muslimsk pakistansk-norsk kvinne. Strategisk essensialisme viser til hvordan minoriteter kan representere og understreke sin egen posisjon ved å ta i bruk identitetsmarkører som risikerer å bli stigmatisert. Til tross for at det er store forskjeller innad i for eksempel «gruppen» muslimske innvandrerkvinner og mellom innvandrerkvinner, kan det iblant være fordelaktig å «essensialisere» seg selv *midlertidig* og å vektlegge en tilgjengelig gruppeidentitet for å oppnå et gitt mål, eller for å opponere mot den dominante kulturens ofte utflatende makt. Som brun kvinne, blant et dominerende antall hvite ikke-muslimske menn, er det for Anya viktig å være på det aktuelle LHBT-arrangementet, ikke kun som representant for norsk politikk, men som *ambassadør* og rollemodell for ikke-etnisk norske skeive kvinner. Med andre ord ser vi hvordan Anya bruker både offline situasjoner og sosiale medier til å kommunisere og representere strategisk.

BROBYGGERES SOSIALE KAPITAL

I dette kapitlet har vi utforsket hvilken betydning kvinnes livsbiografier, kontekst og sosiale kapital har for samfunnsengasjement, og hvilke mediekanaler som inngår i engasjementet. Vi startet med en antakelse om at høy *digital* sosial kapital var sentralt for minoritetskvinner som oppnår sterke posisjoner eller stemmer i samfunnet, men vi fant et mer mangfoldig bilde. Sivil deltagelse er, ifølge Sigel (1989), noe som stimuleres og formes særlig i ung voksen alder. Denne aldersperioden assosieres også med den perioden i livet der ens behov for å finne sin plass i fellesskapet er stort. Definerer av hvordan en forstår seg selv og hvem en ønsker å være, pågår også for fullt i disse årene (Gudykunst & Hammer, 1988).

Tayybas engasjement kom til uttrykk gjennom at hun alltid har «ønsket å hjelpe andre», og kan tolkes som at hennes samfunnsdeltagelse først og fremst er moralsk motivert med bruk av Bruter og Harrissons begreper, med vekt på det uegennyttige. Anyas politiske engasjement har en blanding av både profesjonell motivert innsats, der karriere ligger til grunn, men og en moralsk motivasjon gitt hvordan Anya uttrykker sitt rolleansvar. Begge kvinnene har likevel en høy sosial kapital: Anya gjennom familie, høy utdanning og yrkes- og politisk engasjement. Tayyba først og fremst gjennom mangeårig og mangfoldig frivillig innsats og som brobygger mellom ulike miljøer og som tolk, men også gjennom å ha vokst opp i et rikt samtalende hjem med høy kulturell og sosial kapital har hun en immateriell kapital som hun har brakt med seg inn i voksenlivet og på tvers av geografi og kultur. Tayyba og Anja sine medievaner illustrerer viktigheten av sosial kapital når det gjelder å inspirere til kommunikasjon og engasjement mellom samfunnsgrupper. Sosial kapital skaper «valuta» for mennesker som er forbundet med hverandre, og særlig i Tayybas tilfelle ser vi en «diasporaambassadør» som benytter sin sosiale kapital til verdiskapning innenfor diasporagrupper. Samtidig bryter hun sosiokulturelle, religiøse og politiske barrierer mellom diasporaen og vertssamfunnet.

Studien har vist at høy digital sosial kapital ikke har vært en forutsetning for at kvinner med innvandrerbakgrunn skal kunne få en sterk posisjon i samfunnet. Til tross for at Tayyba og Anya deltar og engasjerer seg på helt ulike måter og i helt ulike kanaler, dels kanaler som ikke er godt synlige i storsamfunnet, er begge ambassadører med et sterkt moralsk ansvar i sine miljøer. Et interessant funn som de metodiske tilnærmingene har bidratt til, er at dersom vi hadde studert kvinner med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn sine stemmer i en bredere medieoffentlighet, ville vi mest sannsynlig ha fanget opp Anya, men vi ville sannsynligvis ikke fått øye på Tayyba. Med en personsentrert og etnografiskinspirert «bottom-up»-tilnærming har vi vært i stand til å identifisere andre kanaler og medier, slik som radio, informasjonsvideo, ranselpost, datakurs for kvinner og organisasjonsarbeid for innvandrere. Alle disse kan være sentrale kanaler for kvinner med innvandrerbakgrunn, uten at de i like stor grad er en synlig del av den sosiale og digitale medieoffentligheten.

Forskning viser at bruk av IKT øker muligheten for kommunikasjon og har potensial til å fremme samfunnsdeltagelse (Baldersheim, 2008; Hanssen, 2008; Winsvold, 2007). Som vi har sett i denne studien, er deltakelse i digitale sosiale medier ikke alene avgjørende for samfunnsengasjement eller det å ha en stemme i offentligheten. Kvinnenes gjennomslagskraft ses også på andre arenaer enn i sosiale medier og i de etablerte mediene. Som Tayyba illustrerer, kan sterk for-

ankring i lokalsamfunnet og i interesseorganisasjoner så vel som i diasporakultur, ha stor samfunnsmessig og politisk betydning. Den viktigste kilden til sosial kapital for minoritetskvinnene vi har studert, oppstår nettopp i de rollene de inntar for å bygge bro mellom minoritetskulturer og den norske majoritetskulturen.

Det er behov for mer forskning om hvordan kvinner med ikke-vestlig innvandrerbakgrunn finner egne stemmer, oppnår representasjon og uttrykker engasjement i medieoffentligheten. Studien vår viser at en holistisk tilnærming til feltet er sentral for å forstå inklusjonsfaktorer og utfordringer blant den gruppen som uttaler seg aller sjeldnest i de norske mediene. En holistisk tilnærming er også viktig for å få kunnskap om hvor og hvordan kvinner med innvandrerbakgrunn deltar og engasjerer seg. Vår studie er et bidrag til en større debatt som kan gi mer helhetlig kunnskap om aktør- og ambassadørroller blant kvinner med minoritetsbakgrunn i Norge, og om hvordan kvinnene finner sin stemme i samfunnet.

MERKNADER

Vi vil gjerne takke Rådet for anvendt medieforskning for støtte til studien. Kapitlet er en videreutvikling av Vestlandsforskning Rapport nr. 6/2016, Sogndal. Forfatterne har ingen interessekonflikter. Studien er godkjent av Personvernombudet for forskning.

LITTERATUR

- Ahmed, S. (2004). *The cultural politics of emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Alghasi, S. (2009). Iranian-Norwegian Media Consumption. *Nordicom Review*, 30(1).
- Baldersheim, H. (2008). Digitalt demokrati – «Orwell in Athens»? *Norsk Statsvitenskapelig Tidsskrift*, 24(4), 383–393.
- Bangstad, S. (2013). Inclusion and exclusion in the mediated public sphere: the case of Norway and its Muslims. *Social anthropology*, 21(3), 356–370.
- Berlant, L.G. (2011). *Cruel optimism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Boellstorff, T. (2012). *Ethnography and virtual worlds: A handbook of method*. Princeton: Princeton University Press.
- Bruter, M., & Harrison, S. (2009). *The Future of our Democracies: Young Party Members in Europe*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge.
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter. On the discursive limits of «sex»*. New York: Routledge.
- Chávez, V., & Soep, E. (2005). Youth radio and the pedagogy of collegiality. *Harvard Educational Review*, 75(4), 409–434.
- Christiansen, C.C. (2003). Tv-nyheder fra hjemlandet – integration eller ghettoisering? Om transnationalisme og nyhedsforbrug I T. Tufte (red.), *Medierne, minoriteterne og det multi-kulturelle samfund: Skandinaviske perspektiver* (157–180): Nordicom.

- Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, 95–120.
- Dahl, R.A., & Tufte, E.R. (1973). *Size and democracy* (Vol. 2). Stanford California: Stanford University Press.
- Dralega, C.A., Due, B., & Skogerbø, E. (2010). Community Re-Engagement of Youth: eParticipation Realities in Uganda and Norway. *Information Technologies & International Development*, 6(1), 94–108.
- Dralega, C.A., & Mainsah, H. (2014). *Ethnic minority youth participation in the production and consumption of social media in Norway*. Vestlandsforskning-rapport nr. 4/2014.
- Eide, E., & Nikunen, K. (2011). Introduction: Change of Climate. I E. Eide & K. Nikunen (Eds.), *Media in Motion* (1–18). Farnham: Ashgate.
- Eide, E., & Orgeret, K.S. (Eds.). (2015). *Etter beste kjønn: Kjønnsperspektiv på medier og journalistikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Engebretsen, M. (2015). Transkulturelle erfaringer i sosiale medier – En studie av diskursive strategier hos norske innvandrere på nett. *Norsk medietidsskrift*, 21(4), 1–22.
- Enjolras, B., Steen-Johnsen, K., & Wollebæk, D. (2013). Social media and mobilization to offline demonstrations: Transcending participatory divides? *New Media & Society*, 15(6), 890–908.
- Fangen, K. (2010). Social exclusion and inclusion of young immigrants Presentation of an analytical framework. *Young*, 18(2), 133–156.
- Figenschou, T.U., & Beyer, A. (2014). Elitene, minoritetene og mediene – Definisjonsmakt i norsk innvandringsdebatt. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 55(1), 24–51.
- Foucault, M. (1995 [1976]). *Seksualitetens historie [History of Sexuality, Vol 1.]*. Halden: Exil.
- Granovetter, M.S. (1973). The strength of weak ties. *American journal of sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Gudykunst, W.B., & Hammer, M.R. (1988). Strangers and hosts: An uncertainty reduction based theory of intercultural adaptation. *Cross-cultural adaptation: Current approaches*, 11, 106–139.
- Guthu, L., & Holm, S. (2010). *Innvandrere på nett. En analyse av innvanderers digitale kompetanse*: VOX, Nasjonalt fagorgan for kompetansepolitikk.
- Hanssen, G.S. (2008). E-communication: Strengthening the Ties between Councillors and Citizens in Norwegian Local Government? *Scandinavian Political Studies*, 31(3), 333–361.
- Harasym, S. (red.) (1990). *The post-colonial critic: Interviews, strategies, dialogues*. New York: Routledge.
- Haavind, H. (red.) (2000). *Kjønn og fortolkende metode. Metodiske muligheter i kvalitativ forskning*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- IMDi. (2016). *Felleskap og deltakelse*. Integrerings- og mangfoldsdirektoratet, http://www.imdi.no/om-integrering-i-norge/innvandrere-og-integrering/felleskap-og-deltakelse/#title_3 (lest 2016).
- Irvin, R.A., & Stansbury, J. (2004). Citizen participation in decision making: is it worth the effort? *Public administration review*, 64(1), 55–65.
- Jegerstedt, K. (2008). Gayatri Chakravorty Spivak. In E. Mortensen, C. Egeland, R. Gressgård, K. Jegerstedt, S. Rosland, & K. Sampson (Eds.), *Kjønnsteori* (93–102). Oslo: Gyldendal Akademisk.

- Jenkins, H. (2006). *Convergent Culture – where old and new media collide*. New York and London: New York University Press.
- Jin, S.-A.A. (2012). The virtual malleable self and the virtual identity discrepancy model: Investigative frameworks for virtual possible selves and others in avatar-based identity construction and social interaction. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2160–2168.
- Julien, C. (2015). Bourdieu, social capital and online interaction. *Sociology*, 49(2), 356–373.
- Kapidzic, S., & Herring, S.C. (2014). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17(6), 958–976.
- Lather, P.A. (1991). *Getting smart: Feminist research and pedagogy with/in the postmodern*. New York: Routledge.
- Mainsah, H. (2009). Cameroonians in Oslo, diaspora, and uses of the media. *Nordicom Review*, 30(1), 83–94.
- Mainsah, H. (2014). Young African Norwegian Women and Diaspora: Negotiating Identity and Community through Digital Social Networks. *Crossings: Journal of Migration & Culture*, 5(1), 105–119.
- Malterud, K., Siersma, V.D., & Guassora, A.D. (2016). Sample Size in Qualitative Interview Studies Guided by Information Power. *Qualitative health research*, 26(13), 1753–1760.
- Marotta, V. (2011). New online ethnicities and the politics of representation. *Journal of inter-cultural studies*, 32(5), 539–553.
- Nakamura, L. (2002). *Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*. London, New York: Routledge.
- Nikunen, K. (2013). Difference in Reality: Ethnic Minorities and the Boundaries of the Nation in Reality TV in Finland. *Popular Communication*, 11(4), 303–317.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2015). *Digital ethnography: principles and practice*. London: Sage.
- Plummer, M., & Young, L.E. (2010). Grounded theory and feminist inquiry: Revitalizing links to the past. *Western Journal of Nursing Research*, 32(3), 305–321.
- Portes, A. (2000). The two meanings of social capital. *Sociological forum*, 15(1), 1–12.
- Prøitz, L. (2016). *Selvbylde: fra selvportrett til #selfie*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Prøitz, L., Corneliusen, H.G., & Dralega, C.A. (2016). *En studie av norske muslimske kvinners mediebruk og mediedeltakelse*. Vestlandsforskning rapport 6/2016.
- Putnam, R.D. (2001). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Reid, K., Flowers, P., & Larkin, M. (2005). Exploring lived experience. *Psychologist*, 18(1), 20–23.
- Robertson, A. (2012). Narrativanalys. In G. Bergström & K. Boréus (Eds.), *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text-och diskursanalys* (Vol. 3). Lund: Studentlitteratur AB.
- Ruiu, M.L. (2016). The Social Capital of Cohousing Communities. *Sociology*, 50(2), 400–415.
- Seyd, P., & Whiteley, P. (2004). British party members: An overview. *Party Politics*, 10(4), 355–366.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody. The Power of Organizing without Organizations*. New York: Penguin Press.

- Sigel, R.S. (1989). *Political learning in adulthood: A sourcebook of theory and research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Skah, I. (2014). *Muslim Women at UIO A Debate between the Personal, the Feminist and the Political*. Senter for tverrfaglig kjønnsforskning: Masteroppgave, Universitet i Oslo.
- Skeggs, B. (1995). *Feminist cultural theory: Process and production*. Manchester: Manchester University Press.
- Spivak, G.C. (2012). *In other worlds: Essays in cultural politics*: Routledge.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. London: Sage Publications.
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode* (2 ed. Vol. 2): Bergen, Fagbokforlaget.
- Tufte, T. (2003). Minority Youth, Media Uses and Identity Struggle: The Role of the Media in the Production of Locality. In T. Tufte (red.), *Medierne, minoriteterne og det multikulturelle samfund. Skandinaviske perspektiver*. Göteborg: Nordicom.
- Vaage, O.F. (2016). *Norsk mediebarometer 2015*. Oslo, Kongsvinger.
- Winsvold, M. (2007). Municipal websites in the local public debate: Supplying facts or setting agenda? *Nordicom Review*, 28(2), 7–23.
- Wood, N.T., & Solomon, M.R. (2009). *Virtual social identity and consumer behavior*. Armonk, NY: ME Sharpe.