

Norske muslimske innvandrerkvinner

Sosiale medier og identitetsspørsmål

Carol Azungi Dralega

Vestlandsforskning

Norge og Norden forøvrig, er preget av økt ankomst av flyktninger og innvandrere. Dette driver fram samfunnsendringer som gir seg utslag i en rekke utfordringer. Fra å ha vært et relativt sosio-kulturelt homogent samfunn, har Norge i dag blitt til en sammensatt og langt mer kulturelt, språklig, etnisk, sosio-økonomisk *mangfoldig* befolkning – også blant flyktninger og innvandrere er det store variasjoner politisk, sosialt, religiøst og kulturelt. I dette prosjektet er vi interessert i særlig to fenomener som har innvirkning på den norske nasjonalstaten: a) migrasjon og bosetting av innvandrere i et stadig mer multikulturelt og fler-religiøst samfunn på den ene siden og b) utbredelsen av nettbaserte medier på den andre.

Med referanse til IMDI dokument: 'Mangel på kunnskap om hva norske muslimer tenker' (2013¹), uttrykkes det at debattene i dag "altfor ofte preges av synsing, følelser og ideologi – ikke kunnskap". For å få en bedre innvandrings- og integreringspolitikk er det helt nødvendig med mer kunnskap basert på forskning. Dette forskningsprosjektet har helt eksplisitt målsetting om å møte dette behovet med å undersøke mediebruk/ ikke-bruk blant muslimske kvinner med innvandrerbakgrunn; spørsmål om hvilken rolle sosiale medier spiller i endringen av restriktive sosiale normer og tabuer samt muslimske innvandrerkvinner stemme i norsk medieoffentlighet.

Aktualitet

1. Noe av det flere muslimske innvandrerkvinner opplever *på tvers av de mange opplagte forskjellene*, er for det første at de tilhører en religiøs gruppe som svært ofte stigmatiseres og som stadig har blitt assosiert med Jihad og ekstremisme i medier og i den offentlige debatt. Særlig rett etter terrorangrepet i Regjeringskvartalet og Utøya 2011 samt etter terrorangrepet mot Charlie Hebdo i januar og attentatene mot Krudtønden og foran synagogen i Krystalldgaden i København i februar i år, er det meldt om flere hendelser mot muslimer. Særlig *muslimske kvinner* har vært utsatt for ubehagelige opplevelser. Det er rapportert voldelige angrep, som kvelertak, mens andre er blitt spyttet på og fått hodeplagg revet av. Talsperson Imran Shah i Islamisk Trossamfund i Danmark forteller at mange muslimske innvandrere opplever seg som danske, men blir samtidig angrepet av etniske dansker.

2. For det andre er det mange muslimske kvinner som opplever marginalisering både gjennom kulturelt betingede kjønnsstrukturer og religiøse dogmer.

3. For det tredje: Som innvandrere tilhører disse muslimske kvinnene en sosial kategori som ofte konstrueres i toneangivende medier og med politiske diskurser som 'annerledes' eller som "de andre", i kontrast mot et "vi" som inngår i den norske identitetskonstruksjonen. Som "de andre" er det vanskelig for muslimske innvandrerkvinner å få sin stemme hørt der diskursene om dem formes. De opplever ofte å bli snakket om heller enn å bli lyttet til (Dralega and Mainsah 2012; Stern 2008).

Sosiale medier – en ny offentlighet

Spredningen av digital og nettbasert informasjonsteknologi, skaper nye sosiale offentligheter der aktører kan skape, dele, publisere og drøfte medieinnhold. Sosiale medier som Facebook, Twitter, Instagram, blogger og delingsbaserte nettsteder som YouTube er alle eksempler på nettsider som lar folket engasjere seg i meningsproduksjon. Denne nye økologien muliggjør en endring av vilkårene for mediebruk. Medie- og kulturkonsumenter er ikke lenger passive mottagere av informasjon, men også aktiv produserende. Henry Jenkins (2006) beskriver denne trenden som en "deltagelseskultur" der amatører kan utvikle sitt uttrykk og identitet som skapere av medieinnhold gjennom kontinuerlig interaksjon med et publikum. Lievrouw og Livingstone (2006) påpeker at dette er med på å bryte restriktive normer og tabuer. Siden digital og nettbasert informasjonsteknologi er tilgjengelig for de fleste innvandrerne i Norge i dag, har muslimske kvinner tilgang til nye arenaer der de kan uttrykke seg i en offentlighet som inntil nylig har vært lukket for dem. Sosiale digitale arenaer representerer derfor en ny og viktig *offentlighet* der blant annet norske muslimske innvandrerkvinner kan bli sett og komme til ordet.

Forskningsspørsmål

Med andre ord fokuserer prosjektet på norske muslimske innvandrerkvinner bruk av digitale og nettbaserte medier i forhold til en diskurs om identitet i en norsk kontekst. Målet vårt er å *beskrive* en typologi over hvordan kvinnene deltar i den digitale medie-offentligheten, for å undersøke begrensningene og potensialet nettoffentligheten har, som inkluderende, frigjørende, begrensende eller begge deler. Forskningsspørsmålene er avledet direkte fra de siterte målene. De er som følger:

1. I hvilken grad deltar muslimske kvinner aktivt på internett?
 - a. I hvilken grad produserer de medieinnhold (tekst, audio og visuelt)?
 - b. I hvilken grad deltar kvinnene i diskusjonsfora?
 - c. I hvilken grad deltar kvinnene i en bredere offentlig sfære?
2. Hvilke sosiokulturelle og religiøse diskurser artikulere kvinnen i sine kreative produksjoner og diskusjoner og i hvilken grad er disse relatert til dominante diskurser om islam, innvandrere og deres egen situasjon?
3. I hvilken grad finner kvinnene et publikum for sine meningsproduksjoner og hvilke potensiale har de for å bli hørt og anerkjent?
4. Hvilke konsekvenser har disse produksjonene for kvinnes liv i Norge?

Prosjektets funn og utledninger vil være av *praktisk nytte* for forskningsmiljøet, norsk politikk på området, e-Inkludering, for de mange organisasjoner som arbeider med minoriteter og/eller kvinne- og kjønnspolitiske perspektiv og for *samfunnet som helhet*.

Metode

Gitt de deskriptive, analytiske og forklarende mål for forskningen vil vi benytte et induktivt og fortolkningsbasert forskningsdesign ved bruk av både kvalitative (primært) og kvantitative (sekundært) metoder. Dette forskningsdesignet involverer bruken av tre hovedforskningsmetoder: spørreundersøkelser, multimediaanalyse av respondenters netttinnholder og kvalitative dybdeintervjuer med utvalgte brukere. Undersøkelsene vil fokusere på personlige nettplattformer til minst femti (50) muslimske kvinner med ikke-vestlig bakgrunn. Av disse vil minst tyve (20) bli intervjuet. Vi vil oppnå kontakt gjennom eksisterende nettverk.

Geografi vil spille en rolle i respondentseleksjonsprosessen, i tillegg til i utvalget av et bredere spektrum av muslimske innvandrerkvinner i hele landet. Prosjektet sikter mot å undersøke og sammenligne aspekter av det geografisk-digitale skillet mellom for eksempel Oslo og mindre byer, i forhold til identitetsformuleringer, sosial inkludering/eksklusjon og diskurs om islam. Dette kommer i tillegg til andre sosiale skiller som kan tenkes å påvirke tilgang, konsum og produksjon av sosiale medier av innvandrerkvinner.

Spørreundersøkelsen

Spørreundersøkelsen sikter mot å gi en oversikt over generelle mønstre av internettbruk blant muslimske innvandrerkvinner. I tillegg sikter den mot å oppnå innsikt i forekomsten av internettbruk som kan klassifiseres som medieproduksjon, eller offentlig kommunikasjon. Disse inkluderer blogginnlegg, video, bilder, deltagelse i diskusjonsfora samt alle andre aktiviteter som involverer publisering av personlige synspunkter, tanker, inntrykk eller refleksjoner i et offentlig forum. Spørreundersøkelsen vil også utformes for å fange opp nettaktiviteter og plassere dem innen en bredere kontekst av respondentenes dagligliv – fritidsaktiviteter, pleie og velvære/og hijab, musikkpreferanser, kulturelle og sosiale aktiviteter, politiske synspunkt, medievaner etc. I tillegg vil spørreundersøkelsen samle informasjon som familiebakgrunn, sysselsetting, utdanning og sosiale nettverk. Resultatene vil forhåpentlig tillate at vi kan kryssrelatere detaljer om respondenters sosiale og kulturelle bakgrunn med deres internettvaner, for å identifisere mønstre og sammenhenger med kjønn og alder, samt for å identifisere korrelasjoner med andre faktorer, som klasse og foreldres bakgrunn – noe som vil kunne bli fulgt opp nærmere i dybdeintervjuer.

I tråd med en kulturstudier-inspirert reflekterende tilnærming anerkjenner vi behovet for å unngå problemet med etnisk determinisme, som reduserer all handling til etniske kulturelle faktorer. Derfor begynner vi med et premiss om at spørreskjema, intervjuer og tekstanalyse er essensielle former for datakonstruksjon og manipulasjon, og ikke bare midler til å samle fakta i en nøytral prosedyre, følgelig kan ikke disse forventes å være definitivt presise.

(Nettbasert) Innholdsanalyse

I forkant av intervjuene som beskrives nedenfor, vil et utvalg av nettbasert innhold produsert av alle respondentene bli samlet og analysert. Disse kan inkludere for eksempel tekst, video, foto og diskusjonsforumlogger, kort sagt alt som viser respondentenes engasjement i offentlig kommunikasjon. Elementer av utvalget vil bli analysert i kombinasjon med typer av applikasjoner/media med partikulære temaer og motiver av medietekster/interaksjon. En teoretisk informert analyse vil bli foretatt basert på denne matriksen, og dette vil utgjøre bakgrunnen for intervjuene med utvalgte respondenter.

De vil da bli invitert til å gi en dypere beskrivelse av sine motiver, oppfatninger og refleksjoner slik de fremstår i nettbaserte aktiviteter. Analysen vil videre også undersøke potensialet og begrensningene på visse typer nettsamfunn med tanke på å oppmuntre offentlig deltagelse blant minoritetsungdom.

Intervjuene

For å oppnå en bedre forståelse av hvordan muslimske innvandrerkvinner produserer medieinnhold på nettet, motivene deres og hvilke tanker de gjør seg om sine handlinger, planlegger vi å foreta dybdeintervjuer med minst 20 deltagere (av de 50 som danner grunnlag for undersøkelsen). Kriteriene for utvalget av disse respondentene vil være kvinnelige muslimske personer med innvandrerbakgrunn, i en alder mellom 18 og 50 år, som er aktive i å produsere medieinnhold og kommunisere på offentlige plattformer, og som har permanent bostettingstillatelse i Norge. I tillegg vil vi inkludere en kontrollgruppe med deltagere som ikke er aktive produsenter av nettbasert media.

Gjennom dybdeintervjuene ønsker vi å høre hvordan deltagerne selv beskriver sin bruk av nettbaserte medier og deres artikulerte tanker rundt formen og innholdet av sine aktiviteter. Intervjuene vil gi oss en dypere indikasjon på hvordan nettdeltagelse er knyttet til temaer som etnisitet, religion, skjønnhet, kultur, kjønn, klasse, eller senter/periferidistinksjoner. Intervjuene vil også danne grunnlag for en evaluering av potensialet for å promotere aktiv deltagelse blant muslimske kvinner på offentlige fora gjennom bruken av nettbasert media.

Mens analysen av respondentenes personlige nettbaserte profiler pågår, vil vi provisorisk kategorisere funnene under: brukernavn, profil og forsidebilde, hijab og skjønnhet, religiøst innhold og kulturell identitet, samt diskurs om nasjonal identitet og politiske ytringer. Vi er interessert i å utforske sammenhenger (om noen) mellom disse temaene og hvordan disse interaksjonene kommer konvergerer i å forme livene (både på og utenfor nettet) til våre respondenter.

Formidling

Prosjektet sikter mot å levere følgende:

- En omfattende prosjektrapport ved slutten av forskningsåret som planlegges publisert på nettsidene til de respektive institusjonene: medietilsynet.no; vestlandsforskning.no og media.uio.no
- En akademisk artikkel som et bokkapittel eller journalartikkel
- Konferanse/seminarpresentasjoner av funn i relevante akademiske sirkler, noen gang i løpet av/etter prosjektet er ferdigstilt.

Carol Azungi Dralega, prosjektleder, cad@vestforsk.no

Hilde Corneliussen, Lin Prøitz

Vestlandsforskning

Prosjektperiode: 01.01.2015→31.12.2016

Finansieringskilder: Medietilsynet og Rådet for anvendt medieforskning (RAM) (300 000 NOK)

Not

1. <https://document.no2013/09/mangel-pa-kunnskap-om-hva-norske-muskimer-tenker/>