

Noe for alle. Alltid?

NRK sett gjennom flerkulturelle briller

Gard Erlend Paulsen

Masteroppgave i medievitenskap

Universitetet i Oslo

Institutt for medier og kommunikasjon

02.05.2010



Sammendrag

I denne masteroppgaven gjør jeg en kvalitativ undersøkelse av flerkulturell mediebruk i Norge, med særlig vekt på NRK. Jeg er interessert i hvordan den flerkulturelle tilværelsen preger menneskers mediebruk, og hva bruksmønstrene til etniske minoriteter betyr for relasjonene deres til omverdenen. Analysen bygger hovedsaklig på kvalitative forskningsintervjuer med åtte flerkulturelle personer med røtter fra ulike deler av verden. Studien avdekker også NRKs tilnærming til flerkulturelle publikumsgrupper gjennom et kvalitativt forskningsdesign, inkludert et intervju samt dokumentanalyse. Jeg argumenterer for at flerkulturelle bruker NRK aktivt som et integreringsverktøy i det norske samfunnet, blant annet som en kilde til å lære språk og til å få innsikter i nasjonalkulturelle referanser. Samtidig bidrar den nasjonale forankringen til at en del etniske minoriteter opplever deler av NRKs tilbud som krevende, spesielt i forhold til underholdningsprogrammene. Med disse funnene som utgangspunkt fremmer jeg påstanden om at NRK brukes av flerkulturelle som en kilde til folkeopplysning, mens mediebruk i underholdningsøyemed foregår mer i kommersielle medier. Fordi flerkulturelle tilnærmer seg NRK på denne måten er det rimelig å anta at relasjonene deres til majoritetssamfunnet til en viss grad opprettholdes, særlig med hensyn til felleserfaringer av kringkastet informasjon.

Summary

In this thesis I carry out a qualitative study of multicultural media use in Norway, with particular emphasis on the Norwegian public service broadcaster NRK. I am interested in how multicultural existence affects people's media use, and what the patterns of media use in ethnic minority communities means for their relations with the outside world. The study is based upon qualitative research interviews with eight multicultural members of the Norwegian society, with origins from different parts of the world. The study also reveals NRK's approach to multicultural audiences through a qualitative research design, including an interview and document analysis. I argue here that ethnic minorities use NRK actively as a tool for processes of integration in the Norwegian society, especially as a source to develop language skills and to gain insights in national cultural references. At the same time, the national cultural characteristics of NRK, means that some ethnic minorities experience parts of NRK's services as challenging, particularly in relation to entertainment programs. With these findings in mind, I promote the claim that NRK is used by ethnic minorities as a source of enlightenment, while the use of media for entertainment purposes on the other hand, is conducted in commercial media. Because of this multicultural approach to NRK, it is reasonable to assume that ethnic minorities mediated relations to the majority society is well maintained, particularly with regard to the common experiences of the broadcasting of information.

Forord

Idégrunnlaget til denne masteroppgaven ble etablert i løpet av høstsemesteret 2008. Veien fra idé til ferdig rapport har vært lang og uforutsigbar, og prosjektet har beveget seg i mange retninger underveis. Jeg vil først og fremst takke min hovedveileder Gunn Enli (høst 2008 t.o.m. vår 2010) ved Institutt for medier og kommunikasjon, UiO, for å ha ledet prosjektet i en spennende retning. Med din hjelp har jeg fått innsikt i et svært interessant forskningsområde. Jeg vil også takke for den faglige styrken du har vist underveis. Dette har gitt prosjektet et ekstra løft.

Jeg ønsker også å rette en stor takk til min biveileder, Hilde Thoresen (høst 2009 og vår 2010) fra NRK Analyse. Du har gitt gode innspill til prosjektet, og vært en bra støttespiller underveis. Din kjennskap i NRK har i tillegg vært en verdifull ressurs, og jeg vil takke deg for tilgang til materiale, informanter og kunnskap.

Informantene i dette prosjektet fortjener også en stor takk. Uten dere hadde ikke prosjektet vært gjennomførbart, og jeg er svært takknemlig for at dere har delt erfaringene deres med meg. Sist, men ikke minst, vil jeg benytte denne anledningen til å takke Iris Maria for støtten du har vist underveis. Tusen takk for gode diskusjoner, samtaler og for all den tiden du har lyttet til meg gjennom alle prosjektets faser.

Lillestrøm 02.05.2010

Gard Erlend Paulsen

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	i
Summary	ii
Forord	iii
Innledning	1
Bakgrunn	1
Etnisitet som analysekategori	2
Oppgavens struktur	5
1. Etnisitet og mediebruk. En beskrivelse av forskningsfeltet	6
Medier og etnisitet. Et forskningsfelt i endring	6
Tekstanalytiske studier: journalistikk og nyhetsmedier	6
Medieproduksjon: flerkulturelle journalisters yrkespraksis	8
Mediebruk: globalisering og diaspora	9
Internasjonal forskning: viktige inspirasjonskilder	11
Oppsummering	13
2. Teori: flerkulturelles mediebruk og medierte samfunnsrelasjoner	14
Del I: Bruksstudietradisjonen	14
Flerkulturell tilværelse og meningsfull mediebruk	15
Bruksstudier i et sosiologisk perspektiv	17
Del II: Pierre Bourdieu	19
Lokale felt og global kapital	19
Kulturelle forskjeller og likheter i praksis	21
Del III: Jürgen Habermas	23
Medieresepsjon	24
Kringkasting som utgangspunkt	25
Etniske minoriteter og medierte offentligheter	25
Oppsummering	28
3. Metode: kvalitativ utforskning av flerkulturelles mediebruk	29
Kvalitativ forskning og bruksstudier	29
Case studie	30
Problemstillinger	32
Fenomenologisk forskningsintervju	33
Fortolkning av tolkning	34
Utvalg av informanter	35
Krysskulturell eksplorering	36
Dokumentanalyse	38
Refleksjon rundt roller og relasjoner i forskningsprosjektet	39
Oppsummering	39

4. Mediepolitikk	40
Internasjonalt avtale- og rammeverk	40
Europeiske avtaler: marked vs. kultur	43
Norsk mediepolitisk tilnærming til etniske minoriteter	45
Oppsummering	47
5. NRKs tilnærming til flerkulturelle publikumsgrupper	48
NRKs mangfoldsprosjekt	48
Målsettinger: samfunnsoppdrag og markeds mål	49
Strategiområder: innhold, relevans og identifikasjon	51
Innholdsaksen	52
Identifikasjonsaksen	53
Relevansaksen	56
Et digitalt dilemma	57
Oppsummering	59
6. Kjennetegn ved flerkulturelles mediebruk	60
Hjemlands-tv og diasporisk mediebruk	60
Kjennskap til norsk medieflora	63
Forholdet til populære tv-programmer på norske kanaler	66
Kommersielle kanaler foretrekkes	68
Internasjonalt medieinnhold	69
Amerikansk innhold har gjenkjennelseeffekt	70
Representasjon og fremstilling i norske medier	72
Oppsummering	73
7. Flerkulturelles inntrykk av NRK	74
Statsregulert	74
Bredde, variasjon og mangfold	76
Kvalitetsprogrammer	77
Fakta og informasjon	79
Utenriksstoff	80
God representasjon av flerkulturelle	82
Oppsummering: NRK = allmennkringkasting	84
8. Inkluderende og ekskluderende sider ved NRKs programtilbud	86
Del I: inkluderende innhold	86
Kringkastet tv	86
Sosial og kulturell integrering	87
Språkopplæring	89
Samfunn og debatt	90
Spesialprogram for innvandrere	91
Del II: ekskluderende innhold	92
Underholdning og humor	93

Sport	94
Oppsummering	96
9. Avslutning og diskusjon	97
Oppgavens funn	97
Det nasjonale paradokset	98
Finnes det et nasjonalt 'vi' i flerkulturelle samfunn?	99
Relasjoner til majoritetens medievaner: inklusjon og eksklusjon	101
Medier som sosiale verktøy	102
Bibliografi	104
Litteratur	104
Dokumenter og statistikk	113
Aviser og nettsider	114
Appendiks	115
Appendiks I: informantenes bakgrunn	115
Appendiks II: intervjuguide	116
Appendiks III: undersøkte radio- og tv-programmer	118
Appendiks IV: kontrakter	119
Appendiks V: Mediebruk. Ikke-vestlige innvandrere. Utvalg på 400 personer	121

Innledning

I dette innledende kapitlet gjør jeg rede for bakgrunnen til studiet. Jeg ønsker tidlig å gjøre leseren oppmerksom på min forståelse av det komplekse begrepet etnisitet, som vil være en gjennomgående analysekategori i hele prosjektet. Allerede i dette kapitlet viser jeg hvordan studier av etnisitet kan forsterke skiller mellom etniske grupper i samfunnet, og på hvilken måte jeg søker å unngå dette. Dernest runder jeg kapitlet av med en gjennomgang av forskningsprosjektets struktur og innhold.

Bakgrunn

I et strategidokument fra Bernanders tid som kringkastingssjef i NRK med tittelen *Noe for alle. Alltid*, slås det fast at NRK skal ha et tilbud til alle målgrupper og være tilstede på alle viktige medieplattformer med et bredt tilbud (NRK 2004). Siden har slagordet 'Noe for alle. Alltid.', blitt brukt i tittelen på en stortingsmelding om NRK-plakaten, et overordnet dokument for NRKs rammevilkår og retningslinjer (St.meld. nr. 6 (2007-2008)). NRK-plakaten fastslår at NRK skal speile det kulturelle mangfoldet i samfunnet, og legge til rette for debatt mellom samfunnsgrupper. Videre heter det eksplisitt at NRK skal ha tilbud til etniske minoriteter. Slik skal minoritetsgrupper i samfunnet sikres tilgang til informasjon og gis anledning til å ytre seg. I denne oppgaven er målet å gjennomføre en undersøkelse av NRKs strategier for å nå etniske minoriteter, og analysere flerkulturelles bruk av NRKs allmennkringkastertjenester.

Som et medieselskap med allmennkringkasterforpliktelser gjennom snart 80 år, har NRK lange tradisjoner med å henvende seg til et bredt publikum. Men allmennkringkastingens omgivelser har endret seg radikalt siden NRK ble grunnlagt i 1933. Blant annet har markedssituasjonen fått store konsekvenser for NRK som medieaktør. Flere aktører i markedet, teknologisk utvikling og liberalisering av mediepolitikken har satt allmennkringkastingen i en ambivalent situasjon. Det kommersielle presset fra markedet er økende, slik at seer- og lyttertall må maksimeres for å sikre lisensens legitimitet. Det fragmenterte mediebildet skjerper konkurransen om publikum og kampene kjempes på flere plattformer, både på tv, radio og internett. I tillegg ligger allmennkringkasteroppdraget til grunn for NRKs virksomhet. NRK er forpliktet til å orientere seg mot et bredt publikum,

også etniske minoriteter. Til tross for dette viser undersøkelser at etniske minoriteter er underrepresenterte i forhold til bruk av NRKs tilbud (NRK Analyse 2009a; Vaage 2009: 35).

Samtidig har det foregått endringer i det norske samfunnet. Fra å være et relativt homogent sammensatt samfunn i forhold til kultur og språk, har samfunnet etter hvert blitt fragmentert, og konstitueres i dag av et mangfold av identiteter. En allmennkringkasters oppdrag i slike omgivelser blir svært utfordrende. Kulturell diversitet splitter allmennkringkasteroppdraget i to. På den ene siden må hensynet til et nasjonalt fellesskap dyrkes, noe som betyr at innhold som favner over et bredt spekter av målgrupper og identiteter må fremmes. Dette kan relateres til den tradisjonelle rollen NRK har spilt, og er en god betegnelse for allmennkringkasterbegrepet; innholdet skal være *allment*. På den andre siden preges samfunnet i større grad enn tidligere av lokale identiteter og kulturell polarisering, slik at allmennkringkasteroppdraget blir vanskeligere å utføre. Om det i det hele tatt er mulig å fremme innhold som opposisjonelle kulturelle felter kan etablere en nasjonal fellesarena på bakgrunn av, kan diskuteres. Det er også problematisk å forvente at heterogene publikumsmasser skal tiltrekkes de samme underholdningsprogrammene, nyhetene og debattprogrammene.

Til tross for at mediebildet er fragmentert og publikum trekkes i ulike retninger, har NRK et betydelig nedslagsfelt i den nasjonale offentligheten. Tilstedeværelse i alle viktige medieplattformer gjør NRK til et av landets ledende mediehus, og allmennkringkasteren samler store deler av samfunnet til felleserfart innhold, og kobler dette publikumet sammen til en større enhet i det offentlige rom. At mange etniske minoriteter foretrekker alternative kanaler til mediebruk kan svekke denne funksjonen. Som allmennkringkaster har NRK samfunnsmessig resonans gjennom å spre universell og uavhengig informasjon som kan påvirke samfunnsmedlemmers politiske og private valg. Farene med spredte publikumsgrupper kan for eksempel være at fragmentering av informasjonsspredning, ytrings adgang og offentligheten oppstår.

Etnisitet som analysekategori

I den generelle forskningslitteraturen er det konsensus om at etnisitet er et tvetydig begrep, noe som innebærer at studier av etnisitet kan undersøke vidt forskjellige ting avhengig av hvilken begrepsforståelse som ligger til grunn. Derfor gjør jeg rede for min forståelse av

begrepet allerede i starten av prosjektet, slik at leseren forstår hva etnisitet som analysekategori betyr i denne sammenhengen. Som et utgangspunkt for studien forholder jeg meg til at spørsmål om etnisitet handler om grensetrekking mellom sosiale samfunnsgrupper (Alia og Bull 2005: 5; Cottle 2000: 2; Gillespie 1995: 11). Det betyr at ethvert studie av etnisitet innebærer uforskning av kulturspesifikke forskjeller mellom samfunnsgrupper. Hvordan disse grensene blir trukket og oppfattet handler imidlertid om forskerens forhold til- og bruk av begrepet etnisitet.

Begrepet etnisitet stammer fra gresk, og er utledet fra det greske ordet *ethnikos*. Opprinnelig var dette et religiøst-relasjonelt begrep som betegnet sekularitet i forhold til majoritetssamfunnets religiøse tilknytning. Utviklingen av begrepet resulterte i det greske ordet *ethnos* som betyr folk, og ble i det 19. århundre anvendt til å betegne mennesker med fysiske observerbare 'rasemessige karakteristikk' (Alia og Bull 2005: 8; Eriksen og Sørheim 2006: 52). Selv om begrepet har endret seg, har det fremdeles noe av den opprinnelige betydningen i seg, fordi det brukes til å beskrive distinktive menneskegrupper. Når vi for eksempel snakker om etniske minoriteter er det for å beskrive befolkningsgrupper som skiller seg fra majoritetsbefolkningen i et land på forskjellige måter, men mest av alt i forhold til opprinnelsesland. Det kan imidlertid være vanskelig å trekke grensene mellom etniske grupper på en konsekvent og nyansert måte.

I en mye gjengitt definisjon av begrepet 'etnisk minoritet' som har blitt brukt av FN, er etniske minoriteter forbundet med statlig tilhørighet og med hensyn til en rekke kulturelle kvaliteter. En etnisk minoritet er i følge denne definisjonen:

A group of citizens of a State, constituting a numerical minority and in a non-dominant position in that State, endowed with ethnic, religious or linguistic characteristics which differ from those of the majority of the population, having a sense of solidarity with one another, motivated, if only implicitly, by a collective will to survive and whose aim it is to achieve equality with the majority in fact and in law (FN 1985: 31).

Et problem med denne definisjonen er at den forholder seg til etniske minoriteter som statsmedlemmer, noe som gjør den irrelevant ovenfor etniske grupper som ikke har statstilknytning per se, som for eksempel tilfellet er med kurdere, rom- og romanifolk. Disse etniske gruppene har ikke de samme relasjonene til en enkelt stat som andre minoriteter har. Definisjonen er dermed ikke universell og dekkende for alle minoritetsgrupper (Alia og Bull 2005: 2).

I en annen definisjon skriver Anthony Giddens (1997) at det som kjennetegner en etnisk gruppe er at medlemmene av den deler en felles oppfatning av kulturell og distinktiv identitet, noe som skiller den fra øvrige grupper. Denne definisjonen tar høyde for hva Eriksen og Sørheim (2006) beskriver som det relasjonelle aspektet ved etnisk identitet. Forfatterne hevder at etnisitet er noe som oppstår mellom grupper. De etniske relasjonene oppstår gjennom at grupper innser at de er kulturelt forskjellig fra andre mennesker, og de vil kunne anvende symboler for å varsle tilhørighet med en gruppe og avstand til andre (Eriksen og Sørheim 2006: 54). Det er altså de mellomliggende grensene som skaper etnisitet i følge denne definisjonen. Samtidig bevilger Giddens definisjon av etniske minoriteter en mulighet for at mennesker selv oppfatter seg som en del av en etnisk gruppe. I så måte ivaretar denne definisjonen hensynet til etniske nyanser, og forholder seg til at det kan være konflikter og forskjeller innad i grupper som er sammenfallende i forhold til en rekke variabler.

Fordi studier av etnisitet er opptatt av å utforske grensene mellom mennesker kan det innebære en fare for at forståelse av etniske identiteter foregår ut fra et etnosentrisk perspektiv. Etnosentrisme innebærer at man vurderer andre etnisk, kulturelt og sosialt ut fra sin egen sosiokulturelle eller etniske tilhørighet, hvor man anvender sin egen identitet som målingsstandard (Eriksen og Sørheim 2006: 47). Ofte fører dette til en vektlegging av karakteriserende skiller, snarere enn fellestrekkene mellom ulike etniske grupper. Dessuten bygger etnosentrisme opp om stereotype holdninger og stigmatisering av andre menneskegrupper. Etnosentrisme kan slik sett forstås som en underliggende drivkraft i forhold til å bygge opp og reprodusere grensene mellom etniske grupper i samfunnet. Til tross for at etnisitet handler om mellommenneskelige grenser, er det imidlertid lett å glemme at det mennesker har til felles er mer enn det som markerer skiller mellom dem.

I utforskningen av etniske minoriteters forhold til NRK ønsker jeg å løsrive meg fra et slikt etnosentrisk perspektiv gjennom å utføre hva Pierre Bourdieu (2004) omtaler som en selvrefleksiv forskeropptreden. Med dette mener Bourdieu at forskeren bør etterstrebe en objektivisering av egen person med hensyn til hvilket felt forskningen foregår i, samt i forhold til sosiale egenskaper ved forskeren. Poenget med en slik tilnærming er at det skal motvirke at forskerens posisjon og identitet resulterer i gale erkjennelser og forskningsresultater. Den selvrefleksive tilnærmingen innebærer en kritisk refleksjon over de premissene som ligger til grunn for erkjennelse, og kan anses som en vaksine mot at forskerens posisjon påvirker funnene (Bourdieu 2004: 91; Prieur og Sestoft 2006: 229).

Denne epistemologiske årvåkenheten mener jeg vil være et svært godt utgangspunkt i forhold til et krysskulturelt studie. For at ikke dette prosjektet skal bygge opp under skiller og konflikter mellom grupper i samfunnet, tilnærmer jeg meg etnisitet som et grensetrekkende begrep. Jeg oppfatter imidlertid, som Eriksen og Sørheim (2006: 42), fellestrekkene mellom etniske grupper som flere enn distinksjonene som skiller dem.

Oppgavens struktur

I denne oppgaven skal jeg undersøke hvordan etniske minoriteter forholder seg til norske medier, med særlig vekt på NRK. For å sette leseren inn i det gryende forskningsfeltet knyttet til medier og etnisitet, starter jeg det første kapittelet med å gjøre rede for det norske forskningsfeltet, samt for noen av de viktige internasjonale inspirasjonskildene til den norske forskningen.

Masteroppgavens struktur er todelt. Den første delen er teoretisk og metodologisk anlagt, mens den neste har et analytisk utgangspunkt. I oppgavens tre neste kapitler gjør jeg rede for forskningsfeltet, samt min teoretiske og metodologiske tilnærming til studiet. Dernest følger analysen fra og med kapittel fire, som innledes med en gjennomgang av internasjonale lover, konvensjoner og avtaler med relevans for etniske minoriteter og mediebruk. I kapittel fem kartlegger jeg NRKs tilnærming til flerkulturelle publikumsgrupper. Dette kapittelet gir analysen av etniske minoriteters mediebruk et rammeverk, en analyse jeg presenterer i kapittel seks, syv og åtte. I det siste kapittelet runder jeg av med en relativt teoretisk diskusjon av de viktigste funnene basert på den empiriske analysen.

Kapittel 1:

Etnisitet og mediebruk. En beskrivelse av forskningsfeltet

Forskning på mediebruk og etnisitet i Norge har hovedsaklig blitt gjennomført i de siste tyve årene. Medie- og etnisitetsforskningen kan deles inn i tre kategorier, hvor de tidligste studiene ble gjennomført ut fra et tekstanalytisk perspektiv, mens senere studier har undersøkt produksjon og bruk. Fordi forskningen har utviklet seg relativt likt i Norden, velger jeg her å redegjøre for norsk forskning med referanser til nordisk forskning der det er relevant. Til slutt viser jeg tendenser i den internasjonale forskningen som har vært kilder til inspirasjon for den norske forskningen på området.

Medier og etnisitet. Et forskningsfelt i endring

Fremveksten av interessen for medier og etnisitet som utgangspunkt for vitenskapelige studier, må forstås i sammenheng med de kulturelle og etniske endringene i samfunnet som har fulgt siden arbeidsinnvandringen i 1970-årene, og den påfølgende flyktningbølgen fra og med 1980-årene. Migrasjonsforskning er et flerdisiplinert felt, og selv om medier kan ha spilt en rolle i noe av denne forskningen, ble det ikke gjennomført studier som viet særlig oppmerksomhet til etnisitet og medier før mot slutten av 1990-årene, noe som er sent i skandinavisk sammenheng. Som en sammenfallende tendens med de øvrige skandinaviske landene, har forskningen fulgt et mønster. De tidligste studiene hadde gjerne et tekstanalytisk perspektiv, mens studier av produksjon og bruk blant etniske minoriteter har tilkommet senere (Horsti 2008: 275). De flerkulturelle mediestudiene har sprunget ut fra journalistikkforskningen, men har etter hvert blitt gjort til gjenstand for mer medievitenskapelig forskning. Men selv om vi har sett mer medieforskning med flerkulturell forankring den senere tiden, kan feltet betegnes som relativt lite utforsket.

Tekstanalytiske studier: journalistikk og nyhetsmedier

Under den tekstanalytiske tilnærmingen i medierelatert migrasjonsforskning faller de journalistikkforankrede studiene til Fjeldstad og Lindstad (1997; 1999; 2005). Denne forskningen har blant annet avdekket hvordan representasjonen av ikke-vestlige innvandrere

skiller seg fra europeiske innvandreres representasjon i norske nyhetsmedier. Forskerne har vist hvordan dekningen av europeiske innvandrere er mer positiv og mindre konfliktfylt enn dekningen av innvandrere som kommer fra andre steder enn Europa (se også Vaage 1985). Disse tendensene er i tråd med beskrivelsene Eriksen og Sørheim (2006) gir om opplevelse av kulturell avstand. De viser til den utbredte tanken om at mennesker fra 'fjernkulturelle' land blir verdivurdert som mindreverdige i forhold til mennesker med 'nærkulturell' bakgrunn. Ofte går skillene ved hudfarge og religion (Eriksen og Sørheim 2006: 59).

Elisabeth Eide (f.eks. 2002a; 2003) har også vært opptatt av nærliggende temaer, men har undersøkt fremstillingen av minoriteter i et historisk perspektiv. Hennes studie av fremstillingen av etniske minoriteter i norske nyhetsmedier viser hvordan tendensen i 1980-årene med å betrakte etniske minoriteter som eksotiske, ble avløst av en mer problemfokuset fremstilling av minoriteter i 1990-årene (Eide 2002a). Dessuten har hun vist hvordan skiller mellom 'oss' og 'dem' blir konstruert i norske nyhetsmedier. Sammen med Eide har også Anne Hege Simonsen (Eide og Simonsen 2004; 2008) undersøkt hvordan identitetskonstruksjoner foregår i mediene. De har gjort en større historisk studie av fremstillingen av blant annet jøder, romanifolket og afroamerikanere gjennom hundre år i flere norske aviser (Eide og Simonsen 2007). Funnene peker i retning av at norske medier problematiserer de 'nyeste' innvandergruppene til enhver tid, og promoterer et verdensbilde som er kritiske til grupper som skiller seg fra nordmenn.

Disse to forskerne har også gjort tekstanalytiske undersøkelser av hendelser som har involvert flerkulturelle. I kjølvannet av æresdrapet på Fadime Sahindal i Sverige i 2002, utførte Simonsen (2004) en komparativ undersøkelse av svensk og norsk mediedekning av saken. I denne undersøkelsen viste hun hvordan mediene fremhevet den svenske identiteten til Fadimes svensk-iranske kjæreste, slik at historien lot seg fremstille i henhold til kulturelle motsetninger på en bedre måte. I norsk sammenheng kan det trekkes paralleller til dekningen av drapet på Faiza Ashraf i 2010, som har fått hard kritikk i ettertid fordi fokuset på etnisitet i saken har ført til mange spekulasjoner som i etterkant har vist seg å ikke stemme. Blant annet ble det spekulert i at familien selv hadde bortført Faiza. Elisabeth Eide uttalte i mediene i forbindelse med dekningen at:

Jeg oppfatter at det er en forskjellsbehandling. Det ligger i ryggmargsrefleksen hos journalistkorpset at man tenker litt annerledes når det gjelder kvinner med minoritetsbakgrunn. En av de store journalistiske fortellingene er jo kvinner som blir ofre i sitt eget miljø (sitert i Bjørnås 2010).

En annen hendelse som har blitt gjort til gjenstand for en tekstanalytisk tilnærming er publiseringen av Muhammed-karikaturene i vestlige medier. Eide (2007) var medredaktør i en internasjonal rapport, og bidro med en analyse av pakistanske mediers dekning av saken, hvor hun viderefører perspektivene fra tidligere prosjekter.

Som vi ser er tendensen i den tekstanalytiske tilnærmingen på studiet av etnisitet og medier i Norge utført innenfor et journalistisk perspektiv. Det er altså nyhetsmediene som har dominert forskningen om etniske minoriteters fremstilling i norske medier. Forskningen har avdekket sentrale problemområder som rasistisk praksis i nyhetsredaksjoner, men behovet for en utvidelse av den tekstanalytiske forståelsen av etnisk publisitet er stort, og interessante tilnærminger er for eksempel hvordan minoriteter fremstilles i dramaproduksjoner, debatter og underholdningsprogrammer.

Medieproduksjon: flerkulturelle journalisters yrkespraksis

Det journalistiske fokuset følger også den norske forskningen av flerkulturell medieproduksjon. I en rapport kartla Elin Svensen (2000) rekrutteringen av journalister med flerkulturell bakgrunn til danske, norske og svenske nyhetsredaksjoner. Rapporten peker på flere grunner til at rekrutteringen av flerkulturelle journalister går sent. Blant annet viser hun at dette dels skyldes egenskaper ved minoritetsbefolkningen som ofte har andre yrkesmessige preferanser, samt manglende kvalifikasjoner, noe som er i tråd med danske forskningsfunn (Svensen 2000: 54; Jensen 2000). En annen viktig grunn til den dårlige rekrutteringen skyldes diskriminerings-tendenser og institusjonelle forhold, som for eksempel forutinntatte holdninger om minoriteters dårlige språkegenskaper og en generell skepsis mot ansettelse av flerkulturelle arbeidssøkere.

Som et ytterligere hinder for flerkulturelles adgang til produksjonsmiljøene i mediene, peker flere nordiske forskere på minoritetsmedienes ambivalens (Djerff-Pierre og Levin 2005; Camauër 2003: 84; Svensen 2000). Selv om en del etniske minoriteter får praktisere journalistikk på egne vilkår i minoritetsmedier, er avstanden stor til majoritetsmediene. Minoritetsmediene er ofte avhengig av frivillig innsats fra ildsjeler, statsstøtte eller allmennkringkasterengasjement, og mangler evne til å overleve som kommersielle mediebedrifter (Camauër 2003: 84). Journalistikken som produseres i disse redaksjonene når heller ikke ut til et bredere publikum, og har slik sett en strukturelt begrenset verdi.

I en masteroppgave i journalistikk redegjør Mikkelsen (2009) for hvordan flerkulturelle journalister opplever yrkespraksis i norske redaksjoner. Hun viser til at behovet for flerkulturelle journalisters inntog i norske nyhetsmedier er stort fordi de utgjør en ressurs på grunn av sin etniske identitet. Dette kan for eksempel gi dem adgang til andre kilder enn etnisk norske journalister, og dessuten etablere et tillitsforhold med flerkulturelle kilder som etniske nordmenn ikke kan (Mikkelsen 2009: 92). Hun viser også til tendenser og enkeltepisoder av institusjonell diskriminering av flerkulturelle journalister. Selv om informantene i prosjektet rapporterte i begrenset grad om slike hendelser, understreker hun behovet for å være på vakt mot forskjellsbehandling i arbeidslivet som har blitt dokumentert gjennom annen nordisk forskning (se f.eks. Svensen 2000; Jensen 2000).

Mediebruk: globalisering og diaspora

Bruk av medier blant flerkulturelle er det minst utviklede forskningsområdet knyttet til etnisitet og medier i Norge. Studiene innenfor denne retningen har i all hovedsak fokusert på å kartlegge mediebruk av etniske grupper, særlig forholdet til bruk av hjemlandsmedier (Horsti 2008: 286). I en globalisert verden er det interessant å undersøke hvilke betydninger diasporisk mediebruk har. Debatter i mange europeiske land har for eksempel vært bekymret for hvilke konsekvenser mye tv-bruk fra hjemlandet har, og noen har fremholdt at dette kan fremme ghettoiseringstendenser, og hemme integrasjon. Etter mitt syn er dette både en overdramatisering og en deterministisk tilnærming til medier, og funnene kan ikke relateres til norske eller europeiske forskningsprosjekter i særlig grad (Bakøy 2006: 111; Hargreaves og Mahdjoub 1997: 460; Milikowski 2000: 445). Mitt prosjekt faller inn under bruksforskningen, men undersøker flerkulturelles forhold til norske medier med særlig vekt på allmennkringkasteren NRK, og skiller seg dermed fra den eksisterende forskningen på området.

I sin doktorgradsavhandling undersøker Sharam Alghasi (2009) mediepraksis blant norsk-iranere. Alghasi fremholder at mediepraksis blant disse er preget av en kontekstuell fortid og nåtid, og at mediekonsumpsjon spiller en helt sentral rolle i deres identitetsforhandling i det norske samfunnet. Forskningen viser for eksempel hvordan informantene er særlig vare ovenfor hvordan nasjonalitet, religion og migrasjon fremstilles i både norske og iranske medier. Dessuten påviser Alghasi at det er en avstand mellom

selvopplevd identitet blant norsk-iranere og den iranske identiteten som fremmes gjennom norske medier (Alghasi 2009: 6). Iranere bosatt i Norge opplever på flere måter et identitetsvakuum mellom iranskhet slik det fremmes i norske medier og slik det fremmes i iranske medier. Studien viser også at det ikke er noen sammenheng mellom hvordan iranere benytter seg av medier og i hvilken grad de er integrert i det samfunnet de lever i.

En annen norsk medieforsker, Eva Bakøy (2006; 2008), har også undersøkt diasporisk mediebruk, men har i tillegg vært opptatt av kjønnsdimensjonen i sine undersøkelser. Hun advarer i sin forskning mot å knytte diasporisk mediebruk til fiendtlige holdninger til bostedslandet eller dårlig integrering. I en artikkel dokumenterer hun hvordan mediekonsumpsjonen til innvandrerkvinner i Norge kanaliseres av praktiske årsaker som språkvansker, informasjonsbehov fra hjemlandet samt et behov til å opprettholde religiøs og kulturell kontakt med opprinnelseslandet (Bakøy 2008). Funn fra hennes forskning viser også at det er stor interesse for nyheter og debatter, både internasjonale og norske, noe som støttes av en kvantitativ undersøkelse av flerkulturelles medievaner (Vaage 2009).

Ved Institutt for medier og kommunikasjon, UiO, skrev Henry Mainsah (2005) en masteroppgave hvor han undersøkte mediebruk blant kamerunsk ungdom bosatt i Oslo. I denne tok han tak i det komplekse diasporabegrepet og gjorde rede for hvilken rolle mediene spiller i henhold til kulturell kontakt med kamerunske forbindelser i vestlige land. Diaspora er et gresk begrep som betyr utbredelse eller spredning, som opprinnelig betegnet jødisk exodus og landflyktig tilværelse. Men begrepet har blitt et vanlig innslag i medierelaterte studier, og anvendes i forskningslitteraturen som en betegnelse på spredning av et folk, og den identiteten som oppstår mellom tilhørsforholdene (se f.eks. Appadurai 1996: 6; Christiansen 2003: 160; Sreberny 2000). Siden tilgjengelige medier fra hjemlandet varierer ettersom hvor man kommer fra, viste Mainsah at internett var det sentrale bindeleddet mellom kamerunsk ungdom, og som de benyttet for å opprettholde diasporisk kontakt (Mainsah 2005: 102). I sin doktorgradsavhandling viser Mainsah (2009) ytterligere interesse for mediebruk blant etniske minoriteter, og hevder at sosiale medier anvendes aktivt blant minoritetsungdom for å vise seg frem gjennom tekst, bilder og video, noe som etablerer nye former for identitet.

Forskningen på mediebruk blant flerkulturelle har hovedsakelig tatt for seg bruksperspektivet, og det er gjort få undersøkelser av medieinstitusjonenes tilnærming til flerkulturelle. Interessant forskning fra Sverige viser imidlertid at det er sprik mellom retorikk og praksis i forhold til hva allmennkringkastere sier og hva de gjør, med hensyn til etniske minoriteter som publikumsgrupper (Christensen 2001: 97). For å oppnå en bedre forståelse

for medieaktørenes tilnærming til flerkulturelle publikumsgrupper, vil flere slike studier være kjærkomne. I dette prosjektet er dette et formål, hvor jeg først kartlegger NRKs tilnærming til etniske minoriteter, som deretter følges opp av en analyse av etniske minoriteters forhold til NRK.

Internasjonal forskning: viktige inspirasjonskilder

Flere av temaene som har blitt undersøkt i den norske forskningen tangerer tematiske elementer fra utenlandske studier, og disse er ofte direkte inspirasjonskilder for den norske forskningen på området (Horsti 2008). Internasjonal utforskning av etniske minoriteter og medier kan kategoriseres i de samme overordnede temaene som i den norske forskningen; representasjon, presentasjon og mediebruk. Forskningen er gjort fra uttallige disipliner, men mye forskning har påvist sammenfallende funn, slik at det er mulig å trekke noen generelle konklusjoner. I denne sammenheng ønsker jeg å begrense meg til å redegjøre for bruksaspektet ved denne forskningen av hensyn til plassbegrensninger og relevans i forhold til mitt prosjekt.

Selv om enkelte medieforskere har vært bekymret i forhold til mitt studiefelt, allmennkringkasting og etniske minoriteter, har det vært gjort lite forskning på akkurat dette. Forskere som har vært opptatt av å dokumentere trusler og utfordringer for allmennkringkasterne i det 21. århundre, har likevel pekt på den endrede publikumsstrukturen i moderne samfunn som en sentral utfordring (Kumar 1975: 85; Williams [1974] 2003). Trenden innen særlig britisk medieforskning har vært å diskutere ulike tilnærminger til problemet. Mens enkelte har fremholdt behovet for mer flerkulturelt innhold rettet spesielt mot flerkulturelle miljøer (Cottle 1998), har andre (Husband og Chouhan 1985: 278; Morley 2000: 111) advart mot å lage for mye særegent minoritetsinnhold rettet mot spesifikke samfunnsgrupper, fordi dette kan signalisere at gruppene holdes utenfor mainstreamtilbudet, og derigjennom utenfor fellesskapsfølelser med majoritetssamfunnet.

Den internasjonale forskningen av flerkulturell mediebruk har, utover dette, vært opptatt av å undersøke fortolkning, avkoding, flertydighet og mediebruk i spesifikke kulturelle miljøer (Cottle 2000: 24). Dessuten har forskerne vært interesserte i identitetsforhandlinger og kulturelle endringer som en følge av de mange nye relasjonene mennesker må forholde seg til i postmoderne og globaliserte samfunn. I slike omgivelser

påvirkes både de ytre og upersonlige sidene ved menneskers liv, samtidig som mer intime og nære aspekter ved livsverdenen berøres (Giddens 2000: 22; Søndergaard: 2003: 91; Tomlinson 2007: 160). Skikker og tradisjoner spiller en vesentlig rolle i selvdefinering av sosiokulturell identitet, fordi de danner sosiale referanserammer som virker stabilt bekreftende. Gjennom blant annet nasjonsutvandring brytes tradisjoner og konvensjoner ned, og de stabile strukturene som har konstituert identitet blir svekket. Dette fører til at individer må realisere sin egen identitet stadig oftere enn tidligere (Giddens 2000: 65). Hvilke konsekvenser og betydninger dette har i forhold til minoriteters mediebruk har flere forskere vært opptatt av.

Disse tendensene har resultert i at forskere har interessert seg for betydningen av identitet i flerkulturelles mediebruk. Interessante studier har for eksempel vist hvordan minoritetsungdom utvikler en slags hybrididentitet gjennom diasporisk bruk av medier (Gillespie 1995: 205). Denne innsikten har ført til en forståelse av diasporiske relasjoner og en utvidet forståelse av diaspora som fenomen. Utforskningen av diasporisk mediebruk har utfordret idéen om enkle definisjoner av etnisk identitet, og bidratt til forståelsen av etnisitet som flerfasettert og kompleks (Sreberny 2000: 195). Slike studier har vist hvilken betydning medier spiller i de individuelle identitetsforhandlingene som konstituerer etnisk identitet.

Mye bruksforskning har også hentet inspirasjon fra neomarxistisk teori og Cultural studies-tradisjonen. Særlig har Stuart Halls (1980) 'encoding/decoding'-modell blitt brukt til å forklare tolkningsforskjeller med bakgrunn i etnisitet. Denne modellen definerer kommunikasjon som produksjon og utveksling av mening, hvorpå budskapet må tolkes av den enkelte brukeren. Avkoding av et budskap innebærer imidlertid at tolkningen foregår ut fra egne tolkningsrammer og ut fra en gitt sosial posisjon. Med dette som utgangspunkt hevdet David Morley (1980) i sin kjente studie av det nasjonale tv-programmet *Nationwide* at tolkning av medietekst alltid er tvetydig, og at tolkningen avhenger av variabler som etnisitet, kjønn, klasse og alder. En annen kjent studie som knytter fortolkning av medietekst opp mot etnisk tilhørighet er Liebes og Katz' (1993) studie av såpeserien *Dallas* i forskjellige land.

I en innvending mot slike studier viser Harindranath (2000) til faren ved feilaktig dokumentasjon av etnisitet som tolkningsvariabel, og hevder at de ofte bidrar til å bygge opp under og reproducere stereotype holdninger fordi de forenkler og promoterer etnisitet som homogene størrelser. Han kritiserer denne tilnærmingen for å være reduksjonistisk og anvender egen forskning for å påvise at fortolkningsprosessen er svært kompleks, og at etnisitet alene ikke kan avgjøre hvilken betydning som fortolkes ut fra en medietekst. Han

demonstrerer blant annet hvordan utdanning gir større utslag i tolkningsprosesser enn etnisitet (Harindranath 2000: 162). Dette er viktige innsikter i forståelsen av etnisitet som analysekategori, og bidrar til mer nyansert forskning i studier av mediebruk og etnisitet, noe jeg vil dra nytte av i denne studien.

Oppsummering

Forskningen på etnisitet og medier er under utvikling i Norge og internasjonalt, og det er et felt som mangler forskningshistorie – spesielt med hensyn til mediebruk blant minoriteter (Horsti 2008; Cottle 2000). Særlig er det et behov for kvalitative studier av flerkulturelles forhold til allmennkringkasting, som er et ubeskrevet blad i norsk medieforskning. I min studie bygger jeg på funn fra nærliggende forskningsområder, som har bidratt med nyttige innsikter i forhold til diasporisk mediebruk, representasjon av etniske minoriteter i majoritetsmedier, og medieproduksjon blant flerkulturelle.

Kapittel 2:

Teori: flerkulturelles mediebruk og medierte samfunnsrelasjoner

Strukturen i dette kapittelet er tredelt, hvorav de enkelte delene bygger på hver sin teoretiske tilnærming. For det første viser jeg hvordan innsikter fra bruksstudietradisjonen egner seg til å forstå sentrale trekk ved flerkulturelles mediebruk. For det andre låner jeg teoretiske begreper fra Pierre Bourdieu, og fremholder at begreper som 'felt', 'kulturell kapital' og 'habitus' er svært nyttige til å undersøke flerkulturelles mediebruksmønstre. For det tredje bygger kapittelet på innsikter fra Jürgen Habermas' offentlighetsteori, hvis normative ideal danner et teoretisk verktøy som med stort hell kan anvendes til å vurdere flerkulturell deltakelse i den medierte nasjonale offentligheten. I lys av eksisterende forskning utgjør disse tre perspektivene i sum en alternativ tilnærming, en tilnærming som særlig er relevant med tanke på allmennkringkasterfokuset i oppgaven.

Del I: Bruksstudietradisjonen

I denne studien er formålet å undersøke etniske minoriteters forhold til allmennkringkasteren NRK. Det innebærer at studiet orienterer seg rundt en utvalgt gruppe menneskers *bruk* av norske medier, og en utforskning av deres erfaringer med spesielt én medieaktør. Fordi vekten her ligger på medieresepsjon, er det nærliggende å knytte prosjektets teoretiske tilnærming til bruksstudietradisjonen, eller *uses and gratifications research* som den heter på engelsk. Retningen er opptatt av å knytte mediebruk til psykologiske behov hos publikum, noe som implisitt betyr en vektlegging av brukernes tilnærming til, og anvendelse av mediene. Kommunikasjonssosiologen Joseph Klapper, en foregangsforsker i bruksstudietradisjonen, har oppsummert tradisjonens hovedanliggende gjennom spørsmålsstillingen: 'What do people do with mass communication?' (Klapper 1963: 523).

Det er gjennom denne formuleringen at bruksstudiene skiller seg fra den øvrige effektforskningen, som heller la vekt på å undersøke hva mediene gjør med mennesker. Pionerstudier innen bruksstudieforskningen, gjennomført i 1940- og 50 årene, viet interesse til ulike forventninger og tilfredsstillelser mediebruk gir sitt publikum. For eksempel dokumenterte Paul Lazarsfeld og Frank Stanton (1942; 1944; 1949), Herta Herzog (1944) og Bernard Berelson (1949) i sine deskriptive studier på ulike måter hvordan mediene eller

medienes innhold er kilder til tilfredsstillende i menneskers hverdagsliv. Med dette beveget deler av effektforskningen seg noe vekk fra synet på mediebrukerne som passive, og de forfektet et syn på publikum som mer aktive i sin tilnærming til mediebruk. Tendensene fra disse pionerstudiene ble så videreutviklet, noe som førte til at etableringen av bruksstudier som forskningstradisjon tok form utover i 1960- og 70 årene.

I 1960 årene gjennomgikk bruksstudietradisjonen en operasjonaliseringsprosess som resulterte i konseptualiseringer av sosiale og psykologiske variabler som man mente lå til grunn for hvilke behov og motiver som danner rammer for mediebruken. Antakelsen er at psykologiske behov og forventninger ligger forutfor mediebruken, slik at selve eksponeringen er en kilde til tilfredsstillende med forankring nettopp i de psykologiske behovene i individet. I litteraturen kommer operasjonaliseringen til uttrykk på forskjellige måter og det er foreslått mange ulike skjemaer for forventninger, tilfredsstillende og bruk, men spesielt to typologier har blitt utviklet som jeg mener har særlig relevans til et studie av etniske minoriteter som publikumsgrupper. Disse er utviklet av henholdsvis Denis McQuail (1987) og Elihu Katz, Michael Gurevitch og Haddasah Haas (1973).

Flerkulturell tilværelse og meningsfull mediebruk

Denis McQuail (1987: 73) har utviklet en typologi som involverer fire hovedkategorier av mediefunksjoner han hevder gir mennesker utbytte av mediebruk: Integrasjon og sosial interaksjon, personlig identitet, informasjon, samt underholdning. Det er naturlig at kategorien *integrasjon og sosial interaksjon* får særlig oppmerksom blant McQuails (1987) kategorier i denne studien, med tanke på det flerkulturelle fokuset. Som medlemmer av det norske samfunnet kan det tenkes at mediene spiller en spesiell rolle i forhold til relasjonene flerkulturelle har til det. Motivasjoner for bruk av medier knyttet til et slikt perspektiv kan for eksempel være å søke etter innsikt i sosiale og kulturelle ukjente forhold, noe som kan bidra til å stimulere brukernes relasjoner til majoritetssamfunnet. Gjennom innsikter som dette dannes grunnlaget for eksistensen av en fellesskaps- og tilhørighetsfølelse med venner, familie og til samfunnet for øvrig.

Kategorien *personlig identitet* handler om sitt eget forhold til selvet. Innenfor denne kategorien kan en for eksempel oppnå bekreftelse på sin egen kulturelle identitet gjennom mediekonsumpsjon, for eksempel gjennom bruk av hjemlandsmedier. Det er rimelig å anta at

diasporisk mediebruk ivaretar og dyrker kulturelle forbindelser med andre deler av verden som gir brukeren en bekreftelse på sin etniske identitet, en funksjon nasjonale norske medier ikke kan tilby. Et interessant poeng i forhold til min undersøkelse er derfor hvordan etnisitet som identitetskategori kan være et motiv for etniske minoriteters bruk av medier, og hvordan dette kan forklare alternative bruksmønstre i forhold til den etnisk norske majoritetsbefolkningen. Samtidig er det viktig å minne om at omgang med medier i seg selv ofte er utilstrekkelig i forhold til å tilfredsstille slike behov, og at menneskers forbindelser med omverdenen tilfredsstilles på ikkemedierte måter (Couldry et al. 2007: 28; Katz et al. 1973: 164; Rubin 2002: 528; Waldahl 2001: 151). Derfor må variabler som ikke er medierelaterte også betraktes i en studie som dette.

Medienes *informasjonsfunksjon* har relevans for publikums forhold til sine omgivelser. Det er gjennom denne funksjonen at mediebruk kan tilfredsstille menneskers behov til å orientere seg i samfunnet, etablere rammer for meninger- og valg, til læring, og til å utvikle kunnskap (Hagen 2000: 60). Knyttes dette til flerkulturelles bruk av medier i det norske samfunnet, er det særlig kunnskapstilegnelse av norsk kultur, eksempelvis språk, som danner motivasjonen til denne brukskategorien. Informasjonen man tilegner seg gjennom mediebruk får dermed en betydning for menneskers funksjonsevne i samfunnet. Slik sett gir det mening at mennesker aktivt bruker mediene som et verktøy i hverdagen, for eksempel til å integrere seg i et samfunn.

Den siste kategorien McQuail (1987) lanserer, mediens *underholdningsfunksjon*, er langt mindre instrumentell utad enn de øvrige. Med det mener jeg at den ikke er knyttet i like stor grad til brukernes relasjonelle forhold mellom sin egen mediebruk og til samfunnet. Den er ofte strukturert rundt egen nytte, og derfor har mediens underholdningsfunksjon mer betydning for avkobling fra samfunnet enn for samfunnsmessig tilkobling. Kategorien innebærer mediebruk som mer eller mindre er intendert ut fra motiver og behov som avslapping, virkelighetsflukt, tidsfordriv, og estetisk og kulturell nytelse (McQuail 1987: 73). Men selv om underholdningskategorien ikke har en like sterk relevans i forhold til integrasjon og sosiale relasjoner som de øvrige kategoriene, er det interessant å knytte en analyse til hvordan kulturelle referanser kan ha betydning for hvilke medievalg behovsaspektet medfører. For eksempel kan det tenkes at en del underholdning, særlig humor og satire, er nasjonalt forankret og krever en viss kjennskap til kulturelle koder for å kunne nytes, noe som kan ha betydning for valgmulighetene og nytelsene flerkulturelle opplever at de har i norsk mediesammenheng.

I forhold til skillet mellom de to siste kategoriene *underholdning* og *informasjon*, har nyere forskningsbidrag gitt innsikter det er verdt å gjøre leseren oppmerksom på. For eksempel hevder van Zoonen (2004), Gripsrud (2007) og McKee (2005) at underholdningsrelatert medieinnhold kan være like viktige kilder til innsikter i kunnskap, kultur og fakta som man tidligere antok var den informasjonspregede mediebrukens hovedfunksjon. På samme måte er informasjonsbaserte genre som nyheter og dokumentar viktige kilder til underholdning, for eksempel gjennom sensasjonspregede og tabloide nyheter. Derfor argumenterer jeg for at forholdet mellom de to kategoriene *underholdning* og *informasjon* er flytende, og at begrepet 'infotainment' kan være dekkende for begge kategorier.

For å oppsummere er det altså mediens nytteverdi som er særlig interessant i forhold til min tilnærming. I en flerkulturell tilværelse fremstår nasjonale medier som meningsfulle verktøy, særlig med tanke på integreringsprosesser, hvor mediene gir innsikter i norsk kultur og utvikler samtidig norske språkferdigheter. Vekten ligger her på den praktiske måten medier brukes på til å mestre hverdagen som flerkulturell.

Bruksstudier i et sosiologisk perspektiv

For virkelig å forstå flerkulturelles mediebruk i en nasjonal kontekst, mener jeg det er nødvendig å følge opp en grunnleggende kritikk av bruksstudiene som ble skrevet av sosiologen Philip Elliott i essayet *Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative* (1974). Her kritiserer han tradisjonens vektlegging av de psykologiske opprinnelsene til bruksmotivasjonen (som f.eks. McQuails mediefunksjoner), og fremholder at det er nødvendig å betrakte sosiale og kulturelle aspekter ved mediebruken for å forstå den riktig. Innvendingen mot anvendelsen av psykologiske variabler som et analytisk redskap er særlig forbundet med psykologiens individualitet (Elliott 1974: 261; Morley 1980). Fordi psykologiske behov er individuelt betinget, blir det umulig å knytte spesifikke bruksmønstre til sosiokulturell praksis. Dessuten ligger det en grunnleggende metodisk svakhet i utforskningen av psykologiske behov, hevder Elliott, fordi det er vanskelig å dokumentere slike abstrakte kategorier på en konkret måte.

Samtidig ønsker jeg i denne studien å betrakte McQuails (1987) kategorier som særlig relevante i forhold til etnisitet og mediebruk. Men i stedet for å se de ut fra psykologiske bruksmotiver er jeg mer interessert i undersøke de ut fra sosiologens alternativ. Snarere enn

indikasjoner for introverte, individuelle og psykologiske bruksmotivasjoner, anser jeg kategoriene for å være uttrykk for brukernes ekstroverte relasjoner. Det interessante er hvordan flerkulturelle individer bruker medier i Norge, særlig med vekt på den nasjonale allmennkringkastingen, og hva bruksmønstrene betyr for flerkulturelles samfunnstilknytning. Elihu Katz, Michael Gurevitch og Haddasah Haas (1973; se også Katz et al. 1974) har utviklet en typologi over mediefunksjoner, hvor de betrakter relasjonsforhold som den viktigste motivasjonsfaktoren ved mediebruk. I dette skjemaet beskrives behovet for tilkobling som en grunnleggende drivkraft bak menneskers bruk av medier, med henvisning til spesielt tre kategorier:

[m]ass communication is used by individuals to connect (or sometimes disconnect) themselves – via instrumental, affective, or integrative relations with different kinds of others (self, family, friends, nation, etc.) (Katz et al. 1974: 23).

Det er altså individuell tilkobling med omverdenen som utgjør de grunnleggende behovene som søkes tilfredsstilt gjennom bruk av medier i denne tilnærmingen. Det interessante er hvordan forfatterne fremhever det sosiale aspektet; mediebruk foregår alltid som et uttrykk for relasjonsbehov i en eller annen form. Derfor finner jeg det interessant å undersøke om relasjonsbehov i seg selv resulterer i andre mediebruksmønstre for flerkulturelle enn for den etnisk norske majoritetsbefolkningen. Gjennom et tankeeksperiment kan man se for seg at spesielle tilknytningsbehov (f.eks. til hjemlandskultur) gir bestemte former for mediebruk som gir mindre tid til nasjonale medier, og slik sett forårsaker brister i den medierte norske samfunnstilknytningen.

En annen god grunn til å følge opp det sosiologiske alternativet til bruksstudieforskningen, er forståelsen av medieprodukter som bærere av symbolsk innhold. Til tross for at produksjon av medier kan foregå innenfor en ideologisk forankret doktrine, er det ikke gitt at mediene fortolkes og oppleves på produsentenes premisser. Det er like mye konsumentens sosiale bakgrunn som gir medietekst mening. Sett gjennom sosiologens briller kan også mediens symbolikk knyttes til samfunnsgruppers tilhørighetsmarkering.

Gjennom en slik tilnærming har for eksempel David Morley (1980) og Pierre Bourdieu (2005b) studert hvordan sosiale strukturer kan avsløre mediebruksmønstre. For disse er det ikke interessant hvordan personlige psykologiske behov påvirker mediebruk, de er mer opptatt av mediebruk som symbolsk praksis i sosiale sammenhenger. Derfor legges det vekt på strukturelle sosiale skillelinjer mellom grupper i samfunnet som utgangspunkt for

å forstå hvordan mediebruk fortoner seg (Morley 1980: 136). Bruksmønstre kommer sterkest til syne gjennom innsikt i sosiale strukturer fordi kollektive meningssystemer og uttrykksmåter etableres i bestemte samfunnsgrupper. Innad i sosiale grupper etableres kulturelle preferanser, både med hensyn til interne behov, men også med hensyn til å markere seg eksternt ovenfor andre sosiale grupper. Slik kan sammenfallende mediekonsumpsjon i forhold til variabler som sosial klasse, etnisk gruppe, kjønn, utdanning o.s.v., forklares. Med dette distanserer jeg meg noe vekk fra de psykologiske bruksmotivene i bruksstudietradisjonen, til fordel for en mer kulturell og sosial teoretisk forankring, en tråd jeg følger videre opp i den teoretiske tilnærmingen.

Del II: Pierre Bourdieu

Bourdieu's begrepsapparat er omfattende og bør forstås gjennom sammenhenger som ofte er å finne mellom de ulike begrepene i hans forfatterskap. Selv om mye forskning velger å legge vekt på enkelte begreper hos Bourdieu, er mange av begrepene flytende i den forstand at relasjonene begrepene seg i mellom har betydning for forståelsen av dem. I tillegg er begrepene kjennetegnet ved at de er abstrakte, slik at de gjerne oppnår betydning først når de forankres i konkret empiri (Prieur og Sestoft 2006: 214). Jeg vil allikevel forsøke å anvende begrepene 'felt', 'kulturell kapital' og 'habitus' som teoretiske verktøy i dette prosjektet fordi de egner seg spesielt godt til å vise hvordan kulturelle forskjeller kommer til uttrykk gjennom mediebruk, og fordi de kan gi sosiologiske forklaringer på forskjellenes opprinnelser.

Lokale felt og global kapital

I lys av Pierre Bourdieus verk *Distinksjonen* (2005b) kan sosiale krefter som preger innvandreres bruk av medier forklares ut fra et feltteoretisk perspektiv. Et felt er hos Bourdieu en analogi på 'sosiale rom' i samfunnet, hvor det utkjemper kamper om å tilegne seg posisjoner. Krieger om ulike former for verdier, eller kapital, strukturerer aktørenes og feltenes posisjoner i et mer generelt maktfelt. Feltene styres av økonomiske og kulturelle krefter, og det er sammensettingen av disse kapitalformene som bestemmer den endelige posisjonen i feltet (Bourdieu 2005b: 30). Et sentralt poeng i *Distinksjonen* er at de valgene som

fattes av feltets aktører gir de identitet eller posisjon i feltene. På samme måte har feltet en strukturerende kraft på aktørenes posisjoneringer. I store sosiale grupper er det handlinger som knytter individene til sosiale fragmenter; det er handlingene som distingverer og skaper identitet og tilhørighet. Og det er derfor prekonstruerte handlingsdisposisjoner som er tilegnet gjennom sosial bakgrunn, sosial tilhørighet og livshorisont også strukturerer de valgene en tar.

Som Tore Slaatta (2002: 118) påpeker, er den kulturelle kapitalen utpreget nasjonalt strukturert. Dersom vi følger denne tankerekken forstår vi at flerkulturelles kulturelle kapital er strukturert ut fra et annet lands maktfelt, og andre kulturelle strukturer enn den norske kulturelle kapitalen. En analytisk sammenligning av to nasjonale felter vil være nytteløst fordi feltenes logikk ikke kan ventes å samsvare. Men dersom vi ser på motsetningene mellom to nasjoners kulturelt forankrede kapitalsammensettinger, kan det gi oss en sosiologisk indikasjon på hvorfor flerkulturelles mediebruk i Norge fortoner seg slik den gjør.

Fordi tv-seing er hovedfokuset i min analyse, er det naturlig å reflektere teoretisk rundt tv i en feltteoretisk sammenheng. Bourdieu (2005b), Nicholas Garnham (1993) og Paddy Scannell (1989) har påpekt at tv er et omnibus medium i seg selv, noe som betyr at det vanskelig lar seg gjøre å knytte tv-seing til sosial variasjon blant brukerne. Dette kan hende er riktig i forhold til klassebasert hierarkisk sosial praktisering av tv-seing, noe som disse forskerne særlig har vært opptatt av. Men dersom vi legger vekt på etniske minoriteters kapitalsammensetting, som på forskjellige måter interfererer med norsk kulturell kapital, vil etnisitet kunne gjøres til en høyst relevant variabel i en feltteoretisk analyse. Med den nasjonalt forankrede kulturelle kapitalen i etnisk sammenheng, sikter jeg til kulturelle dimensjoner ved etnisk tilhørighet som kan knyttes til en særegenhet ved det å være etnisk norsk kontra det å ha en etnisk minoritetsbakgrunn i det norske samfunnet. Dersom vi legger en slik feltforståelse til grunn for en analyse av etniske minoriteters forhold til norske medier, kan vi forstå hvorfor flerkulturelle tenderer mot å velge kommersielt medieinnhold, funn som har blitt dokumentert i kvantitative studier (NRK Analyse 2009a; Vaage 2009).

Som flere medieforskere har påpekt (se f.eks. Ellis 2002; Raboy 2003; Robins 2006) er allmennkringkasting tradisjonelt forbundet med nasjonalitet. I Norge var NRK lenge det eneste tilgjengelige medietilbudet i norske hjem, og NRK hadde en sentral rolle som en nasjonsbyggende og samfunnsintegrerende institusjon. Etter hvert som flere aktører har kommet til, har også markedet endret karakter, noe som har preget NRKs kapitalsammensetting og derigjennom den nasjonssamlende funksjonen NRK har hatt.

Sammenlignet med de kommersielle aktørene må allikevel NRK sees som en aktør med høy kulturell og nasjonal kapital, fordi allmennkringkastingsforpliktelser og vedtekter bestemmer at NRKs kulturelle rolle for nasjonen er viktig. Gjennom disse er NRK forpliktet til å gi alle samfunnsmedlemmer et bredt tilbud, også de som er kommersielt uinteressante. Det problematiske med disse betingelsene i flerkulturelle samfunn er oppgaven med å tilby målrettet innhold til alle medlemmene i samfunnet, uten å samtidig distansere seg fra enkelte grupper (Christensen 2001: 81). Fordi det finnes svært mange ulike interesser i totalbefolkningen er det en utfordrende oppgave å samle alle interessene i de samme tilbudene. De kommersielle mediene, på sin side, har ikke de samme forpliktelsene som NRK, og slipper altså å spille på nasjonale strenger i den grad det blir påkrevet av NRK. Sagt i Bourdieus terminologi er de kommersielle aktørene mindre knyttet til en feltspesifikk nasjonalforankret kulturell kapital, noe som betyr at uttrykket i disse mediene kan virke mer tilgjengelige for flerkulturelle mennesker i Norge.

En beslektet tanke i forhold til denne teoretiske drøftingen er om ikke utviklingen av en slags global kapital følger som en naturlig konsekvens av menneskers erfaringer med to ulike nasjonale felt. Kanskje oppstår det felthybrider, som verken er nasjonalt eller lokalt forankret i innvandreneres nye eller gamle hjemland. Forskning har dokumentert at mediebruk blant etniske minoriteter orienterer seg mot internasjonale medier nettopp fordi mediene, særlig nyheter, i bostedslandet har blitt oppfattet som for lokalt, og at hjemlandsmedier kan virke for distanserte (Tufte 2003: 191). Dette kan være et uttrykk for at utviklingen av en global kapitalsammensetting kjemper for å finne en plass mellom to nasjonale felt, noe som kan prege mediebruk i en flerkulturell tilværelse.

Kulturelle forskjeller og likheter i praksis

For Bourdieu er enhver definisjon av begreper inadekvate fordi fenomener ofte er for komplekse til å beskrives kort og fortettet (Bourdieu 2005a: 30). Likevel definerer han habitus et sted som 'an open system of dispositions that is constantly subjected to experiences, and therefore constantly affected by them in a way that either reinforces or modifies its structures' (Bourdieu og Wacquant 1992: 133). Habitus er en strukturerende kraft som er sosialt tilegnet og kroppsliggjort gjennom menneskers livsverden, erfaringshorisont og eksterne impulser. Det betyr at tilværelsen mennesker omgis av har mye å si for den enkeltes tilnærming til

omverdenen. På mange måter er våre handlinger prekonstruerte gjennom vår sosiale løpebane, og på samme måte som kultur defineres som noe tillært hos Eriksen og Sørheim (2006: 41), kan altså habitus-begrepet knyttes til noe sosialt formelig. Men selv om ekstern stimuli ifølge Bourdieu gir oss predefinerte handlingsmønstre, er det ikke slik at menneskers handlinger er fullstendig determinerte gjennom disse mekanismene:

The notion of habitus accounts for the fact that social agents are neither particles of matter determined by external causes, nor little monads guided solely by internal reasons, executing a sort of perfectly rational internal program of action. Social agents are the product of history, of the history of the whole social field and of the accumulated experience of a path within the subfield. (...) [S]ocial agents will actively determine on the basis of these socially and historically constituted categories of perception and appreciation, the situation that determines them (Bourdieu og Wacquant 1992: 136).

Habitus blir kroppsliggjort på flere måter, kanskje mest radikalt gjennom oppvekstomgivelsene, hvor ting som klassetilhørighet, familie, skole og omgangskrets spiller en vesentlig rolle i resepsjonen og etableringen av habitus. Slik sett vil verden alltid erfares fra en bestemt posisjon i sosiale sammenhenger, slik at den måten man eksisterer på i en etnisk gruppe, sosial klasse eller historisk periode, sterkt vil prege personene som vokser opp under disse omgivelsene (Priour 2006: 40). Nettopp derfor gir det mening å relatere habitusbegrepet til flerkulturelles mediepraksis.

Først og fremst kan det etniske miljøet man tilhører i seg selv gi utslag i spesielle mediebruksmønstre, fordi impulser fra disse omgivelsene resulterer i gitte måter å forholde seg til mediene på. Holdninger til mediene kan kroppsliggjøres gjennom vennekrets, familie, eller som en del av større kulturelle sammenhenger, noe som kan gi distinktive mediebruksmønstre sett i forhold til den generelle befolkningen. Når Bourdieu i tillegg fremhever at de rammene som konstituerer habitus gjør det på en særdeles vedvarende måte, er det nærliggende å betrakte holdningene som robuste; de overlever ofte nye impulser.

En innvending mot anvendelsen av habitusbegrepet som sentralt i dette prosjektet kan knyttes til det vedvarende elementet i begrepet. For mennesker som har innvandret til Norge handler mye om det motsatte, nemlig forandring i tilværelsen, og kan knyttes til ting som fornyelse, brudd og mobilitet, noe som på mange måter også stemmer. Mitt motargument til dette er at i møter med en annen nasjonalt forankret feltpital preges habitus, slik at den på visse områder forsterkes og vektlegges - både bevisst, men også underbevisst. Selv om Bourdieu understreker at habitus er en vedvarende orienteringsdisposisjon, er han åpen for at den ikke er endelig. Til tross for at habitus aldri

kan endres radikalt, er det fullt mulig at den utvikler seg noe (Bourdieu og Wacquant 1992: 133).

Derfor er det også interessant å relatere flerkulturell habitus til selve tilværelsen som flerkulturell med såkalt innvandrersstatus. Opptreden i nye samfunn innebærer at ens egen tilnærming til omverdenen foregår i nye sosiale felt noe som setter ens egen habitus i nye perspektiver. Gjennom sameksistens med andre sosiale grupper i det norske samfunnet vil deler av habitus trolig tilnærme seg andre menneskers habitus, mens den på enkelte områder vil kultiveres slik at skiller mellom ulike kulturer markeres og blir svært synlige. Sett i et mediebruksperspektiv vil for eksempel religiøse verdier og normer kunne komme til uttrykk i innholdsorientering, men de kan også vise seg i flerkulturelles holdninger til nasjonale medier. Kroppsliggjorte impulser som bygger på kulturellspesifikk moral, etikk og verdensforståelse kan slik sett resultere i medierelaterte verdikonflikter, som særlig kommer til syne i flerkulturelle samfunn.

I *Distinksjonen* (2005b) knytter Bourdieu blant annet habitus og feltlogikk til hvordan mennesker forholder seg til kulturindustriens produkter, og dersom vi følger min bruk av habitusbegrepet vil valgene preges med hensyn til hvilken etnisk og kulturell gruppe vi tilhører. Etnisk bakgrunn har betydning for hvordan minoriteter i Norge skiller seg fra majoritetsbefolkningen i forhold til musikk, tv, vennskap, arbeid, mat, språk, religion, klær, oppdragelse, seksualmoral, utseende og noen ganger statsborgerskap, i tillegg til følelsen av å ha en annen personlighet (Prieur 2002: 7). Spørsmålet er om etnisitet preger habitus og feltposisjoneringen i en slik grad at det gir utslag i etniske minoriteters holdninger til allmennkringkasteren NRK.

Del III: Jürgen Habermas

Før jeg går inn på Jürgen Habermas' (1971) offentlighetsteori som en teoretisk tilnærming til dette studiet vil jeg gjøre rede for to ting. For det første ønsker jeg å drøfte hvilke forskjellige perspektiver Habermas og Bourdieu har på medieresepsjon, en presisering jeg mener er nødvendig i forhold til bruksstudieperspektivet jeg har anlagt. For det andre vil jeg gjøre leseren oppmerksom på hvordan jeg her forstår kringkasting som særlig vesentlig i forhold til eksistensen av medierte samfunnsrelasjoner. Dernest viser jeg hvordan offentlighetsidealet

kan gi et normativt grunnlag til å vurdere inkluderings- og ekskluderingsmekanismer i medierte offentligheter.

Medieresepsjon

Vi husker hvordan bruksstudieteoretikerne gjennom spørreformuleringen 'Hva gjør mennesker med mediene?', forstår bruk av medier som meningsfulle og nyttige handlinger som springer ut fra sosiale og psykologiske behov i brukeren. Gjennom dette perspektivet fremstår brukeren som svært aktiv i sin tilnærming til mediene. I skarp kontrast til dette finner vi Habermas' og Frankfurterskolens kritiske tilnærming til publikum som passive mottakere av massemedier (Adorno 1954: 216; Adorno og Horkheimer 1997 [1972]: 120ff). Et argument vi finner i Habermas' klassiske verk *Borgerlig offentlighet* er for eksempel at kommersialisering av mediene har utvekslet kritisk diskurs med passiv kulturkonsumpsjon og en mer apolitisk engasjering i samfunnslivet for øvrig (Habermas 1971: 151). Her viser Habermas at han ikke har troen på symmetriske maktforhold mellom tekst og bruker, og at hans dystopiske syn på massekulturen skyldes mistroen til at mennesker har en mer aktiv tilnærming til mediebruk. Nyere resepsjonsforskning har derimot dokumentert at forholdet mellom tekst og leser er mer likeverdig enn hva Habermas foreslår (se f.eks. Hagen 1998: 107; Hall 1980: 118; Morley 1992: 69; Waldahl 1998: 155).

Fordi Habermas er særlig opptatt av massekultur impliserer det en betydningsmessig nedtoning av sosiokulturelle skillelinjer som årsaker til forskjellig mediepraksis. Legger vi derimot Bourdieus resepsjonsforståelse til grunn, vil vi oppdage at denne er mer i tråd med bruksstudieperspektivet jeg her har fremlagt. Mens Habermas reduserer mennesker til mediebrukere uten sosiale karakteristikk, er Bourdieu opptatt av å studere hva som skiller mediebrukerne fra hverandre, og hvordan dette kan påvirke menneskers mediebruksmønstre. For Bourdieu er det ikke slik at valg og resepsjon er determinert fra kulturindustriene, men det er like mye resultater av symbolske ressurser i brukerne som er utledet fra sosiale posisjoner i samfunnet (Neveu 2005: 202). I og med forståelsen av at sosial posisjon påvirker mediebruk, tillegger Bourdieu publikum en mer aktiv rolle i resepsjonsprosessen enn hva Habermas gjør. Dette er mer på linje med min forståelse av kulturkonsumpsjon, en forståelse jeg bygger videre på i denne masteroppgaven.

Kringkasting som utgangspunkt

I mye medieforskning utgjør massemediene en nøkkelrolle i forhold til demokratiens eksistens, og særlig har pressen blitt gjort til gjenstand for forskernes luper. Allikevel argumenterer jeg her for at kringkasting, og kanskje tv, er det mektigste mediet i forhold til eksistensen av demokratier i nyere tid (Dahlgren 1995: 23). Kringkastingens sentrale rolle i demokratier skyldes at det er en allmenn tilgjengelig kilde til informasjon, kultur og underholdning; ting som på forskjellige måter utgjør ressurser borgere kan ta i bruk som medlemmer i et demokrati. Kontinuerlig flyt av slikt innhold har bidratt til å integrere kringkastingen i hverdagslivets rytmer. Kringkastingen kultiverer livshorisontens kontemporære aspekt, noe som utvider individers muligheter til å oppnå kunnskap, innsikt og forståelse om verdenen de lever i (Scannell 1996: 149). Ikke bare involverer tv oss i en felleserfaring av verden, men det har også skapt en ny offentlighet gjennom å knytte individer i samfunnet sammen til en større enhet. Gjennom kringkastingen oppstår også delte erfaringer som blir til felles holdepunkter ute i den generelle offentligheten. På denne måten kan kringkasting betraktes som 'a shared way of life' (Scannell 1996: 155; Scannell 2005: 134).

Implisitt i dette perspektivet ligger antakelsen om at kringkastingen er noe allment, det er noe som deles av alle i samfunnet og etablerer felles erfaringsreferanser. Et problem med en slik tilnærming er at tendenser i postmoderne samfunn peker i retning av sosial fragmentering og uforutsigbarhet. Dette bildet kompliseres ytterligere av fragmentering i medieordenen, noe som betyr at de medierte felleserfaringene i samfunnet står i fare for å bli færre. For enkelte kan dette innebære at samfunnsrelasjonene endrer karakter, nedgraderes eller i verste fall reduseres til et minimalt nivå. Som et ledd i innvandrings- og integreringsprosessen som foregår i Norge i dag er det derfor svært interessant å undersøke etniske minoriteters forhold til norske medier, og i hvilken grad medieerfaringene til flerkulturelle publikumsgrupper kan relateres til majoritetssamfunnets. En inngangsbillett til et slikt studie finner vi i Jürgen Habermas' (særlig 1971) offentlighetsteori.

Etniske minoriteter og medierte offentligheter

I ethvert samfunn finnes det ulike offentlige rom eller sfærer. En mye brukt definisjon av de ulike sfærene stammer fra Jürgen Habermas' bok *Borgerlig offentlighet* (1971). Habermas skiller

mellom en privat sfære og en sfære for den offentlige myndighet i spenningsfeltet mellom stat og samfunn. I det private området finner vi for eksempel familielivet, mens offentlige myndigheter representeres ved staten. Mellom disse områdene ligger den offentlige sfæren (Habermas 1971: 27). Fremveksten av disse sosiale strukturene knytter Habermas til borgerlige miljøers etableringer i europeiske storbyer som London, Paris og Berlin i det 18. århundre. Miljøene vokste frem i byenes kaffehus og salonger hvor borgerlige samfunnslag dannet et publikum som ble holdt sammen av pressestoff og litteraturkritikk (Habermas 1971: 48). Forankret i kulturell publisitet sirkulerte det i disse miljøene fruktbare diskurser som dannet grunnlaget for at de bedre argumentene vant frem. Tanken bak Habermas' offentlighetsteori er at demokratier avhenger av en politisk kultur som deles av alle samfunnets medlemmer (Habermas 1999: 58). Slik sett har det offentlige rom en potensielt samfunnsmessig integrerende funksjon, vel og merke dersom den er like tilgjengelig for alle samfunnets medlemmer, fordi offentligheten 'står og faller med prinsippet om almen tilgjengelighet' (Habermas 1971: 79). Hvordan dette kan relateres til et studie av flerkulturelles forhold til nasjonale medier skal vi se på nedenfor.

For det første må tanken om den offentlige sfæren som et demokratisk ideal ivareta hensynet til allmenn deltakelse. Sett i lys av den teoretisk drøftingen ovenfor, forstår vi at dette kan være problematisk ut fra hensynet til reelle adgangsmuligheter i den medierte nasjonale offentligheten. For eksempel resulterer forståelsen av at mediene som bærere av symbolsk innhold i at den medierte offentligheten i seg selv kan virke ekskluderende. Nancy Fraser (1992) hevder at offentlige sfærer kan bli gjenstand for distingverende karakteristikk i tråd med Bourdieus konsept, slik at praktiseringen av spesielle handlinger, som for eksempel kulturkonsumpsjon, symboliserer tilgjengelighet for enkelte sosiale posisjoner, mens andre samfunnsgrupper kan oppleve ekskludering. For eksempel gir det mening å fremheve kulturformidlere av særskilt nasjonal karakter (f.eks. NRK) som mindre tilgjengelige for flerkulturelle, enn de er for etniske nordmenn. Slik sett forstår vi at medier med nasjonalforankrede profiler kan forårsake utilsiktede ekskluderingsmekanismer i den medierte offentligheten.

For det andre må Habermas' offentlighetsideal oppdateres med hensyn til samfunnsutviklingen for å gjøre den relevant i forhold til mitt studie. Fordi sosiale strukturer i seg selv var svært annerledes i Habermas' analytiske utgangspunkt, må det også presiseres at det pluralistiske samfunnet står sterkere i dag. Vi har for eksempel sett hvordan menneskevandringer har resultert i kulturelle verdikonflikter, noe som også har betydning for

menneskers relasjoner i den medierte offentligheten. Med dette som utgangspunkt ønsker jeg å vise til Chantal Mouffes (2005) kritiske tilnærming til Habermas' grunnleggende tro på det konsensusorienterte mennesket. Hun anklager Habermas og liberalistisk teori generelt for å involvere fundamentale selvmotsigelser; samtidig som anerkjennelse av de uttallige verdiene og konfliktene som preger plurale samfunn finner sted, er det en vanlig holdning i liberalistisk teori til at konfliktene utgjør en harmonisk helhet (Mouffe 2005: 10). Med Mouffe argumenterer jeg for at flerkulturelle samfunn involverer strider i mellommenneskelige relasjoner som ikke alltid vil føre til rasjonell kommunikativ konsensus. Jeg ser snarere på skjeve maktbalanser og hegemoni som årsaker til pluralistisk harmoni, og anser flerkulturelle som særlig sårbare i forhold til majoritetstyranni, rettmessig deltakelse og ekskludering i den nasjonale medierte offentligheten.

For det tredje ønsker jeg å forholde meg, i motsetning til Habermas, til at utviklingen av flere offentligheter er reell. Habermas neglisjerer nemlig mulighetene for at fremveksten av ulike sosiale klassers autonome offentligheter i den samme tidsepoken som den borgerlige offentligheten tok form (Fraser 1992: 115; Garnham 1992: 359; Negt og Kluge 1974: 2). Hos Habermas er det snarere slik at alle samfunnsjikt har blitt innkapslet i den borgerlig-kapitalistiske samfunnsmodellen, slik at mennesker som utfolder seg offentlig, automatisk gjør det i en relasjon til den borgerlige offentlighetsmodellen (Gentikow 2009: 69; Habermas 2007 [1992]: 35-36). Trolig vil det i moderne, fragmenterte og individualiserte samfunn være mer riktig å forholde seg til at eksistensen av ulike sfærer er reell. Et interessant spørsmål kan derfor knyttes til om det finnes koblinger mellom de ulike sfærene og hvordan tilstanden til koblingene er (Curran 2002; Gitlin 1998: 171; Morley 2000: 114). I forhold til mitt prosjekt vil det være sfærer rundt etniske minoritetsmiljøer, og deres eventuelle tilkoblinger til andre deler av samfunnet som er interessant. Eksistensen av slike medierte relasjoner har Cunningham og Sinclair (2001: 192) påvist i Australia. Oppblomstringen av diskursarenaer i ulike medier åpner også for en diskusjon om hvorvidt offentligheten fragmenteres og kretser rundt isolerte segmenter i samfunnet, snarere enn å involvere og integrere på universelt grunnlag.

For det fjerde husker vi fra gjennomgangen av Bourdieus feltbegrep og flerkulturelles mediebruk i nasjonale felt, at majoritetssamfunnets mediebruksmønstre skiller seg fra etniske minoriteters. Og særlig fordi flerkulturell mediebruk foregår mer utenfor de nasjonalkulturelle mediene, er det grunn til å være bekymret for at etniske folkegrupper ekskluderes fra den nasjonale offentlige sfæren i Norge. I et senere arbeid anerkjenner Habermas det prekære i etniske minoriteters deltakelse i den offentlige sfæren, og moderer samtidig sitt utopiske

offentlighetsideal. Han fremholder i *Remarks on Discourse Ethics, Justifications and Application* (1994) at det er viktig å etterstrebe et felles grunnlag i plurale samfunn, som kan gi gjensidige forståelser for fremmede kulturer, trossystemer og livsverdener. I moderne samfunn er realiteten kompleks og involverer sosiale gnisninger og konflikt:

The real citizens of contemporary liberal societies are flesh and blood individuals who have grown up in different traditions and forms of life and owe their self-understanding to competing world views. The political public sphere in which they come together to form a public body of citizens is characterized by a plurality of belief systems and interest structures and the coexistence and confrontation of life forms and individual life projects (Habermas 1994: 93).

Gjennom denne tilnærmingen finner jeg det svært fruktbart å gjennomføre en analyse av etnisitet og mediebruk. Med tanke på behovene for samfunnstilknytning gjennom mediebruk jeg har beskrevet tidligere i dette kapittelet, er NRK det naturlige utgangspunktet for et slikt studie. Som allmennkringkaster forplikter NRK seg til å produsere og sende innhold til et bredt publikum som involverer mange kulturelle identiteter. NRK kan representere en fellesarena i samfunnet som gir grunnlag for meningsbryting og forståelse på tvers av kulturelle skillelinjer, slik Habermas understreker viktigheten av. Når undersøkelser viser at etniske minoriteter er underrepresentert blant NRKs publikumsgrupper, er det imidlertid et tankekors i forhold til hvor bredt allmennkringkasteren når ut i samfunnet og om den demokratiske ressursen NRK representerer er et naturlig samlingspunkt i medielandskapet.

Oppsummering

I dette kapittelet har jeg redegjort for min teoretiske tilnærming til studiet av flerkulturelles mediebruk i Norge. Jeg har vist hvordan innsikter fra bruksstudietradisjonen danner et godt utgangspunkt til å analysere mediebruk i en flerkulturell tilværelse, særlig med tanke på bruk av medier som et integreringsverktøy. Den videre teoretiske forståelsen av flerkulturelles mediebruksmønstre bygger på innsikter fra sosial teori, med Pierre Bourdieus begrepsapparat som sentrale prinsipper. Ved hjelp av disse foreslår jeg at mediebruk følger spesielle mønstre basert på kulturell og etnisk tilhørighet. De alternative bruksmønstrene sees dernest i lys av Habermas' offentlighetsteori, som gir et normativt grunnlag til å vurdere flerkulturelles deltakelse i den medierte nasjonale offentligheten.

Kapittel 3:

Metode: kvalitativ utforskning av flerkulturelles mediebruk

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for den metodologiske tilnærmingen i prosjektet. Som et utgangspunkt for studiet baserer jeg meg på å utforske brukernes erfaringer med norske medier gjennom et kvalitativt case studie, noe som skiller seg fra mye forskning i bruksstudietradisjonen, som er det teoretiske utgangspunktet for analysen. Det kvalitative forskningsdesignet er også sentralt i forbindelse med utforskningen av NRKs tilnærming til flerkulturelle publikumsgrupper, som dokumenteres gjennom et forskningsintervju og dokumentanalyse. Etter en presentasjon av problemstillingene viser jeg hvordan fenomenologiske forskningsintervjuer utgjør det sentrale bevismiddelet i prosjektet, blant annet fordi de egner seg godt til å fange opp ordinære erfaringer i menneskers liv fra deres egne perspektiver, noe jeg mener er viktig i forståelsen av forholdet mellom etnisitet og mediebruk.

Kvalitativ forskning og bruksstudier

Dette studiet faller inn under en idiografisk-vitenskapelig tilnærming til bruksstudieforskningen, som er den teoretiske tilnærmingen i dette prosjektet. Det innebærer at det metodologiske perspektivet skiller seg fra mye av den eksisterende forskningen innen bruksstudietradisjonen som er sterkt forankret i samfunnsvitenskapelige retninger som psykologi og sosiologi (Østbye et al. 2002: 269). Fordi mye av den samfunnsvitenskapelige forskningen har røtter i positivistisk epistemologi, innebærer det en holdning til at vitenskap skal utledes fra observerbare fakta, noe som implisitt innebærer en overbevisning om at virkeligheten er en konstant størrelse som kan måles eksakt og objektivt (Bruhn Jensen 2002a: 261; Chalmers 1999: 3). Dette skyldes at utviklingen av samfunnsvitenskapene hadde nære relasjoner til naturvitenskapene, slik at de samme forskningsmetodene som dominerte innen naturvitenskapene ble adoptert til samfunnsvitenskapene. Derfor var mye av den samfunnsvitenskapelige forskningen tidlig orientert rundt eksperimentstudier, objektive observasjoner og reduksjoner av observasjonene til statistikk. Forskningen var ofte kvantitativ (Murdock 2002: 42).

I og med den nære tilknytningen til samfunnsvitenskapelige retninger er dette også tilfellet innen bruksstudiene. Brorparten av denne forskningen er basert på kvantitative

vitenskapelige tilnærminger, noe som har resultert i en utstrakt bruk av surveyer innen tradisjonen, selv om det unntaksvis har vært gjennomført forskningsprosjekter med en mer kvalitativ forankring (f.eks. Herzog 1944; Liebes og Katz 1993; Morley 1980). Dette har bidratt til utviklingen av medienes funksjonskategorier som kan knyttes til dokumentasjonen av hvilke behov og motiver i brukerne som intenderer deres mediebruk. På en annen side har vekten på å systematisere kategorier for bruk og tilfredsstillelse gjennom kvantitative surveyundersøkelser vist seg å være mindre fruktbar i forhold til studier av spesifikk og kontekstuell bruk av medieinnhold (Bruhn Jensen 2002b: 143).

For å forstå hvordan etnisitet kan prege motivene og behovene til flerkulturelles mediebruk, er det imidlertid viktig å være følsom for individuelle forskjeller også internt blant flerkulturelle brukere, og til den mer spesifikke og individuelle publikumsresponsen som følger og bestemmer mediebruk, noe jeg mener forsvarer en kvalitativ tilnærming til mitt studie. I tillegg bevilger det kvalitative aspektet rom for tolkningsanalytiske manøvrer i større grad enn hva kvantitative studier gjør. Dette mener jeg er vesentlig for å undersøke hvilken rolle informantenes livshorisont og sosiale relasjoner har å si for den flerkulturelle tilnærmingen til mediebruk i Norge. Derfor har jeg valgt å undersøke en relativt liten gruppe menneskers holdninger til allmennkringkasteren NRK i dybden, gjennom kvalitative forskningsintervjuer av åtte flerkulturelle mennesker. Jeg har også gjort et kvalitativt forskningsintervju med en relevant person i NRK, samt kvalitativ analyse av relevante dokumenter. Samtidig spiller kvantitative undersøkelser en rolle i prosjektet, da intervjuguide og teoretisk tilnærming bygger på innsikter fra kvantitativ forskning. Mens kvantitativ statistikk har dokumentert et alternativt bruksmønster blant flerkulturelle i Norge, ønsker jeg med det kvalitative forskningsdesignet å forstå årsaker til den flerkulturelle mediebruken.

Case studie

All vitenskapelig metode kan anvendes formålmessig til å beskrive, utforske eller finne årsaker til et fenomen, og kan dermed kategoriseres som deskriptiv, eksplorerende eller forklarende. Dette er også tilfellet med case studier (Yin 2009: 8). Case studier er detaljrike studier av spesifikke og konkrete fenomener, som kan innebære en analyse av en person, en gruppe mennesker, en institusjon, resepsjon av medietekst, bruk av medier osv. Poenget er at slike studier søker å forstå et fenomen i dybden og i sin helhet (Flyvbjerg 2006: 219;

Gentikow 2005: 40; Yin 2009: 18). Til tross for metodologiske strider i akademia, er det vitenskapelig konsensus om ett prinsipp: Hva som er formålet med et forskningsprosjekt, avhenger av hva som skal utforskes, og hvorfor - noe som har betydning for hvilke metodologiske avgjørelser forskeren bør ta (Kvale og Brinkmann 2009: 105). Mitt prosjekt faller mellom den forklarende og den eksplorerende grenen av case studietilnærmingen, fordi jeg ønsker å påvise årsaker til hvordan flerkulturelles bruksmotivasjon påvirker deres forhold til NRK gjennom et relativt åpent forskningsdesign. Samtidig stilles det strenge krav i forhold til informantenes bakgrunnsvariabler noe som styrker årsaksforklaringene jeg presenterer.

Robert Yin (2009) viser til tre kriterier som han mener burde påvirke den metodologiske tilnærmingen i ethvert forskningsprosjekt. Dette er (a) forskningsspørsmålets ordlyd, (b) grad av forskerens kontroll over analyseobjektene, og (c) i hvilken grad forskningen undersøker et kontemporært fenomen eller om det er historisk (Yin 2009: 8). Ettersom jeg vurderer mitt prosjekt opp mot disse kriteriene vil de på hver sin måte relateres til mitt valg av metode.

Når det gjelder forskningsspørsmålets ordlyd, er mitt hovedanliggende å undersøke *hvordan* bruksmotivasjoner preges av etnisk identitet, noe jeg mener kan forklare *hvorfor* flerkulturelle anvender NRKs tilbud mindre enn etniske nordmenn. Denne spørsmålsformen, med vekten på *hvordan* og *hvorfor*, innebærer et forklarende fokus fordi formålet er å påvise spesifikke sammenhenger mellom etnisitet og mediebruk. I motsetning til spørsmålsformene *hva*, *hvor*, *hvem*, *hvor mange* eller *hvor mye* som kan knyttes til mer konkrete hendelser av historisk karakter, er *hvordan* og *hvorfor* mer ikke-konkretiserte spørreformer som egner seg til å undersøke kvalitative sider ved et fenomen (Gentikow 2005: 26). Det samme er tilfellet dersom forskeren har liten grad av kontroll over studieobjektet. På dette området distanserer case studiet seg fra for eksempel vitenskapelige eksperimenter, som krever at forskeren har fullstendig kontroll over studieobjektene, slik at forskeren selv kan manipulere variabler for å påvise årsaksforklaringer (Lijphart 1971: 683).

Min tilnærming er altså å undersøke dimensjonene *hvorfor* og *hvordan* ved et fenomen, som kan defineres som kontemporært, og som jeg i tillegg har liten grad av kontroll over. Dette samsvarer med Yins kriterier for når et case studie er det beste metodiske alternativet, og naturliggjør case studiet som et metodologisk utgangspunkt i mitt prosjekt (Yin 2009: 8). Videre ønsker jeg å utføre analysen i lys av hva etnografen Clifford Geertz (1973) kaller en 'thick description'. For Geertz består virkeligheten av komplekse struktursammensetninger, med overlappende og relasjonelle egenskaper. Den beste måten å utforske et fenomen på blir

dermed å ta for seg et svært avgrenset felt, for så å beskrive strukturene i dette feltet på en måte som fanger opp kompleksiteten i virkeligheten. Dette krever svært rike og detaljerte beskrivelser av fenomenet, noe som er i tråd med den kvalitative tilnærmingen i prosjektet (Geertz 1973: 4). Dessuten gir Geertz' 'thick descriptions' forskeren et refleksivt forhold til forskning i andre kulturelle miljøer enn sitt eget, noe jeg kommer tilbake til litt senere i kapitlet.

Problemstillinger

Så hvordan egner case studiedesignet seg til å utforske hvorfor flerkulturelles mediebruksmønstre skiller seg fra etniske nordmenns? For å svare på dette spørsmålet har jeg blant annet valgt å sette opp en rekke problemstillinger jeg ønsker å undersøke i prosjektet. Problemstillingene er utledet av tidligere forskning på feltet, og av antakelser til grunner jeg mener spiller en rolle i forhold til fenomenet. Jeg har utarbeidet fem problemstillinger med relevans for flerkulturelles mediebruk, særlig knyttet opp mot nasjonale medier, med allmennkringkasteren NRK som det sentrale utgangspunkt. Samtidig ønsker jeg å etablere rammer for analysen gjennom å kartlegge det mediepolitiske rammeverket som kan relateres til etniske minoriteter. Ut fra det grunnleggende spørsmålet i min studie: 'Hvordan preges mediebruk av flerkulturell tilværelse?', har jeg utledet disse underspørsmålene:

- Hvordan reguleres flerkulturelles rettigheter i mediasammenheng?
- Hvordan tilnærmer NRK seg flerkulturelle publikumsgrupper?
- Hva kjennetegner flerkulturelles mediebruk?
- Hva kjennetegner flerkulturelles inntrykk av NRK?
- Hva kjennetegner flerkulturelles bruk av NRK?

Problemstillingene har blitt utviklet gjennom gangen i analysen. Med andre ord var de ikke forhåndsdefinerte, men de har blitt konkretisert og operasjonalisert etter hvert som min kjennskap til forskningslitteraturen og forståelsen for forskningstemaet har blitt bedre. De har imidlertid spilt en rolle under hele prosjektet, selv om de var preget av å være mindre

konkrete i prosjektets tidligere faser. Analysekapitlene er strukturert rundt problemstillingene, som hver for seg utgjør et kapitteltema.

Måten jeg utforsker disse problemstillingene på er gjennom den rollen de har spilt i utformingen av forskningsdesignet og intervjuguiden i prosjektet. Det betyr at samtalen med informantene er strukturert løst rundt problemstillingene. Allikevel er forskningsintervjuene basert på semistrukturerte intervjuguider, noe som betyr at forhåndsdefinerte temaer kan suppleres med fleksibilitet, slik at samtalen med informantene kan bevege seg fritt i interessante retninger. (Kvale og Brinkmann 2009: 130; Østbye et al. 2002: 102). Dette gir et godt utgangspunkt for å sammenligne informantenes utsagn med hverandre, og for å fange opp uventede funn underveis.

Fenomenologisk forskningsintervju

Grunnet ønsket om å sammenligne informantenes medieerfaringer på bakgrunn av problemstillinger i dette forskningsprosjektet, er det lurt å legge opp til et relativt strukturert intervjudesign. Åpne intervjudesign derimot egner seg til mer eksplorerende studier (Kvale og Brinkmann 2009: 106). Som et sentralt bevismiddel i denne sammenhengen er altså det kvalitative forskningsintervjuet, eller nærmere bestemt fenomenologisk forskningsintervju. Fenomenologisk filosofi ble utviklet rundt år 1900 av Edmund Husserl, og siden videreutviklet som vitenskapelig retning av blant andre Martin Heidegger og Jean-Paul Sartre. Utviklingen av fenomenologien kan forklares som en motreaksjon mot positivistisk epistemologi, som på Husserls tid ble ansett for å være i konflikt med den humanistiske forståelsen av mennesker (se Bruhn Jensen 2002c: 22). Fenomenologi handler om å legge vitenskapelig vekt på de unike sidene og innsiktene som preger ordinær og vanlig menneskelig erfaring, noe som også er min tilnærming i dette prosjektet.

Begrepet livshorisont er sentralt i Husserls fenomenologi, og viser til hvordan menneskers livsverden preges av både fortid og fremtid, fordi horisonten peker i begge retninger. Mer konkret betyr dette at sosialisering i fortiden kan forme menneskers forståelse av omverdenen, slik som tilfellet er med Bourdieus habitus begrep. På samme måte kan hendelser i menneskers liv endre premissene for forståelse av ting, noe som betyr at menneskelig erfaring kan gi individuelle forutsetninger for tolkning og opplevelse. I dette prosjektet forstås horisonten som et kulturelt rammeverk for menneskers tilnærming til

mediebruk, et rammeverk det er viktig å undersøke ut fra informantenes egne perspektiver dersom en adekvat forståelse av den skal oppnås (Kvale og Brinkmann 2009: 26). Perspektivet innebærer imidlertid en analytisk føring fordi det forutsetter at det vesentlige å undersøke er hvordan mennesker selv erfarer noe. Dette markerer avstand fra et positivistisk syn som forfekter at virkeligheten er målbar ut fra objektive kriterier. Det fenomenologiske forskningsintervjuets formål er altså å etablere beskrivelser av informantenes egne erfaringer som er tro mot deres egne tolkninger av disse erfaringene.

Av praktiske årsaker ble intervjuene spredt utover en periode på omtrent tre måneder rundt årsskiftet 2009-2010, og transkriberingen foregikk fortløpende gjennom denne perioden. Under transkriberingen erfarte jeg at intervjueteknikken kunne forbedres, særlig med tanke på å komme med oppfølgingsspørsmål og å få informantene til og utdype sine uttalelser dersom noe ble oppfattet som uklart. Jeg merket også til behovet for å revidere intervjuguiden underveis, spesielt med hensyn til å unngå repetisjoner i spørsmålene, og for å bedre den generelle flyten i samtalene. Selv om endringen av intervjuguiden kan ha svekket sammenligningsgrunnlaget noe, mener jeg selv at innhenting av relevant og interessant data fra hvert enkelt intervju ble styrket som en følge av dette.

Fortolkning av tolkning

Fordi jeg undersøker medieerfaringer gjennom kvalitative dybdeintervjuer, er det et snev av metodisk usikkerhet involvert. Forskningsprosjektets dokumentasjon baserer seg på min tolkning av flerkulturelles erfaringer med medier i Norge, deres forhold til ulike medieaktører, samt deres tolkninger av spesifikt medieinnhold. Her må to ting presiseres. For det første er det ingen forsikring om at informantenes uttalelser er sanne. I all vitenskapelig forskning som baserer seg på andre menneskers erfaringer er dette et usikkerhetsmoment, men i forhold til mitt studie bygger jeg på innsikter fra nærliggende forskning for å sikre at informantenes uttalelser faller innenfor allerede dokumenterte rammer, gjennom såkalt datatriangulering (Gentikow 2005: 157). Dersom det viser seg at forskningsintervjuene avdekker innsikter som allerede er dokumentert vil funnernes validitet styrkes. Dessuten erfarte jeg samsvar i uttalelser internt i mitt utvalgte univers til tross for at intervjuene foregikk uavhengig av hverandre. Dette er trekk ved studien som gir vitenskapelig tyngde til funnene.

For det andre gjelder en annen problematikk knyttet til forskningsintervjuet jeg har gjennomført på Marienlyst. Der gjennomførte jeg et forskningsintervju med Steinar Nielsen, en mediebestiller i NRK. Mediebestillerne har ansvaret for den strategiske planleggingen av innholdstilbudet til NRK. Grunnen til at han var særlig interessant i forbindelse med dette prosjektet, er den strategiske rollen han spiller i arbeidet med å nå ut til flerkulturelle publikumsgrupper. For å etablere rammer for analysen av flerkulturelles forhold til NRK, var det derfor interessant å kartlegge deres tilnærming til dette området. I forbindelse med intervjuer av strategisk viktige personer i et selskap er faren at uttalelsene er offisielt akseptable, og ikke alltid speiler deres egne meninger (Kvale og Brinkmann 2009: 147; Thomas 1993: 80). Nøkkelen til å bryte gjennom det offisielle sløret ligger særlig i forberedelsene til intervjuet. Gjennom å vise til god temakunnskap etableres et balansert maktforhold, slik at den intervjuede deler innsikter hun kanskje ellers ikke ville gjort (Kvale og Brinkmann 2009: 147). I mitt tilfelle erfarte jeg at intervjuobjektet selv var svært interessert i mitt forskningsprosjekt, fordi temaet for analysen er noe han selv jobber mye med. Han har også vist interesse for den endelige dokumentasjonen som kan være relevant for NRKs arbeid med å nå bedre ut til flerkulturelle publikumsgrupper. Jeg opplevde at han mer enn gjerne delte kunnskapene sine med meg, for å bidra til at utgangspunktet for den videre analysen skulle bli optimal.

Utvalg av informanter

Et premiss for utvelgelsen av informanter til dette forskningsprosjektet var at utvalget skulle være flerkulturelt. Ikke bare ønsket jeg at hvert enkelt individ skulle ha en flerkulturell identitet, men målet var å gjøre universet i seg selv flerkulturelt med hensyn til nasjonal spredning. Derfor er utvalget av etniske minoriteter i dette prosjektet internasjonalt sammensatt. Grunnen til denne tilnærmingen er at jeg med et slikt utvalg kan dokumentere funn som ikke er forankret i en spesifikk kulturell gruppe. Med andre ord er jeg interessert i hvilke trekk flerkulturelle har til felles i det norske samfunnet, og hva dette betyr for relasjonene til norske medier. Utvalget gir også muligheter til å sammenligne mennesker fra forskjellige deler i verden, slik at jeg kan fange opp nyanser i flerkulturelles medieerfaringer. Ulempen med et slikt utvalg er at jeg ikke med en like sterk overbevisning kan dokumentere funn som gjelder for en enkelt innvandregruppe.

Fordi en statistisk generalisering ikke er formålet med kvalitative studier, er det heller ingen vitenskaplige krav til at utvalget skal skje tilfeldig (Gentikow 2005: 78). Jeg erfarte tidlig knapphet på tilgang til informanter i dette prosjektet, noe som førte til at jeg brukte mitt personlige nettverk for å rekruttere informanter. Jeg opplevde også underveis at informanter jeg hadde laget avtaler med uteble fra avtalene. I forhold til utvalget ville jeg imidlertid ikke benytte informanter jeg selv hadde kjennskap til, fordi jeg ville unngå at personlige relasjoner forstyrret under forskningsintervjuene eller påvirket funnene. Med dette som utgangspunkt ble informantene utvalgt gjennom venner og bekjente, etter den såkalte snøballmetoden. En slik metode ivaretar til tross for forskerens involvering maksimering av tilfeldighet i utvalget (Gentikow 2005: 81). Jeg valgte underveis å justere antall informanter, og oppdaget at åtte personer utgjorde et adekvat analysegrunnlag. Ettersom antall dybdeintervjuer nærmet seg åtte, erfarte jeg at nye og interessante funn sjeldnere ble dokumentert.

Informantenes etniske bakgrunn fordeler seg på følgende land: Brasil, Chile, Filippinene, Kongo, Pakistan, Rwanda og Kurdistan. To kurdere deltok i undersøkelsen, en med henholdsvis irakisk og iransk tilknytning, mens den andre hadde utvandret fra Irak. En intensjon var å fordele informantene likt på kjønn, slik at utvalget utgjør fire personer av hvert kjønn. Aldersfordelingen er jevnt fordelt fra 19 til 31 år.¹ Ytterligere premisser for utvelgelsen av informanter var at de snakket norsk og hadde kjennskap til norske medier.

Krysskulturell eksplorering

På samme måte som jeg oppfatter informantenes erfaringer med mediene som unike, er det min egen unike erfaringshorisont som preger min forståelse av intervjuene. Fordi min bakgrunn er etnisk norsk, innebærer studiet en krysskulturell eksplorering. Forskningsintervjuer innebærer at forskeren er svært delaktig i innhenting av empiri, noe som betyr at tilstedeværelsen i seg selv kan ha betydning for hvilke funn forskeren påviser. For eksempel kan forskerens kjønn, klassetilhørighet, religion og alder ha betydning for hvordan informantene åpner seg for forskeren, og for interaksjonsnormer (Kvale og Brinkmann 2009: 114; Silverman 2006: 86-87). Som en illustrasjon på disse mekanismene vil jeg vise til eksempler fra gjennomføringen av forskningsintervjuene i dette prosjektet. Dersom informantene hadde for dårlig kjennskap til NRKs tilbud til å kunne svare på

¹ Se appendiks I s. 115 for oversikt over informantenes bakgrunn.

spørsmålene, erfarte jeg at de reagerte med uttalelser av typen 'det er flaut, men jeg kan ikke svare på det', eller 'jeg skulle ha forberedt meg bedre'. Dette kan tolkes som tegn på at min bakgrunn som medieviter spiller en rolle i forholdet mellom forsker og informant. Dersom kunnskapen til informantene ikke var tilstrekkelig til å besvare relativt banale spørsmål, kunne reaksjonene deres oppleves som preget av pinlighet og forlegenhet.

Det mest interessante aspektet i forholdet til informantene er imidlertid hvordan etnisk og kulturell tilhørighet kan prege intervjusituasjonen. Min tilnærming til dette er at jeg ikke kan forstå tilværelsen som etnisk minoritet i det norske samfunnet og hva dette betyr for deres forhold til norske medier fullt ut. Jeg har fått adgang til å forstå en liten del av dette fenomenet gjennom meddelelsene til informantene mine. Det krysskulturelle aspektet kan være problematisk fordi min egen forforståelse kan gi avvikende forståelser fra informantenes reelle erfaringer. Men en måte å nærme seg denne problematikken på er å vise empati og sensitivitet for de intervjuedes situasjon, slik at samtalen går bra og informantene gir rike beskrivelser av erfaringene sine. I tillegg er det virkningsfullt å vise at forskeren behersker forskningstemaet godt, og å opptre profesjonelt når empirien hentes inn (Ross 2000: 137). Dette kan gi et inntrykk av at jobben som gjøres er viktigere enn hvem som gjør den, noe som kan bidra til å minimere problematikken rundt utforskning i etniske miljøer.

Samtidig gir, som jeg nevnte ovenfor, Clifford Geertz' 'thick descriptions' forskeren en mulighet til å bevisstgjøre sin egen posisjon vis a vis informantene under utforskningen. Fordi denne tilnærmingen innebærer å beskrive informantenes erfaringer fra deres egne perspektiver så detaljert som mulig, vil et rikt og detaljert datagrunnlag gi forskeren en mulighet til å ta et reflekterende skritt tilbake, og utlede analytisk og kritisk distanse til studieobjektet. Han hevder imidlertid at forskerens representasjoner av informantenes erfaringer umulig kan sammenfalle med informantenes reelle erfaringsgrunnlag:

To become aware of it is to realize that the line between mode of representation and substantive content is as undrawable in cultural analysis as it is in painting; and that fact in turn seems to threaten the objective status of anthropological knowledge by suggesting that its source is not social reality but scholarly artifice (Geertz 1973: 5).

En slik erkjennelse er viktig for å forstå hvilke metodiske utfordringer som ligger i krysskulturell eksplorering. Men behovet for kvalitativ forskning på dette feltet, krever at jeg involverer meg i datainnsamlingen og rapporterer funnene på min måte. Selvrefleksiviteten som oppstår gjennom de rike beskrivelsene kan distansere meg fra min egen forforståelse,

noe som bidrar til en delvis objektivisering av funnene. Som forsker bidrar dette også til at man oppnår en forståelse av kulturene man utfører forskningen i, slik at man kan tilnærme seg informantene ved å 'go native', altså vise forståelse og kunnskap om menneskenes identiteter. Dette innebærer en nær identifisering med informantenes perspektiver på verden, og kan få informantene til å åpne seg under forskningsintervjuene (Kvale og Brinkmann 2009: 75).

Men selv om krysskulturell eksplorering kan medføre metodiske utfordringer er ikke dette unikt for denne type studier, og det vil alltid være umulig å utgjøre en 'perfect match' med informantene uansett hvilket miljø forskningen foregår i (Griffin 1996: 189). Dessuten berører ikke min undersøkelse betente eller følsomme temaer. Forskningsintervjuene i denne studien handler om dagligdagse temaer som alle kan relatere seg til i mer eller mindre grad. Selv om jeg også utforsker etniske og kulturelle temaer, vil krysskulturell forskerdeltakelse trolig ha større betydning dersom forskningen er orientert rundt etnisitet og kultur som analysekategorier per se.

Dokumentanalyse

Særlig to av kapitlene i min studie bygger på dokumentanalyse. Dette er analyse av materiale og beretninger som er produsert av andre enn forskeren selv (Syvertsen 2004: 215). For å kartlegge det mediepolitiske rammeverket som berører etniske minoriteter, har jeg analysert relevante dokumenter, både internasjonale og nasjonale. Formålet med denne tilnærmingen er å gjøre rede for betydningsfulle avtaler og lover for flerkulturelles mediebruk i en nasjonal sammenheng. Fordi dokumenter er utledet gjennom institusjoners selvrepresentasjon, har jeg forsøkt å opprettholde en kritisk distanse til dokumentene, noe som viser seg i diskusjonene underveis. Hovedformålet med dokumentanalysene er ikke i denne sammenheng å utlede en kvalitativ vurdering av dokumentenes innhold, men snarere å gjøre rede for det gjennom en deskriptiv analyse. Leseren bør allikevel være oppmerksom på at det er mine egne tolkninger av dokumentene som ligger til grunn for formidlingen av innholdet.

Refleksjon rundt roller og relasjoner i forskningsprosjektet

Jeg ønsker å være åpen i forhold til mine egne relasjoner til mennesker og institusjoner som kan ha betydning for dokumentasjonen av funnene i dette forskningsprosjektet. Ettersom utviklingen av prosjektet tok til, foreslo min hovedveileder Gunn Enli, ved Institutt for medier og kommunikasjon, UiO, at det kunne være lurt å dra nytte av ressurser i NRK. Jeg innledet derfor et formelt samarbeid med medieforsker Hilde Thoresen i NRK Analyse, som har fungert som min biveileder i prosjektet.

For NRK er forskning på etniske minoriteter interessant fordi dette er målgrupper de sliter med å nå ut til. Jeg vil allikevel understreke at dette ikke er en forskningsrapport som er bestilt av NRK. Det er min jobb som forsker å holde en kritisk distanse til NRK i dette prosjektet, en jobb jeg tar svært alvorlig. Utover veiledertilknytningen til NRK, har jeg ved to anledninger hatt kortere arbeidsopphold på Marienlyst, en som praktikant i NRKs informasjonsavdeling, samt et kodeoppdrag for NRK Analyse. Jeg anser imidlertid relasjonene til NRK som verdifulle i forhold til å styrke oppgavens funn. Gjennom et profesjonelt forhold til veiledningen i NRK Analyse har jeg fått tilgang til data, kilder og kunnskap som ellers ville vært mindre tilgjengelige. Blant annet fikk jeg mulighet til å gjøre et forskningsintervju med Steinar Nielsen, tilgang til statistikk og dokumenter. Dessuten har veiledningen ved Institutt for medier og kommunikasjon bidratt til å ivareta hensynet til kritisk distanse og selvrefleksjon.

Oppsummering

For å undersøke etniske minoriteters forhold til NRK, har jeg vist hvordan et case studie med kvalitative forskningsintervjuer kan anvendes som et sentralt bevismiddel. Jeg har også vist hvordan min forståelse av kvalitative studier innebærer en kritisk refleksjon rundt forskerens involvering i innhenting av data. Gjennom kritisk selvrefleksjon og analytisk distanse vil jeg ivareta hensynet til vitenskaplig metode, mens åpenhet i forskningsprosessen bidrar til å styrke funnenes reliabilitet. Målet for studiet er å etablere innsikt i et fenomen som er lite utforsket, noe jeg mener denne metodiske tilnærmingen vil gjøre på en svært fruktbar måte.

Kapittel 4: Mediepolitikk

I dette kapitlet skal jeg behandle lover, konvensjoner og forpliktelser som berører medier og etniske minoriteter i ulike sammenhenger. Med en offentlighetsteoretisk tilnærming drøfter jeg demokratiske implikasjoner som kan relateres til etniske minoriteters rettigheter som samfunnsborgere i et medieperspektiv. Til tross for at internasjonale avtalers virkninger avhenger av nasjonal implementering, argumenterer jeg for at norsk mediepolitikk samsvarer godt med intensjonene i de internasjonale forpliktelsene. Videre plasserer jeg allmennkringkasting som et nøkkelredskap for å sikre minoritetsgrupper i samfunnet rettighetene som avtalene innebærer.

Internasjonalt avtale- og rammeverk

Det eksisterer en rekke internasjonale avtaler som berører etniske minoriteters rettigheter og som kan relateres til nasjonale mediesektorer i ulik grad. Enkelte avtaler går direkte inn på minoriteters rettigheter knyttet til medier, mens andre peker på generelle rettigheter av kulturell, sosial eller politisk karakter. I de vidtfavnende avtalene *FNs menneskerettserklæring* (1948) og *FNs internasjonale avtale om økonomiske, sosiale og kulturelle rettigheter* (1966a) slås det fast at alle har rett til å uttrykke seg selv og delta i kulturliv. Rettighetene kan forstås som viktige avtaler med relevans for mediesektorene i de landene som har ratifisert dem. Avtalene kan relateres til vern av både nasjonale minoriteter og minoriteter av utenlandske etniske opprinnelser, hvor noen er utformet med en ordlyd som inkluderer begge kategorier, mens andre er spesielt utformet for den enkelte kategori. I denne masteroppgaven ligger vekten på minoriteter med ikke-nasjonal etnisk bakgrunn, og derfor vil jeg kun gjøre rede for dokumenter som er relevante for denne kategorien.

Blant disse avtalene er *FNs konvensjon om sivile og politiske rettigheter* (1966b) som Norge ratifiserte i 1972. Konvensjonen går mer direkte inn på vern av minoriteter enn de øvrige FN-avtalene. Spesielt to av FN-konvensjonens 53 artikler kan relateres til minoritetsvern. I artikkel 19, som er klart forankret i menings- og ytringsfrihetsprinsipper, heter det at 'enhver skal ha rett til å ha egne meninger uten innblanding', i tillegg skal:

(...) enhver ha rett til ytringsfrihet; denne rett omfatter frihet til å søke, motta og meddele opplysninger og tanker av alle slag, uten hensyn til landegrensar, enten i muntlig, skriftlig eller trykt form, eller ved kunstneriske eller andre uttrykksmidler etter eget valg (FN 1966b).

Ved siden av å fremholde et universelt prinsipp om ytringsfrihet, gir artikkelen også ytrings adgang en vesentlig rolle i menneskers sivile og politiske rettigheter. En viktig del av artikkelen peker på at ethvert individ skal få tilgang til å spre ytringer gjennom uttrykksmidler etter eget valg. Implisitt i artikkelen ligger det dermed en bestemmelse om at minoriteter må få adgang i majoritetsmedier, dersom dette ønskes. Derfor påberoper artikkelen statlige handlinger som legger til rette for at etniske minoriteter representeres i ulike medier, samtidig som minoriteter bør bevilges roller i massemedienes produksjonsmiljøer.

FN-konvensjonens artikkel 27 er direkte knyttet til vern av etniske, språklige og religiøse minoriteter, og gir tilhørere av minoritetsgrupper retten til å 'sammen med andre medlemmer av sin gruppe, (...) dyrke sin egen kultur, bekjenne seg til og utøve sin egen religion, eller bruke sitt eget språk' (FN 1966b). Til sammen utgjør de to artiklene i konvensjonen en helhet som kan minne om deler av Jürgen Habermas' offentlighetsteori (1971). For Habermas står kommunikativ samhandling svært sentralt i demokratiske samfunn. Men for at krysskulturell kommunikativ samhandling skal utgjøre en demokratisk kjerne, er det viktig at alle samfunnsgrupper anerkjennes og bevilges kommunikasjonsrelaterte rettigheter på like vilkår i det offentlige rom.² FN-konvensjonens vekt på universelle individuelle rettigheter knyttet til ytringsfrihet og ytrings adgang kan forstås som forutsetninger for at slike situasjoner skal oppstå i demokratiske samfunn.

Det kan allikevel innvendes at FNs menneskerettigheter er mangelfulle med hensyn til det kommunikative aspektet i demokratiske forfatninger. For å stimulere en velfungerende flerkulturell offentlighet, blir ifølge Charles Husband (2000) FNs internasjonale forpliktelser mangelfulle fordi de er utarbeidet kun med hensyn til å sikre *rettighetene* til samfunnsborgere. Husband savner imidlertid *forpliktelser* til borgerne i konvensjonen. Med dette som utgangspunkt hevder Husband (2000: 209) at FN-konvensjonene som sikrer individuelle rettigheter burde suppleres med retten til å bli forstått. Et slikt supplement ville hatt særlig betydning for minoritetsbefolkninger som på forskjellige måter kan streve med tilværelsen i fremmede omgivelser, samtidig som forståelsesretten ville verne minoriteter mot majoritetstyranniet. Tilnærmingen distanserer seg fra FN-konvensjonen på et viktig prinsipp,

² Ved siden av Jürgen Habermas' offentlighetsteori, minner John Rawls' sosialliberale rettferdighetsteori om deler i FN-konvensjonen om politiske og sivile rettigheter. Blant annet hevder Rawls at et samfunn kun kan være rettferdig dersom deltakerne anerkjennes som likeverdige parter (Rawls 1971).

nemlig at den ikke nødvendigvis bevilger universelle rettigheter. Erkjennelsen av at mennesker bør ha en rett til å bli forstått betyr samtidig at man tillater ulik behandling av samfunnsgrupper etter behov. Legitime forskjellsbehandlinger kan for eksempel være subsidiering og støtte til medier, eller andre positive reguleringsiltak som gir adgang til offentligheten for sårbare grupper, tiltak som kan gi samfunnsgrupper en mulighet til å bli forstått.

Under FN-paraplyen ligger også United Nations educational, scientific and cultural organization (UNESCO) som blant annet finansierer, samler inn og publiserer forskning knyttet til medier, også noe relatert til etniske minoriteter (se f.eks. Dacyl og Westin 2001; Husband 1994). I tillegg er UNESCOs deklarasjon om kulturelt mangfold (2001) og konvensjonen om vern av mangfold og kulturelle uttrykk (2005) svært relevante ovenfor etniske minoriteters rettigheter. Disse anerkjenner kulturell diversitet som en felles kulturarv, og som en forlengelse av FN-konvensjonen fremmer de ytringsfrihet, dialog og samhandling som nøkkelementer for å oppnå harmoni i flerkulturelle samfunn. De anerkjenner også medier og kommunikasjon i moderne samfunn som både en utfordring, men også et verktøy i forhold til å skape toleranse, forståelse og dialog på tvers av kulturelle skillelinjer. Dokumentene kan forstås som en kultivasjon av FNs ulike avtaledeler som handler om rettigheter knyttet til kulturell diversitet fordi den samler sammen, og bygger videre på formuleringer som er gjort i disse.

Men til tross for at slike multilaterale avtaler kan knyttes til vern av etniske minoriteter gjennom mediene, kan avtalenes virkninger diskuteres. Ifølge Donald Browne (2005) er etniske minoriteter et underprioritert område i FN, og han kritiserer organisasjonen for å være preget av en 'hands-off' policy ovenfor nasjonalstater, med mindre etniske minoriteter står ovenfor direkte fysiske trusler av særlig alvorlig grad (Browne 2005: 72). Konvensjonene krever nasjonalpolitisk handling for å tre i kraft, og de ulike nasjonalstatenes vilje til å implementere strategier som skal gi minoriteter medierelaterte rettigheter bestemmer i stor grad konvensjonenes virkninger. Rettighetene de fremholder vil neppe ivaretas gjennom kommersielle mediesystemer, fordi hensynet til profitt trolig vil hindre de potensielle demokratiske ressursene å blomstre (Husband 2000: 204). For å sikre minoriteters rettigheter er det derfor nødvendig med medieregulatoriske inngrep og aktiv styring av mediene. Blant annet er det viktig å etablere retningslinjer som oppfordrer til produksjon av medieinnhold rettet mot minoritetsgrupper, og å opprettholde ordninger som har til hensikt å verne om småskalamedier, som f.eks. pressestøtte og momsfratak, noe som sikrer en bredde i

mediefloraen og derigjennom eksistens av blant annet minoritetsmedier. Men det viktigste mediepolitiske verktøyet som kan knyttes til internasjonale konvensjoner om vern av etniske minoriteter og kulturelt mangfold er allmennkringkastingen. Fordi allmennkringkasterne forplikter seg til å forholde seg til det flerkulturelle samfunnet som sitt publikum, samler de etniske grupper sammen til felles erfaringer, noe som kan bidra til å etablere forståelse og respekt på tvers av kulturelle skillelinjer.

Europeiske avtaler: marked vs. kultur

Som nasjon er Norge deltaker i EUs program for kulturelt samarbeid gjennom det europeiske økonomiske samarbeidsområdet (EØS-avtalen). Programmet er en samarbeidsavtale som skal etablere samhandling på tvers av nasjonale grenser, og verne om Europas kulturelle mangfold. I tillegg har Norge et forhold til EU gjennom EFTA-avtalen (the European free trade association), en frihandelsavtale som også innebærer et omfattende samarbeid med EU blant annet på kulturområdet. EFTAs overvåkningsorgan ESA (European surveillance authority) overvåker at nasjonalstater ikke vedtar lover som er i strid med EU-reglene, og er kanskje den viktigste kontaktflaten mellom Norge og EU-systemet (Syvertsen 2004: 223). I forhold til medier og etnisitet er det europeiske lovverket ofte generelt eller minimalt, og det ligger et stort ansvar på medlemsstatene eller berørte nasjoner å implementere og videreføre vedtektene.

I EUs direktiv for tv-tjenester som ble vedtatt i 1989 og revidert ved flere anledninger, senest i 2007, bindes medlemsstater til å implementere vedtektene i nasjonal lovgivning. Etter 2007-revisjonen omfatter direktivet alle audiovisuelle tjenester, og berørte parter pliktet å gjennomføre direktivet i nasjonal lovgivning i løpet av 2009. Direktivet kan settes i en mellomposisjon mellom næringspolitisk og kulturpolitisk sammenheng. Det tar spesielt hensyn til konkurransevilkår og teknologisk utvikling, og det er opptatt av å fremme retningslinjer som opprettholder et funksjonelt marked. Det innebærer blant annet at hensynet til kulturell diversitet skal ivaretas i de ulike nasjonale mediemarkedene. Direktivet anerkjenner audiovisuelle tjenester som et økonomisk marked, men også som kulturelle tjenester, og det støtter eksplisitt opp under og respekterer prinsippene i UNESCO-konvensjonen om vern av mangfold og kulturelle uttrykk, som jeg omtalte ovenfor (EU 2007: 332/28).

Gjennom Amsterdam-traktaten fra 1997, anerkjenner EU behovet for allmennkringkastingen som en kulturell motvekt til kommersielle markedskrefter. Her knyttes allmennkringkastingen til demokratiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet, og til behovet for å opprettholde pluralisme i mediemarkedet (EU 1997). I moderne multimediale samfunn må det altså etterstrebtes en modell som både tillater og tilbyr et reelt mangfold i meningsutvekslingen. En måte å oppnå dette på er å utøve 'regulert pluralisme' (Thompson 1995: 340), noe jeg mener samsvarer med innholdet i Amsterdam-traktaten. Med regulert pluralisme menes etableringen av institusjonelle rammeverk som sikrer eksistensen av mangfold blant uavhengige medieorganisasjoner i samfunnet:

It is a principle which takes seriously the traditional liberal emphasis on the freedom of expression and on the importance of sustaining media institutions which are independent of state power. But it is a principle which also recognizes that the market left to itself will not necessarily secure the conditions of freedom of expression and promote diversity and pluralism in the sphere of communication (Thompson 1995: 341).

Som et direkte forsvar av etniske minoriteters rettigheter gjennom mediene kan ikke Amsterdam-traktaten tolkes, men anerkjennelsen av allmennkringkasting som en viktig samfunnsinstitusjon sikrer en indirekte støtte som gir minoritetsgrupper tilgang til relevant medieinnhold, samtidig som det utgjør en potensiell deltakelsesplattform i det offentlige rom.

Det kan innvendes at traktaten preges av et motsetningsfylt forhold mellom næringspolitiske og kulturpolitiske mål, fordi den ved siden av å verne om allmennkringkastingen bestemmer at finansieringen av allmennkringkastingen ikke skal være til hinder for handels- og markedskonkurransen i EU (EU 1997). Gjennom denne formuleringen opprettholdes et press mot allmennkringkasterne, som ved siden av å kjempe mot kommersielle aktører, også er forpliktet til å betjene kommersielt uattraktive markedssegmenter. Slik kan traktaten defineres som svært ambivalent, og det kan virke som om EU-målene er uforenlige grunnet inkompatible intensjoner. Samtidig som allmennkringkastingens positive sider applauderes, ønsker EU at allmennkringkastingens tilstedeværelse ikke skal forårsake negative virkninger i markedsliberalistisk forstand.

Norsk mediepolitisk tilnærming til etniske minoriteter

I boken *Mediemangfold* identifiserer Trine Syvertsen (2004) tre aktuelle styringsregimer i norsk mediepolitikk. Et kulturpolitisk reguleringsregime knytter hun opp mot mediesystemet som helhet, og ser det i sammenheng med mål som er rettet mot samfunnsmessige behov og mediebrukere som samfunnsborgere. Under det forbrukerpolitiske regimet ligger lover, bestemmelser og forpliktelser som handler om publikums rettigheter som individuelle forbrukere. Videre viser Syvertsen til et næringspolitisk regime, noe hun ser i sammenheng med markedsstimulerende tiltak (Syvertsen 2004: 74).

De tre regimene kan knyttes til minoritetsbeskyttelse gjennom mediene på forskjellige områder. Jeg argumenterer allikevel for at det kulturpolitiske og det forbrukerpolitiske regimet går mest direkte inn på vern og beskyttelse av etniske minoriteters rettigheter. Under disse regimene faller tiltak som skal sikre nasjonen en sunn offentlighet som er preget av mangfold og pluralisme, samtidig som sårbare grupper og minoriteter skal anerkjennes som en del av et allment mediepublikum. Som en forutsetning for at minoriteters rettigheter skal ivaretas er det også vesentlig at markedet sikrer bredde og mangfold, noe som impliserer at det næringspolitiske regimet har en mer indirekte virkning på vern av etniske minoriteter. Regimene er i tillegg overlappende og det vil være vanskelig å peke på styring som er forankret i kun ett regime. Men som en utviklingstrend viser Syvertsen at kulturpolitiske reguleringsordninger etter hvert har blitt avløst av mer liberale næringspolitiske styringsprinsipper (Syvertsen 2004: 19).

Som jeg har forespeilet ovenfor, ligger det største ansvaret i forhold til å sikre minoriteters rettigheter gjennom mediene på et nasjonalpolitisk nivå (Browne 2005: 78). De internasjonale avtalene er spesielt opptatt av å sikre ytringsfrihet og ytrings adgang på et universelt grunnlag. I Norge sikres retten til å ytre seg fritt i Grunnlovens § 100, hvor det slås fast at 'Ytringsfrihet bør finde Sted', og at denne rett er allmenn for landets borgere. Ytringsfrihetsparagrafen sier imidlertid ikke noe om retten til ytrings adgang, noe som er en sentral del av FN's forpliktelser. Men gjennom ulike økonomiske støtteordninger og subsidieringer har norsk mediepolitikk bidratt til å sikre et mangfold av medieaktører i markedet, noe som har styrket minoritetsgruppers publisitet i offentligheten. Derfor er det et paradoks at den samme statsstøtten som har sikret marginale samfunnsgrupper et talerør, også har vært diskutert med bakgrunn i idéen om at ytrings- og pressefrihet skal være mest mulig uavhengig av styresmaktene (Bastiansen og Dahl 2003: 422). Statlige forbindelser med

medieaktører kan nemlig svekke den kritiske tilnærmingen og uavhengigheten massemedier kan ha til myndighetene. Men i forhold til internasjonalt avtaleverk om minoriteters rettigheter, er dette en legitim praksis fordi det sikrer både ytringsfrihet og ytrings adgang til sårbare samfunnsgrupper gjennom mediene.

Under den nasjonale konteksten ligger også allmennkringkastingen. I NRK omtaler de sin arbeidsoppgave som et samfunnsoppdrag. Dette har sammenheng med vedtekter, programforpliktelser og NRK-plakaten, som er overordnede retningslinjer som skal gi uttrykk for de krav og forventninger fellesskapet har til NRK. Dersom vi sammenligner innholdet i disse dokumentene med de internasjonale og europeiske avtalene jeg har gjort rede for, sammenfaller de godt. I NRK-plakaten heter det at: 'NRK skal formidle kunnskap og speile mangfoldet i det norske samfunnet. NRK skal skape arenaer for debatt og informasjon om Norge som et flerkulturelt samfunn'. Det er også uttrykt at NRK skal ha et tilbud til minoriteter og til mangfoldet av livssyn og religioner i det norske samfunnet (St.meld. nr. 6 (2008-2009)). Dessuten gir NRKs vedtekter retningslinjer for hvordan NRK skal gjøre oppdraget sitt på en måte som gir tilbud til mangfoldet i det norske samfunnet.

En innvending mot NRKs retningslinjer kan knyttes til at de forfekter et utopisk ideal, og stiller urimelige krav til én enkelt medieaktør. Fordi NRK må kjempe mot kommersielle aktører samtidig som de skal ivareta hensynet til smale samfunnsgrupper, kan det være en fare for at majoriteten får sitt tilbud, mens marginale publikumsgrupper nedprioriteres. En viktig oppgave i fremtiden for NRK vil derfor bli å utforme strategier som forener majoriteten med minoriteter i sin tilnærming til publikum. Det vil ikke være et adekvat samfunnsoppdrag dersom NRKs innhold ikke er relevant for enkelte samfunnsgrupper. Men Steinar Nielsen, en av mediebestillerne i NRK, oppfatter ikke det politiske rammeverket som motsetningsfylt med hensyn til samfunnsoppdraget de utfører:

Det er dekkende for allmennkringkastingsoppdraget vi utfører, at det skal speile mangfoldet, noe som er uttrykt på forskjellige måter i vedtektene og i plakaten vår. Så det er mer et spørsmål om hvordan vi løfter frem disse setningene og gjør dem til en del av vår praksis. (Intervju, 17.11.09).

Handlingsfriheten han beskriver her bekrefter at reguleringen som retter seg mot å gi etniske minoriteter rettigheter i norske medier er ganske løst organisert. Lovverket på området kan defineres som minimalt, og aktørene bestemmer altså selv i noen grad over sin satsing på området.

Oppsummering

Kapitlet har tatt for seg bestemmelser, konvensjoner og lover som har betydning for flerkulturelle mediebrukere på forskjellige måter. Jeg har vist hvordan internasjonalt avtaleverk avhenger av nasjonal fortolkning og implementering som en forutsetning for de faktiske virkningene de har. I norsk sammenheng har jeg imidlertid påvist et godt samsvar mellom de supranasjonale FN-konvensjonene, EU-bestemmelsene og den nasjonale tilnærmingen til flerkulturelles rettigheter sett fra et mediepolitisk perspektiv. I neste kapittel skal jeg gå nærmere inn på hvordan NRK tilnærmer seg etniske minoriteter som sitt publikum.

Kapittel 5: NRKs tilnærming til flerkulturelle publikumsgrupper

Dette kapitlet analyserer på bakgrunn av et kvalitativt forskningsintervju og dokumentanalyse hvordan NRK tilnærmer seg et flerkulturelt publikum. Et formål med analysen er å etablere rammer for den videre utforskningen av flerkulturelles mediebruk. Jeg vil drøfte konkrete områder NRK jobber på for å styrke sin posisjon blant flerkulturelle. Som underleggende drivkrefter for satsingen fremmer jeg påstanden om at markedsmål og samfunnsoppdraget spiller sentrale roller.

NRKs mangfoldsprosjekt

For NRK er det problematisk at flerkulturelle er lavt representert blant sitt publikum. Dette skyldes at det norske samfunnet består av en betydelig andel individer med annen bakgrunn enn etnisk norsk, og at NRK som lisensfinansiert allmennkringkaster har et ansvar i forhold til disse samfunnsgruppene (St. meld. nr 6 (2007-2008)). I januar 2009 viser statistikk at 423 000 personer i Norge havner innenfor kategorien innvandrere. I tillegg har 86 000 personer blitt født i Norge av innvandrerforeldre. Til sammen utgjør disse kategoriene 10,6 prosentpoeng av den norske befolkningen. Av disse er omlag halvparten, 47 prosent, innvandrere med røtter fra Asia, Afrika og Latin-Amerika (SSB 2009). En undersøkelse, også fra SSB (Vaage 2009: 35), viser at spesielt mediebrukere fra disse befolkningsgruppene er underrepresentert blant allmennkringkasterens publikum. Med forankring i disse omstendighetene har det blitt etablert et prosjekt internt i NRK, hvor noe av hensikten er å øke andelen flerkulturelle brukere til sine egne tjenester.

Dette prosjektet, som i NRK omtales som 'mangfoldsprosjektet', er et strategisk arbeid. En arbeidsgruppe har kartlagt ulike problemstillinger og implementerer nå planer for å styrke sin posisjon som et attraktivt tilbud blant flerkulturelle mediebrukere. Prosjektet er lagt til NRKs mediebestillere, stillinger som innebærer ansvar for den strategiske planleggingen av innholdstilbudet til NRK. Ansvarsområdene er fordelt på sjangere, slik at de involverte, i alt tre personer, arbeider innenfor hvert sitt avgrensede felt. Som jeg har vært inne på i metodekapitlet bygger innholdet i dette kapitlet hovedsaklig på et forskningsintervju med en av mediebestillerne i NRK, Steinar Nielsen, som har nyheter, distrikt og NRK Sámi Radio

som sine sjanger- og arbeidsområder. De to øvrige prosjektmedarbeiderne jobber innenfor sjangerområdene drama, kultur, underholdning og ung, samt barn og faktastoff. Fordi mangfoldsprosjektet er lagt til mediebestillerne er dette et naturlig utgangspunkt for å kartlegge NRKs strategier i forhold til flerkulturelle publikumsgrupper.

Målsettinger: samfunnsoppdrag og markeds mål

Som et fundament for NRKs tilnærming til den lave andelen brukere av allmennkringkasterens tjenester blant flerkulturelle miljøer i Norge, har jeg identifisert målsettinger knyttet til to sentrale kategorier. Disse definerer jeg som *markeds mål* og *NRKs samfunnsoppdrag*. Markeds målene er relatert til den betydelige andelen mennesker med innvandrerbakgrunn i Norge. En andel på omkring 10 prosent av befolkningen utgjør et svært attraktivt markedssegment for NRK som det kjempes om i konkurranse med andre medieaktører. I følge mediebestiller Steinar Nielsen i NRK ser selskapet på dette markedet som et helt nødvendig prioriteringsområde:

Dette er en stor del av befolkningen vår. Hvis vi ikke klarer å nå frem til denne gruppen så velger vi bort en fjerdedel av det segmentet vi kan hente seere og lyttere fra i forhold til Oslo. (...) Det er klart at hvis du har problemer med å være relevant for en så stor del av befolkningen, da har du et markedsproblem. (Intervju, 17.11.09).

Den høye prioriteten markeds målene har i NRK faller naturlig. Lisensfinansieringen krever at NRK innehar en viss markedsandel for at betalerne skal anse den som legitim. Mediepolitisk er det også viktig for NRK å vise til høy oppslutning blant brukerne for å videreføre politisk konsensus om ordningen. I tillegg har allmennkringkasternes finansiering en relasjon til kommersielle konkurrenter, noe som betyr at markedsandelene til NRK også utgjør en ambivalens. Aktørene i det kommersielle markedet må anse finansieringen som rettferdig med henhold til hvilke rammevilkår allmennkringkasterne bevilges i det samme markedet som de selv opererer i. Fra de privatdrevne mediemiljøene hevdes det ofte at allmennkringkastingen forårsaker markedssvikt og dårlige konkurranseforhold (Chakravartty og Sarikakis 2006: 90; Moe 2007: 59). Med sterk oppslutning vil denne type argumentasjon veie tyngre, og vil kunne svekke den offentlige finansieringsmodellens legitimitet.

Samfunnsoppdraget er knyttet til NRKs allmennkringkasterforpliktelser. I forhold til samfunnsmessige konsekvenser viser medieforskeren Graham Murdock (1992) til noen nøkkelaspekter som allmennkringkastingen har tilført samfunnet. For det første har offentlig kringkasting etablert en arena hvor politiske partier og interesseorganisasjoner utøver meningsbryting. Gjennom utveksling av meninger har kringkastingen gitt offentligheten en mulighet til å overvåke og dermed også handle overfor maktinnehavere. Lisensfinansiert allmennkringkasting utgjør slik en overlappende institusjon i ulike deler av samfunnet, dvs. at virkningsområdene danner et sosialt bindeledd mellom et borgerskapsfelt, et politisk felt og et kulturelt felt. En direkte konsekvens av dette har vært en omorganisering av skillelinjene mellom private og offentlige sfærer i samfunnet (Murdock 1992: 33). Som en instans i den norske offentligheten bidrar allmennkringkastingen til at det offentlige liv blir mer tilgjengelig også i privatsfæren. Den offentlige kolonialiseringen av den private livsverdenen har åpnet for en frigjøring av borgeres muligheter til refleksjon over samfunnsrelevant informasjon. I et slikt perspektiv har allmennkringkastingen gitt borgere nye og bedre muligheter til å påvirke det samfunnet de lever i, og kan anses som en demokratisk ressurs i det norske samfunnet. Allmennkringkasterne tilbyr et bredt spekter av:

(...) information, insights, arguments, and explanations that enable people to make sense of the changes affecting their lives, and to evaluate the range of actions open to them both as individuals and as members of a political community (Murdock 1988: 78).

Dette er i tråd med NRKs strategier knyttet til samfunnsoppdraget, altså at institusjonen skal fremmes som en berikende kilde i menneskers liv, både privat og offentlig. Av NRK trekkes det demokratiske aspektet ved allmennkringkastingen frem som en helt sentral drivkraft bak satsingen på institusjonens underrepresenterte publikumsgrupper. Dersom NRK ikke oppfattes som relevant i en betydelig samfunnsgruppe, kan et demokratisk problem oppstå i form av informasjonskløfter i samfunnet. For å motvirke dette er det i følge Steinar Nielsen viktig at selskapet har gjennomslagskraft i en størst mulig del av befolkningen, uansett alder, etnisitet, geografisk tilknytning eller andre variabler:

Vi har det samme ansvaret overfor etniske minoriteter som vi har overfor befolkningen forøvrig. Allmennkringkastingsplakaten gjelder for hele befolkningen, og vi har et ansvar for å nå frem. Hvis det dannes informasjonsmessige luftlommer i samfunnet vårt, så føler jeg at vi må påta oss en del av ansvaret for at slike lommer ikke oppstår. (...) Vi finansieres av det norske folk for å nå frem med informasjon, underholdning og relevant innhold til hele befolkningen. (Intervju, NRK, 17.11.09).

Dersom ingen medier i samfunnet makter å samle samfunnsgrupper til fellesefart innhold, kan dette resultere i at informasjonskløftene slår røtter, noe som på sikt kan forårsake fremvekst av parallelle referanseuniverser. Fordi folkevandringer har resultert i et større kulturelt mangfold enn tidligere, er også risikoen større for at enkelte havner utenfor hovedstrømmingene av informasjonstilførsel. Dette kan svekke funksjonsevnene deres som samfunnsmedlemmer. For å illustrere argumentet vil jeg vise til et eksempel fra Danmark, hvor det ble hevdet at store grupper innvandrere hadde mangelfull eller ingen kunnskap om influensa A (H1N1). I følge danske medier skyldes dette at helsevesenets tradisjonelle kommunikasjonskanaler, blant annet massemedier ikke når frem i enkelte innvandrer miljøer (Andersen 2009). Konsekvensen kan være at viktig informasjon, i dette tilfellet om vaksinasjon til mennesker innenfor risikogrupperne, ikke når frem. NRK mener det er viktig at tilsvarende hendelser ikke forekommer i Norge, og at informasjon som kan hjelpe sitt publikum i rollen som samfunnsborgere når frem til alle (intervju med Steinar Nielsen, NRK, 17.11.09).

Informasjonskløfter i samfunnet er problematiske også på en annen måte. Dersom blant annet mediebruken til etniske grupper i samfunnet bidrar til at det oppstår ulike referanseverdener i forskjellige miljøer, kan det oppstå intersosiale skillelinjer mellom ulike grupper. Med dette mener jeg at fravær av gjennomslagskraft i enkelte samfunnsgrupper kan bygge opp under en oppfatning av at det eksisterer et 'oss' og et 'dem', og at dette kan virke forsterkende på avstanden mellom etniske samfunnsgrupper. Flere forskningsprosjekter har vist til eksistensen av slike skiller i den norske journalistikken (Eide 2002b: 51). Ut fra de ideelle forpliktelsene i allmennkringkasteroppdraget ligger det altså et viktig poeng i at NRK skal nå bredt ut i samfunnet, og integrere etniske minoriteter så vel som majoritetsbefolkningen. Ved siden av markedsmålene anser jeg dette for å være en sentral drivkraft i NRKs arbeid med flerkulturelle publikumsgrupper.

Strategiområder: innhold, relevans og identifikasjon

Felles for både NRKs samfunnsoppdrag og markedsmål er at de ikke kan defineres som direkte selvinitierte. Selv om markedsmålene settes formelt av NRK, etterstrebes de først og fremst gjennom et ønske om å opprettholde legitimitet på forskjellige måter. Allmennkringkasterforpliktelser, vedtekter og NRK-plakaten ligger til grunn for

samfunnsoppdraget til NRK. Medietilsynets allmennkringkastingsrapporter de senere årene viser at NRK gradvis har bedret sin satsing på etniske minoriteter, og forskning dokumenterer at institusjonen er i front blant norske riksmidier når det gjelder satsing på området (Bjørnsen 2009: 35; Medietilsynet 2009). Innenfor de to hovedmålene kan NRKs strategi deles inn i tre ulike arbeidsområder. Disse områdene er mer konkrete felt hvor NRK jobber strategisk med å forbedre seg på for å bli mer attraktiv blant flerkulturelle publikumsgrupper. Områdene orienterer seg rundt tre akser; *innholdsaksen*, *relevansaksen* og *identifikasjonsaksen*, begreper som en av mediebestillerne i NRK, Steinar Nielsen, lanserte under forskningsintervjuet. De ulike aksene som NRK satser på kan ikke leses frittstående. For eksempel er det ikke tilstrekkelig med en kvantitativ forbedring av identitetsaksen, dersom en kvalitativ forbedring av innholdet og relevansen uteblir.

Innholdsaksen

Innholdsaksen handler om at NRK skal ha programinnhold og stoff om innvandrings- og integreringsprosesser som foregår i Norge. En tilnærming til dette er å problematisere og diskutere innvandring og integrering, altså å fungere som en arena for flerkulturell meningsutveksling og debatt. Dette er i tråd med NRKs vedtekter under § 14 som omhandler kultur, identitet og språk. I avsnitt c. heter det at 'NRK skal formidle kunnskap om ulike grupper og om mangfoldet i det norske samfunnet. NRK skal skape arenaer for debatt og informasjon om Norge som et flerkulturelt samfunn' (NRK 2009a). Det er også viktig at det produseres underholdning og drama om slike temaer slik at disse problemstillingene når bredt ut i befolkningen. Mye er gjort på dette området, men NRK ønsker å ta et steg videre i forhold til innholdet:

Man må gradvis normalisere at vi er et flerkulturelt samfunn. Det foregår en kontinuerlig integreringsprosess hvor det ikke bare er et sakskompleks som skal behandles spesielt. Det skal være en del av samfunnsdebatten, men vi vil bort fra en 'vi' og 'de'-journalistikk. (Intervju, 17.11.09).

Steinar Nielsen nevner for eksempel at de har laget flere dramaproduksjoner som speiler et mer flerkulturelt samfunn enn de har gjort tidligere, og som viser frem integreringsutfordringer og drøfter ulike problemstillinger knyttet til innvandring. Det ble særlig vist til produksjoner som omhandler flerkulturelle ungdomsmiljøer, som for eksempel

dramaserien *AF1* (NRK Super). En sentral utfordring for allmennkringkastere fremover blir å produsere innhold som har elementer av flerkulturell appell samtidig som hensynet til allmennheten ivaretas (Christensen 2001: 81). Men Norge er et flerkulturelt land, og dermed er norsk identitet også flerkulturell. Derfor er dette naturlige problemstillinger å forholde seg til i produksjonsmiljøene. NRK har imidlertid en jobb å gjøre i forhold til de mer offisiøse områdene i institusjonen. I følge Steinar Nielsen har de kommet kortest i forhold til å speile befolkningens etniske sammensetting i programlederroller, nyhetsformidlingen og i politiske debatter som sendes i NRK. Innvandring og integrering er altså en del av innholdstematikken, men uten å ha statistikk å vise til erkjenner NRK at andelen medarbeidere i NRK med flerkulturell bakgrunn er forholdsvis lav.

Identifikasjonsaksen

Identifikasjonsaksen handler om å styrke flerkulturelles identifikasjon i NRKs tilbud. Denne aksen gjør seg særlig gjeldende i tv hvor det visuelle står sentralt, fordi kulturell identitet kommer sterkt til syne på tv. Barne- og ungdomsavdelingen i NRK har hatt et bevisst forhold til dette området, og har i følge mediebestiller Steinar Nielsen satset målrettet spesielt med hensyn til å gjøre flerkulturelle mer synlig:

Barne- og ungdomsavdelingen i NRK har vært oppmerksomme på denne problemstillingen veldig lenge. De har vært opptatt av at unger som ser på barne-tv skal kjenne seg igjen når de ser på barnedrama eller studioproduksjoner. Det skal være unger som ser forskjellige ut, som snakker litt forskjellig, og har litt forskjellige referanser. Det har vi gjort i mange år. (Intervju, NRK, 17.11.09).

Det er neppe tilfeldig at bevisstheten har vært sterk i forhold til identitetsaksen i barne- og ungdomsavdelingen, men snarere en strategisk gjennomtenkt tilnærming. Medievaner dannes hos brukerne som barn, og det er viktig for NRK å etablere referanser til NRKs univers blant de yngre brukerne. Spesielt med tiltakende konkurranse i barnesjiktet er det et poeng for NRK å markere seg ovenfor disse brukerne. I henhold til mine egne undersøkelser av flerkulturelles mediebruk, hevder flere av informantene at deres forhold til NRK ble etablert allerede som barn, noe som også preger deres oppfatning av NRK i dag.

En viktig grunn til den lave andelen med etnisk minoritetsbakgrunn i de andre delene av NRKs tilbud skyldes delvis vanskeligheter med rekruttering fra innvandrer miljøene.

Steinar Nielsen har selv erfaring med rekrutteringsarbeid fra journalistutdanningsinstitusjonene, og hevder at det generelt er få journalister med innvandrerbakgrunn. Dette skyldes trolig at journalistikk ikke er et statusstudium blant innvandremiljøer, noe som er i tråd med funn fra undersøkelser i Danmark og Norge (Jensen 2001: 60; Svensen 2000: 49). Dessuten har studier vist til fraværet av en aktiv rekrutteringspolitikk overfor minoritetsjournalister (Mikkelsen 2009: 7). Det flerkulturelle prosjektet NRK FleRe er et initiativ NRK har igangsatt for å synliggjøre et mer flerkulturelt Norge i programmene sine. Prosjektet ble etablert i 2007 og varte i første omgang til og med 2009. Det hadde tre opptak med til sammen 15 journalister som ble tilbudt stipendiatstillinger i NRK Østlandssendingen over seks måneder. I følge prosjektleder for NRK FleRe, Marianne Mikkelsen, var det nesten 170 søkere til prosjektets første kull, hvorav veldig mange var svært sterke søkere (Christiansen 2007). En slik sterk søkermasse vitner om at det også burde være mulig å finne flerkulturelle kandidater til ordinære journaliststillinger i NRK.

I februar 2010 ble NRK tildelt en pris i regi av Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi) for sitt arbeid med NRK FleRe, grunnet synet 'på mangfoldsarbeid som en del av sitt samfunnsansvar'. Videre heter det at juryen har 'lagt vekt på at NRK bidrar til å synliggjøre mangfoldet i samfunnet på en naturlig måte' (IMDi 2009). Samtidig er prosjektet utvidet fra og med 2010 noe som blant annet innebærer innføring av lengre stipendiatperioder for de involverte. Dersom dette fører til en sterkere rekruttering av flerkulturelle medarbeidere i NRK, kan dette også få betydning for minoritetsbrukernes forhold til allmennkringkasterens tilbud. En statusrapport fra FleRe-prosjektet fra desember 2009 viser at mange av praktikantene har blitt rekruttert til vikariater og faste stillinger i NRK. Allikevel er det vanskelig for mange av stipendiatene å få fotfeste i NRK fordi det er knapphet på stillinger i institusjonen. Stipendiatene har imidlertid 'intern status', noe som innebærer at de kan søke på internt utlyste stillinger som er forbeholdt fast ansatte (NRK 2009b). Prosjektet gir derfor håp om at rekrutteringen av flerkulturelle medarbeidere blir bedre.

Det flerkulturelle prosjektet NRK FleRe kan ikke bare forstås som et rekrutteringsprosjekt, men det kan også være et ledd i NRKs omdømmebygging. For landets største mediehus er det viktig å opprettholde et bilde av seg selv som inkluderende, og inneha en foregangsrolle i spørsmål knyttet til integrering i det norske samfunnet. Som lisensfinansiert allmennkringkaster hviler det i tillegg et stort ansvar på NRK om at institusjonen skal være åpen for alle samfunnets medlemmer uansett etnisitet. NRK FleRe har ikke utelukkende en slik strategisk funksjon, men slike prosjekter bidrar samtidig til å

oppretholde et visst image, noe som har betydning ovenfor institusjonens relasjoner til publikum, konkurrenter og politikere fordi inntrykket av NRK kan endres. Om det er viktig for omdømmet å gjøre etniske minoriteter mer synlig i NRKs tilbud sier Steinar Nielsen:

Det å være relevant, på høyden og i takt med tiden er en viktig omdømmefaktor for en mediebedrift. Hvis vi ikke følger med og sakter akterut, så vil vi fremstå som gammelmodige og ikke tidsmessige. Sånn sett er det viktig for omdømmet vårt at vi oppfattes som en tidsmessig og en relevant mediebedrift. (Intervju, 17.11.09).

Som et ytterligere ledd i strategiene knyttet til å styrke sitt forhold til flerkulturelle, har det blitt utarbeidet en utvidet referanseliste i nyhetsredaksjonen spesielt med tanke på å tilknytte seg flere kilder med flerkulturell bakgrunn. Referanselistene er tematisk ordnede kontaktarkiv som journalister tar i bruk for å treffe kilder med den rette kompetansen i forhold til sin sak, eller for å finne deltakere til debatter. I 2008 reviderte NRK arkivet slik at det i dag har et større mangfold av flerkulturelle kilder.

Til tross for at kildebasen er utbedret for å øke flerkulturell identifikasjon i sitt innhold, er det også viktig å reflektere rundt flerkulturell eksponeringsammenheng. Dette er det også bevissthet rundt i NRK, og mediebestiller Steinar Nielsen hevder at det må være et poeng med den utvidede referanselisten at flerkulturelle kilder også benyttes i tilfeller som ikke handler om innvandringsproblematikk:

Vi er opptatt av at folk som særlig opptre på fjernsyn skal se ut som folk flest i Norge. Noen skal være rosa, noen skal være rødhåret, noen skal være mørkhåret, noen skal snakke bergensdialekt og noen skal snakke litt gebrokkent. Dette skal være folk som leser nyheter, som spiller i barnedrama, som spiller i fjernsynsdrama og som deltar i debattprogrammer. Da er jeg opptatt av at vi ikke skal ha med en flerkulturell debattant hver gang vi diskuterer hijab eller noe sånt. Vi skal ha med flerkulturelle debattanter også når vi diskuterer skolemat, barneoppdragelse eller kollektivtrafikk. (Intervju, 17.11.09).

Her påpekes det at NRK ønsker å gjøre flerkulturelle til normale innslag i sitt generelle innhold. Selv om dette er et uttalt mål, må den reelle praksisen ligge til grunn for en vurdering av de faktiske forholdene. Derfor er det et stort behov for forskning som undersøker flerkulturelles deltakelse i allmennkringkasterens innhold, kanskje spesielt i forhold til innhold med en bred appell i den etnisk norske befolkningen.

Relevansaksen

Det siste satsingsområdet i NRKs mangfoldsprosjekt er relevans, som handler om å gjøre innholdet relevant for alle mennesker i samfunnet. Det innebærer å fange flerkulturelle interesser med hensyn til et bredt spekter av kategorier, slik at NRK gir tilbud som appeller til flerkulturelle så vel som etniske nordmenn. Derfor etterstreber NRK å gjøre informasjon og underholdning mer tilgjengelig i forhold til særskilte interesser som kan defineres som flerkulturelle. I følge Steinar Nielsen er en konkret strategi i forhold til å styrke NRKs relevans blant flerkulturelle å orientere seg mot medieinteresser som er vanlige blant yngre mennesker. Blant yngre mediebrukere er særlig kommersielle kanaler, og særlig vestlig innhold mye brukt (Vaage 2009: 36). Men dersom dette skal ligge til grunn for NRKs orientering mot et flerkulturelt publikum, innebærer det en kommersiell dreining i innholdsproduksjonen, noe som strider med allmennkringkasteroppdraget.

Det er også et poeng med satsingen på å styrke sin relevans blant flerkulturelle at relevansen ikke kun skal speiles gjennom nisjetilbud og smale produksjoner. Spesialprogrammer for innvandrere som for eksempel radio- og tv-programmet *Migrapolis* (P2/NRK 1) er et tilbud som det er naturlig å anta har en stor grad av relevans for mange mennesker med flerkulturell bakgrunn. Men dersom store deler av det øvrige innholdet i NRK er mer relevant ovenfor etniske nordmenn, enn for etniske minoriteter er det et problem for NRK med tanke på prinsippet om allmenn tilgjengelighet. Vi husker også fra et tidligere kapittel hvordan medieforskere har advart mot å henvise flerkulturelle til nisjeprogrammer fordi det kan signalisere ekskludering fra medieinnhold med nasjonal relevans (Husband og Chouhan 1985: 278; Morley 2000: 111).

Fordi relevant innhold tiltrekker seg publikum utgjør relevansaksen et nøkkelledd i den strategiske tilnærmingen NRK fører ovenfor de flerkulturelle miljøene i samfunnet. Men for å etablere et relevant tilbud til publikumsgrupper som allerede har andre preferanser i sin mediekonsumpsjon, er NRKs kjennskap til disse miljøene helt sentralt. Med gode kunnskaper om de lavfrekventerende samfunnsgruppene kan de tilpasse seg, og gjøre sitt innhold mer attraktivt ovenfor disse publikumssegmentene. I forhold til dette fremhever mediebestiller Steinar Nielsen dyrking av kjennskap til flerkulturelle miljøer som en sentral strategi:

Vår jobb er å følge med på trender og på konkurransesituasjonen, og være tilstede der publikum er. Mens produksjonsmiljøene, de produserer sine ting fra dag til dag, og det er vår jobb sammen med

dem å løfte blikket og se om det er mismatch mellom samfunnsutviklingen og utviklingen av vårt innhold. (Intervju, NRK, 17.11.09).

Han forteller også at det til nå har vært et mangelfullt statistikkgrunnlag for å kartlegge flerkulturelles medievaner, og at dette har vært et problem med hensyn til å øke selskapets relevans. Men Steinar Nielsen påpeker at NRK jobber sammen med analyseinstitutter for å etablere baser med referansepersoner som er aktuelle for undersøkelser som berører dette området. Et generelt problem for analyseinstituttene har imidlertid vært å rekruttere innvandrere til spørreundersøkelser. For eksempel gjennomførte Synovate en undersøkelse på oppdrag fra NRK i et forsøk på å kartlegge flerkulturelle brukeres forhold til selskapet. Undersøkelsen skulle ha 400 respondenter, men endte opp med kun 79 (Synovate 2009). Selv om det er store utfordringer knyttet til å gjennomføre slike undersøkelser, vil de trolig bli benyttet som en viktig del av NRKs fremtidige arbeid med å knytte til seg publikum fra flerkulturelle miljøer.

Et digitalt dilemma

Etter at analoge radiobølger har blitt byttet med binære tallkoder, har det forekommet forandringer i kringkastingsindustrien. Gjennom den digitale teknologien har de forskjellige aktørene kunnet utvikle nye tjenester som mulighet for ikke-lineær mediebruk, bedre tekst-tv, økt bildekvalitet og ikke minst flere kanaler. Dette har bidratt til en endring i kringkasternes relasjoner seg i mellom og til sine publikumsgrupper. På den ene siden har flere kanaler bidratt til økt satsing på betal-tv-kanaler og nisjekanaler. Internasjonalt har det vært en sterk økning av kanaler som er knyttet til en enkelt nisje, de fleste av disse sport, musikk, barn, eller nyheter (Papathanassopoulos 2002). I Norge er det en tilsvarende tendens i tv-markedet, hvor samtlige aktører har lansert flere kanaler. NRK har utvidet sitt tv-tilbud slik at det nå kringkastes over fire kanaler; NRK 1, NRK 2, NRK 3 og barnekanalen NRK Super.³ Samtidig har digitaliseringen bidratt til å styrke NRKs posisjon som en allmennkringkaster i og med at NRKs tilbud har blitt tilgjengeliggjort i tidligere utilgjengelige områder i Norge. Dessuten har digital teknologi gitt NRK flere sendeflater i radio, samt mulighet til satsing på og utvikling av teknologikrevende tjenester som mobil-tv, nett-tv og nettradio.

³ Selv om NRK 3 og barnekanalen NRK Super profileres og drives som to ulike kanaler fordeles imidlertid sendeflatene i samme kanal.

I forhold til publikumsgrupper med tilknytning til ulike etniske miljøer, gir utvidede sendeflater muligheter til å gi et mer mangfoldig tilbud, slik at man kan skreddersy tilbudene sine til de ulike segmentene i samfunnet (Curran 2002: 213). Slik sett representerer digitaliseringen en ressurs i forhold til å nå ut til målgrupper som statistisk sett foretrekker andre tilbud enn allmennkringkastingen, slik tendensene er for etniske minoriteter i Norge. I NRK er ikke teknologiutviklingen utnyttet spesifikt til dette formålet. Men flere sendeflater betyr samtidig at det er plass til mer innhold, slik at sjansene øker for å treffe nye målgrupper med noe av sitt normalt tilbud. Å skreddersy innhold til smalere sjikt i samfunnet kan imidlertid gi næring til at særskilte interesser spres ut av en nasjonal offentlighet, slik at parallelle referanserammer får etablere seg i samfunnet. Et viktig trekk ved allmennkringkastingen er at samme innhold skal kunne eksponeres av seere og lyttere, noe som fremhever fellesefaringaspektet ved mediebruk. Gjennom et sterkt fragmentert og skreddersydd tilbud brytes denne funksjonen ned slik at det kan danne en grobunn for informasjonskløfter i samfunnet. Det teknologiske dilemmaet er også en utfordring Steinar Nielsen, mediebestiller i NRK, viser til når han uttaler seg om teknologiens muligheter:

Mulighetene øker med ny teknologi. Men samtidig så kan det være et dilemma fordi dersom folk skal ha en felles referanse, et felles medieunivers som referanse, så må ikke tilbudet vårt være for fragmentert. (Intervju, 17.11.09).

Selv om han her anerkjenner teknologiens muligheter til å nå bredere ut i befolkningen, virker allmennkringkasteroppdraget som en motvekt i forhold til å maksimere dette potensialet. Hensynet til allmennaspektet krever at NRK må etablere samlende programmer til fragmenterte publikumsgrupper, snarere enn å tilby fragmentert innhold til et nisjeorientert publikum.

I tillegg til å betjene utfordrende målgrupper som etniske minoriteter, yngre generasjoner og lavutdannede, er det et fremtredende problem at allmennkringkasterne må håndtere disse i ellers postmoderne og individualiserte samfunn (Bardoel og d'Haenens 2008: 341). Et individualisert eller fragmentert samfunn innebærer en pulverisering av majoritetsmålgrupper slik at mediepublikummet blir mindre homogent, og vanskeligere å forholde seg til. I slike fragmenterte og uoversiktlige samfunn blir det stadig vanskeligere å forbli en øy i medielandskapet, et sosialt møtested som danner fellesskap mellom ulike brukersegmenter.

Kanskje er fragmenteringen bare et uttrykk for at de komplekse og sammensatte sosiale strukturene som alltid har konstituert samfunnet, nå lar seg avsløre gjennom mediene fordi teknologien tillater det. I så fall må det fragmenterte tilbudet sees på som en demokratisering av tv som teknologi, og et tilskudd til en endret offentlig sfære. Dersom det offentlige rom fragmenteres og spesialiseres, er ikke dette nødvendigvis et uttrykk for at den medierte offentlige sfæren svekkes, men snarere at den blir mer kompleks. Mediebruk foregår i stadige nye former, og komplementeres med aktiv bruk av alternative medier. Dermed kan relasjonene mellom de ulike sfærene opprettholdes, slik at et nettverk av sfærer opererer med sentrale bindeledd (Butsch 2007: 5; Garnham 1992: 371; Gitlin 1998: 171). Et slikt bindeledd, som også involverer etniske minoriteters interesser, kan det hevdes at NRK utgjør gjennom sin særskilte rolle som allmennkringkaster.

Oppsummering

NRKs strategier for å styrke sin appell ovenfor flerkulturelle publikumsgrupper fordeler seg over tre akser. Jeg har dokumentert hvordan innhold, identifikasjon og relevans på hver sin måte involverer konkrete strategier for å nå bredere ut i et flerkulturelt samfunn. Kapitlet har også avdekket at NRK har forbedringspotensialer på flere områder i forhold til å nå målene sine. Særlig er det utfordringer knyttet til å gjøre flerkulturelle mer synlig i nyhetsformidlingen og debattprogrammer, samt å styrke NRKs relevans ovenfor flerkulturelle i sitt generelle programtilbud. I de følgende kapitlene vil jeg bygge videre på disse innsiktene når jeg analyser flerkulturelles mediebruk i nasjonale medier.

Kapittel 6: Kjennetegn ved flerkulturelles mediebruk

I dette kapittelet beveger analysen seg fra et institusjonelt nivå til et mediebruksperspektiv. Formålet her er å kartlegge sentrale trekk ved flerkulturelles mediebruk. Jeg tar utgangspunkt i problemstillingen 'Hva kjennetegner flerkulturelles mediebruk?', og dokumenterer hvordan bruksmønstre preges som en følge av den flerkulturelle tilværelsen i Norge. Fordi vekten i prosjektet ligger på forholdet etniske minoriteter har til allmennkringkasteren NRK, har jeg valgt å undersøke medier som er relevante for NRKs kjernevirksomhet; tv, radio og internett.

Hjemlands-tv og diasporisk mediebruk

Flerkulturelles diasporiske mediebruk har vært gjenstand for mye forskning internasjonalt, men også noe forskning har blitt gjort i Norge. Alghasi (2009), Mainsah (2005; 2009) og Bakøy (2006) har dokumentert hvordan etniske minoriteter har et forhold til transnasjonal mediering på forskjellige måter. I denne oppgaven er jeg imidlertid opptatt av om bruk av medier fra hjemlandet går utover tiden informantene har til norske medier, og om dette har en betydning for tilknytningen til det norske samfunnet. For å distansere meg fra et deterministisk perspektiv på mediene som forfekter et dystopisk syn på diasporisk mediebruk og integrering, vil jeg understreke at jeg ikke anser medier i seg selv som samfunnstilknyttende. Jeg mener likevel at de spiller en rolle for hvilken grad mennesker tilknytter seg samfunnet på. Dersom flerkulturelle bruker medier fra sitt eget hjemland er ikke det et tegn på segmentering, men det kan være uttrykk for bruksmotivasjon og behov som ikke blir dekket av flerkulturelles eksponering av norsk medieinnhold.

For det første er tilgangen til hjemlandsmedier ikke den samme for alle innvandrere i det norske samfunnet, og det varierer derfor i hvilken grad flerkulturelle bruker medier fra hjemlandet (Vaage 2009). I denne undersøkelsen pleide de fleste omgang med medier fra hjemlandet i en eller annen form, men kun to informanter med henholdsvis chilensk og afrikansk bakgrunn fortalte at bruk av medier fra utlandet generelt ble lite brukt. De øvrige benyttet parabol-tv og internett for å få tilgang til medieinnhold fra opprinnelseslandene deres.

For det andre valgte mine informanter å anvende medier for å vedlikeholde egen identitet, både kulturelt og språklig. Noen var opptatt av å følge med på hva som skjer hjemme, mens andre ble eksponert for hjemlandsmedier fordi det var utbredt i familien. Dette er trekk ved diasporisk mediebruk som annen forskning også har dokumentert (Bakøy 2006; 2008). Det interessante her er å observere hvilke likhetstrekk som finnes mellom diasporisk mediebruk og bruk av norske medier. På forhånd antok jeg at bruk av hjemlandsmedier var et sterkt behov for tilgang til kulturelle uttrykk som ikke er tilgjengelige i norske og vestlige medier. Dette er nok også tilfellet for enkelte, men det viste seg at dette behovet ble nedtonet av samtlige. Det var altså et behov som var tilstede, men i en svært begrenset grad. Dersom vi sammenligner hva slags medieinnhold informantene bruker fra hjemlandet, er likhetstrekkene store i forhold til den norske mediebruken for flere av informantene:

Når jeg ser på kanaler fra hjemlandet så går det mest i musikk og *Vil du bli millionær* og sånne programmer. Det er det samme som i Norge bare på kurdisk. (Intervju, 04.12.09).

Som sitatet viser ligger gjerne bruk av medier fra hjemlandet innholdsmessig nært opp til den norske mediebruken. Dette kan være en indikasjon på at kulturindustriene har en sterk innvirkning på hva slags medieinnhold mennesker fra forskjellige deler av verden skal pleie omgang med, og at de kulturelle preferansene blant mennesker fra ulike verdensdeler trekkes i samme retninger. Til en viss grad stemmer nok dette, men variansen i mediebruk knyttet til etnisitet vitner også om at slike forskjeller eksisterer. I dette prosjektet tolker jeg bruk av samme innholdsgenre fra bruk av medier fra forskjellige land som et uttrykk for at publikum tiltrekkes medieinnhold de er kjent med. Som vi skal se senere viser det seg at flere informanter opplever at programinnhold med særnorsk forankring kan være krevende, slik at bruken kanaliseres til formater og innhold som de kjenner bedre til fra tidligere.

For det tredje er det praktiske årsaker til at informantene valgte å bruke medier fra hjemlandet. En informant med rwandisk bakgrunn viste til at det var knapphet på informasjon om forhold fra hjemlandet og nærliggende områder når han forklarte hvorfor han benyttet seg av internettsider fra eller som handlet om hjemlandet. Denne informanten fortalte at han ofte tok i bruk BBCs nettsider til dette formålet fordi de har en nett-tjeneste som ikke bare er orientert rundt forhold i Rwanda og Burundi, men også har artikler publisert på informantens morsmål noe han syntes var morsomt å lese. Som vi skal se nedenfor har ikke språkspespektet like stor betydning i forhold til bruk av tv-innhold som det har for nettpreferanser.

Ved siden av den mer praktiske og sosiale diasporiske mediebruken, anvendes ifølge Marie Gillespie (1995; 2000: 164) slik mediebruk også til å kontrastere perspektiver, verdier og verdenssyn som er tilgjengelig for innvandrere gjennom mediene. Det kan altså være en kilde til å tilfredsstille bevissthet rundt sin egen identitet i multietniske samfunn. Gjennom innsikt i flere kulturelle verdenssyn og verdiverdener har diasporisk mediebruk etablert muligheter for flerkulturell eksplorering. I kjølvannet av denne omgangen med mediene hevder Gillespie at flerkulturelle kan utvikle såkalte hybrididentiteter. Gjennom flerkulturell innsikt frigjøres nemlig forhandlingsmekanismer som kan gi utslag i identitetsendringer- og utviklinger.

I forhold til mitt utvalg er dette et argument som ikke kan tilskrives alle informantene. Selv om enkelte hevdet at det var 'morsomt' eller 'interessant' å bruke medier fra hjemlandet, er mitt inntrykk at norsk flerkulturell ungdom flest anvender mesteparten av tiden på norske medier, gjerne med vestlig innhold. Flere av de spurte foretrakk også amerikanske serier og filmer fremfor innhold produsert i hjemlandet. På en annen side var det noen som trakk frem bruk av medier fra hjemlandet som identitetsrelaterte handlinger. Min brasilianske informant så for eksempel ofte på *telenovelas* fra Brasil fordi hun fikk innsikt i kulturelle dilemmaer gjennom en uttrykksform som ikke er tilgjengelig i norske medier. Ofte berører disse serieformatene temaer som norske medier ikke tar opp, innsikt hun mente var viktig for henne i forhold til hvordan tilværelsen hennes i Norge fortonet seg.

Mediebruken fra hjemlandet viser ingen entydige tendenser, og måten disse mediene ble brukt på varierte i mitt utvalg. Mens internett ble brukt av nesten alle, var tv-bruk mindre utbredt. Dersom informantene hadde tilgang til tv-kanaler fra hjemlandet ble disse brukt, men uten sammenfallende tendenser. For eksempel var det mer vanlig for den mannlige kurdiske informanten å se på hjemlands-tv, enn det var for den kvinnelige informanten fra samme land. Mens den kvinnelige informanten har vokst opp i Norge, kom den mannlige til Norge i tyve-årene. Den kvinnelige informanten ble integrert i det norske samfunnet tidlig alder, blant annet gjennom skolegang, mens den mannlige kurderen var mindre integrert blant annet i forhold til sitt personlige nettverk som består av få etniske nordmenn. Den kvinnelige informanten hadde derimot et nettverk med mange etniske nordmenn. Kanskje har møtet med det norske samfunnet fortonet seg annerledes for de to informantene i forhold til hvilket alderssegment de tilhører, noe som kan ha betydning for hvordan mediebruk fra hjemlandet deres har utviklet seg. Innvandring til et nytt land sent i livsløpet gir naturligvis sterkere relasjoner til hjemlandsmediene, noe som også vil prege mediebruken i de nye omgivelsene.

Kjennskap til norsk medieflora⁴

Blant mine informanter er det store interne forskjeller i deres kjennskap til norske medier, men det er samtidig mange fellesstrekk. Det vi kan tolke av dette er at internt blant innvandrere er det store forskjeller i mediebruk, vaner og forhold til norske medier, men at det også er en del fellestrekk som kan tilskrives etniske minoriteters medieerfaringer. Av de åtte informantene benyttet alle seg av norske medier, men én informant brukte mer tid på medier fra hjemlandet enn på norske medier. I datagrunnlaget er allikevel trenden at norske medier ble mer brukt enn medier fra hjemlandet. Bruk av internasjonalt medieinnhold på en annen side, særlig nyhetskanaler, er et vanlig innslag blant informantene.

For å unngå ledende spørsmål i undersøkelsen, åpnet jeg hvert enkelt tema i forskningsintervjuene med åpne spørsmål. Innledningsvis undersøkte jeg hvilke norske medier informantene vanligvis benyttet seg av. Svarene fra informantene i denne delen av undersøkelsen kan karakteriseres som tvetydige, men en tendens var at bruk av kommersielle tv-kanaler var dominerende, noe som er i tråd med en undersøkelse av flerkulturelles mediebruk fra 2009 (Vaage 2009). Alle informantene uttrykte imidlertid god kjennskap til norske tv-kanaler ellers, selv om enkelte gav uttrykk for at det begynte å bli vanskelig å orientere seg etter at kanalfloraen har blitt mer fragmentert. En mente at det hadde blitt litt for mange tv-kanaler de siste årene, mens en annen hadde problemer med å skille mellom ulike kanalprofiler når han skulle beskrive hva han pleide å se på.

Dersom vi går ytterligere inn på fragmenteringen av hver enkelt kanal blir dette poenget tydeligere belyst. De vanligste svarene i forhold til spørsmål angående kjennskap til norske tv-kanaler viste at informantene hadde brukbar kontroll på hvilke kanalunivers de ofte brukte, men at detaljkunnskap om hver enkelt kanal var svakere. Med dette mener jeg at de gjerne omtalte NRKs totale tilbud som NRK, det samme med TV 2s kanaler og tildels Viasats kanaler. Dersom jeg spurte mer inngående i forhold til hvert enkelt kanalunivers var mange usikre, og husket ikke hvor innholdet ble sendt. For eksempel hevdet en chilensk informant at fragmenteringen av NRKs kanaler hadde bidratt til frustrasjon:

Jeg føler at det har ødelagt litt fordi jeg ikke lenger kjenner NRKs tilbud så godt. Det er forvirrende! Dessuten har alle de andre kanalene som har kommet bidratt til å spre alt. Personlig synes jeg ikke noe om det, og for meg som bruker er ikke det noe kult. (Intervju, 11.02.10).

⁴ Se appendiks V s. 121 for en grafisk fremstilling av flerkulturelles mediebruk i Norge, basert på kvantitative data. Undersøkelsen samsvarer godt med mine funn, noe som styrker dokumentasjonen i denne analysen.

Til en viss grad er nok dette et trekk også blant den øvrige befolkningen. Men med tanke på at flere av informantene komplementerer bruk av norske kanaler med hjemlands-tv og internasjonale medier, kan dette være en grunn til at detaljkunnskapen om de norske tv-kanalene viste seg å være noe svak.

En annen tendens som kan relateres til SSBs undersøkelse er bruken av radio og internett blant informantene i dette prosjektet. Undersøkelsen viser at radio er generelt lite brukt av innvandrere fra Asia, Afrika og Latin-Amerika (Vaage 2009). Dette er også trenden i mitt materiale. Kun en informant hadde inngående kjennskap til programmer som sendes i NRK, og hadde etablert et forhold til NRKs radiokanaler. En annen pleide å høre på et program på NRK P3, *National Rap Show*, for mange år siden. Ellers var det liten interesse for radiobruk blant informantene. Den beskjedne bruken av radio, var som tv-bruk, orientert rundt kommersielle radiokanaler. Radiokanaler som ble nevnt var The Voice, NRJ, P4, Radio Norge og Klem FM, kanaler med tydelige musikkforankrede profiler.

Jeg var også interessert i informantenes radiolytting på programnivå, og i tilfelle om de brukte innhold som når bredt ut i befolkningen. Det viste seg at svært få brukte radio, og hadde dårlig programkunnskap. Informantene ble spurt om følgende radioprogrammer som sendes av NRK: *Distriktssendingene på P1* (P1), *Nitimen* (P1), *Norgesglasset* (P1), *Dagsnytt 18* (P2), *Hallo i uken* (P2), *Radioresepsjonen* (P3) og *Juntafil* (P3). Dette er programmer med et bredt gjennomslag i befolkningen, men de ble ikke lyttet til av noen informanter. Det mest oppsiktsvekkende var imidlertid at ingen lyttet til programmene *Radioresepsjonen* (P3) og *Juntafil* (P3), fordi dette er programmer som er i det rette målgruppesegmentet i forhold til informantenes alder, som strekker seg fra 21-31 år.

Internett ble benyttet mye av alle informantene i dette prosjektet. Og siden internettbruk er omtrent like utbredt blant etniske nordmenn som i innvandrergupper i Norge, var det interessant å undersøke hvilke norske nettstedene informantene hadde kjennskap til. Bruken av norske nettsteder var relativt sammenfallende blant informantene, noe som bygger opp under idéen om at flerkulturell tilværelse har betydning for medievalg. Det var imidlertid interessant å se på hvilke måter nettbruken eventuelt skiller seg fra majoritetsbefolkningens nettbruk, og om enkelte trekk kunne relateres til etniske minoriteters bruk av internett. På spørsmål om hva slags nettsider informantene likte godt, ble nyhetssidene fremhevet som de mest brukte. VG.no og Dagbladet.no var de mest brukte nettsidene som alene eller sammen ble brukt av alle informantene, mens Aftenposten.no også ble brukt av en god del.

For enkelte forsto jeg det slik at valg og bruk av disse nettsidene var tilfeldig, mens andre hadde et mer bevisst forhold til innholdet på de ulike nettsidene. For eksempel valgte noen av informantene sine favorittnettsteder på grunn av design og brukergrensesnitt, og noen på grunn av vaner. Et interessant funn i forhold til informantenes nettvaner var at svært få brukte, eller hadde brukt NRKs nett-tjenester. I TNS Gallups oversikt er NRKs nett-tjenester svært populære i befolkningen, og ligger på fjerdeplass i listen over mest brukte nettsider (TNS Gallup 2009). Selv om NRK.no har populære nett-tjenester målt for den totale befolkningen var det kun en informant som nevnte NRK som en nettside hun brukte i blant. Jeg var interessert i om hun hadde gjort seg opp en mening om hva som skilte NRK fra hennes favorittnettside, Dagbladet.no, og hvorfor hun brukte NRKs nett-tjenester:

Jeg føler at NRK er bedre på lokale saker. Dessuten graver de dypere i sakene enn VG eller Dagbladet. I forhold til de to synes jeg at NRK er mer seriøse på nyheter. Derfor mener jeg det er et mer interessant nettsted også. (Intervju, 09.01.10).

Det kan virke noe selvmotsigende at informanten fremmer Dagbladet.no som sin favorittnettside, til tross for de kvalitetene hun knytter til NRK.no. Dette kan kanskje skyldes innarbeidede vaner, venners nettbruk, eller at informantens inntrykk av NRK som en dybdeorientert innholdsleverandør kan virke tung og lite imøtekommende, særlig i forhold til tilfeldig motivert og tidsfordrivende nettbruk. Derfor oppsøkes NRK.no mer aktivt dersom det er spesielle saker og forhold som hun ønsker innsikt i.

En annen informant spurte om det i hele tatt er noen som bruker NRK på nett, da jeg undersøkte hennes nettvaner, noe som vitner om at NRK ikke har gjort sine netttjenester godt nok kjent blant flerkulturelle brukere. Ingen av informantene hadde tatt i bruk nett-tv eller nettradio på NRK.no. Utover de andre populære nettstedene Dagbladet.no, VG.no og Aftenposten.no, som ligger på henholdsvis første, andre og syvende plass i listen over mest brukte nettsteder i Norge (TNS Gallup 2009), var kjennskap til andre norske nettsteder begrenset, og bruk av disse sidene fulgte ikke noe spesielt mønster.

Konklusjonen ut fra gjennomgangen av informantenes kjennskap til norske medier er at den er god i forhold til tv, mens det for radio og internett var noe dårligere kunnskap, særlig på et detaljert nivå. Internett ble i motsetning til radio mye brukt av informantene, men NRKs nett-tjenester var svært lite kjent og brukt. På grunn av at kjennskap til norske nettsider og radio var såpass svak i gruppen, ønsker jeg å legge vekt på tv-seing i den videre analysen.

Forholdet til populære tv-programmer på norske kanaler

For å få en mer inngående og detaljert kunnskap om flerkulturelles forhold til norske medier, ville jeg undersøke i hvilken grad informantene i dette prosjektet kjente til, eller hadde sett på noe av det mest populære innholdet som ble sendt i prime time (kl. 18.00-24.00 alle dager) på norske tv-kanaler i 2009.⁵ Fordi dette er programmer med svært høye seertall, er det interessant å undersøke hva slags forhold etniske minoriteter har til disse programmene. Jeg var også interessert i å spørre informantene om de visste hvilke kanaler som sendte innholdet dersom de hadde sett på det. Jeg vil imidlertid påpeke at ingen av programmene på denne listen ble nevnt når jeg utforsket hvilke favorittprogrammer hver enkelt informant hadde.

Det desidert mest populære programmet blant informantene var underholdningsprogrammet *Senkveld med Thomas og Harald* (TV 2). Programmet var kjent av alle i gruppen, og syv av åtte så på det i løpet av 2009. Av de spurte var det kun en informant som ikke hadde kjennskap til hvilken kanal som sender programmet, til tross for at hun så på det regelmessig. Programmet ble oppfattet som morsomt av alle utenom en informant, noe som var den vanlige grunnen til programmets popularitet. Samtidig er det verdt å minne om at *Senkveld med Thomas og Harald* (TV 2) treffer informantene godt i forhold til aldersegmentet de er en del av.

Et annet underholdningsprogram, *Nytt på Nytt* (NRK 1), var også kjent av alle i undersøkelsen. Seks av de spurte hevdet at de så på programmet, men fire av disse så det kun sporadisk. Flere av disse uttrykte at programmet til tider kunne inneholde vitser og poenger som kunne være vanskelig å forstå, noe som var grunnen til at de ikke så på det så ofte. En kurdisk informant på 31 år fremhevet dette som et problem som særlig gjør seg gjeldende i forbindelse med norske humorprogrammer:

Det handler nok litt om språkproblemer. Når du ikke skjønner sånne programmer hundre prosent blir det problematisk å følge med. Går du glipp av deler av innholdet så mister du også poengene, og da blir det ikke morsomt. (Intervju, 04.12.09)

Talkshowet, *Skavlan* (NRK 1), var også et relativt populært program blant mine informanter, med seks seere. Alle hadde likevel hørt om programmet. Programmet ble fremmet som svært interessant av flere informanter, men hvilke gjester som deltok i programmet avgjorde om de så på det.

⁵ Se appendiks III s. 118 for oversikt over hvilke programmer som ble undersøkt.

Av de øvrige underholdningsprogrammene jeg spurte informantene om, var det programmene *Grey's Anatomy* (TV 2) og *Da damene dro* (TV 2) som var mest sett. Den amerikanske tv-serien *Grey's Anatomy* (TV 2) var sett av fem av de spurte. Selv om programmet ikke ble nevnt som favorittprogram av noen, var trenden at amerikanske underholdningsserier var svært populære i den undersøkte gruppen. Dette kan også være grunnen til at flertallet av informantene hadde sett på dette programmet. *Da damene dro* (TV 2) var sett av fire informanter. Av de som hadde sett på disse programmene var det imidlertid mange som ikke kunne si hvilke kanaler de gikk på, og mange trodde at *Grey's Anatomy* (TV 2) gikk på TV 3 og at *Da damene dro* (TV 2) gikk på NRK. Dette tyder igjen på at detaljkunnskap på programnivå er noe svak blant informantene i prosjektet og at kanalene fremstår som uoversiktlig.

Dersom vi legger de øvrige underholdningsprogrammene som var mest sett i 2009 av den norske befolkningen til grunn, viste det seg at seing på disse var mer tilfeldig, og ikke fulgte noe spesielt mønster. Programmer som ble sett av tre eller færre var *Eurovision Song Contest 2009* (NRK 1), *Melodi Grand Prix* (nasjonal finale) (NRK 1), *Idrettsgalla* (NRK 1), *Himmelblå* (NRK 1), *Den store klassefesten* (NRK 1), *Valgnatt på NRK* (NRK 1), *Mesternes mester* (NRK 1), *Håndball Polen-Norge* (TV 2), *VM-kveld* (NRK 1) og *Der ingen skulle tru at nokon kunne bu* (NRK 1). Generelt sett var det en relativt lav oppslutning blant mine informanter om de mange populære programmene som blir sendt på norske tv-kanaler, og mange av programmene kjente de heller ikke til. Dette er et uttrykk for at flerkulturelles medievaner skiller seg noe fra majoritetsbefolkningens. Mitt utvalg av informanter er imidlertid for lite til å trekke en slik konklusjon selv om det kan gi en indikasjon på en tendens. En kvantitativ undersøkelse av flerkulturelles mediebruk på programnivå kunne dokumentert dette på en bedre måte.

Et interessant funn i min undersøkelse av det flerkulturelle publikummets forhold til populære programmer på norske tv-kanaler, er at to av informantene med henholdsvis kongolesisk og rwandisk bakgrunn var de to som hadde sett desidert mest på disse programmene. Det kan ha sammenheng med at innvandrere fra afrikanske land ikke har samme tilgang til hjemlandskanaler som innvandrere fra andre deler av verden (Vaage 2009: 35). En mulig forklaring er at fraværet av hjemlandskanaler gir afrikanske innvandrere i Norge et nærere forhold til norske medier. Sammenligningen av de afrikanske informantenes kjennskap og bruk av norsk medieinnhold som når bredt ut i befolkningen, viste at det var klare likheter mellom deres og den generelle befolkningens mediekonsum.

Kommersielle kanaler foretrekkes

Selv om informantene viser en god kjennskap til det norske medielandskapet i et makroperspektiv, var detaljkunnskapen på programnivå dårlig, og særlig i forhold til NRK. Et symptomatisk trekk ved forholdet deres til norske medier var at kjennskap og bruk av kommersielle kanaler var mye sterkere og veldig godt utbredt. Dette er grundig dokumentert også i den øvrige forskningen på området (NRK Analyse 2009a; Vaage 2009). Når jeg spurte hvilke favorittprogrammer informantene hadde, var gjengangeren programmer som går på kommersielle kanaler, gjerne amerikanske serieformater.

Forskningsintervjuene ble innledet med spørsmålet 'Hvilke tv-kanaler bruker du ofte?'. Det var et poeng å starte intervjuene uten å spørre om konkrete aktører, fordi svarene slik sett blir mer uaffisert av mine spørsmål. Av de åtte informantene var det kun tre som svarte NRKs kanaler på dette spørsmålet. Den ene av disse oppga NRK 3 som en kanal hun ofte så på, en kanal som har en større daglig dekning blant ikke-vestlige innvandrere enn i den generelle befolkningen (NRK Analyse 2009a). Men NRK ble kun nevnt som en del av deres totaltilbud, og fem av de spurte nevnte altså ikke NRK som en del av sitt vanlige dagligdagse tv-konsum. De vanligste kanalene informantene brukte var MTV, TV 2, TV 3, TV Norge og Viasat 4.

Jeg ville undersøke utvalgets forhold til de kommersielle kanalene grundigere, og spurte hver enkelt informant hva de forbandt med kanalene TV 2, TV 3 og TV Norge. Svarene jeg fikk varierte, men de fleste gjorde seg opp en mening. De vanlige kategoriene informantene forbandt med kanalene var internasjonalitet, reklame, underholdning, reality-tv, komedie og filmer. Dette er kategorier som helt tydelig skiller seg, som vi skal se nedenfor, fra informantenes inntrykk av NRK. TV 2 ble i tillegg gjerne forbundet med nyheter. Den chilenske informanten i undersøkelsen hadde en svært klar formening om forskjeller i de norske tv-kanalene. Han rangerer de tydelig etter kriterier hvor han knytter kommersialitet til søppel, og ikke-kommersialitet til seriøsitet:

TV 3 er søppelkanalen, det er tragisk underholdning. Hovedgrunnen til at jeg begynte å se på TV 3 var *The Simpsons*. Bortsett fra det er det bare søppel. Det er kun reality-serier og dårlige komedier. TV Norge plasserer jeg mellom TV 2 og TV 3, for de er litt seriøse. TV 2 har jo nyhetene og er enda mer seriøse, selv om de sender en del søppel også. NRK oppfatter jeg som den mest seriøse kanalen av alle. (Intervju, 11.02.10).

Dette representerer et grovt snitt i informantenes *holdninger* til norske tv-kanaler. Men til tross for denne informantens syn på kommersielle tv-kanaler som 'søppel', var han en ivrig bruker av kommersielle kanaler, og hevdet at Viasat 4 var en kanal han brukte mye. Denne kanalen er som TV 3, innenfor Viasats kanalunivers og har mange likheter med TV 3. Grunnen til at informanten ser på Viasat 4 heller enn TV 3 skyldes trolig at serien *The Simpsons* (Viasat 4), som han likte svært godt, ikke lenger sendes på TV 3, men på Viasat 4. Det kan heller ikke utelukkes at informanten kjente de 'kulturelle kodene' for hvilke kanaler som er de 'riktige' å tilskrive negative kvaliteter og hvilke som er de 'rette' å gi positive karakteristikk av.

Som vi kan se preges flerkulturelles mediebruk i Norge av at de foretrekker kommersielle kanaler fremfor den lisensfinansierte allmennkringkastingen. Det er også slik at i de kommersielle kanalenes tilbud, er det innhold som ikke er norsk-produsert som foretrekkes. Kontrasteringen mellom kommersielt innhold som underholdende og ikke-kommersielt innhold som alvorlig og seriøst var beskrivende for holdningen til flere av informantene i dette prosjektet. Nedenfor vil jeg gå nærmere inn og demonstrere dette funnet når jeg viser hvilke inntrykk informantene har av NRK.

Internasjonalt medieinnhold

Utover bruk av hjemlandsmedier, og ved siden av de kommersielle norske kanalene, var de utenlandske kunnskapskanalene svært populære i min undersøkelse. Kanaler som National Geographic, Discovery Channel og Viasat Nature ble sett mye på av nesten alle informantene. Dette er kanaler som ikke er nasjonalt forankret slik de andre kanalene jeg undersøker i dette forskningsprosjektet er. Med andre ord er det unødvendig at brukerne tilegner seg en spesifikk *norsk* kulturell kapital for å konsumere innholdet, som tilfellet kan være med deler av NRKs og til en viss grad de øvrige norske kanalenes innhold. Innholdet i kunnskapskanalene kan i så måte defineres som mer universelt med hensyn til kulturell tilknytning.

Et annet trekk ved flerkulturelles mediebruk som kan knyttes til en form for nasjonal eller kulturell tilhørighet, er interessen for innhold om egen kultur. Da jeg undersøkte om det var naturlig for informantene å følge med på innhold som omhandlet egen kultur, bekreftet alle det. Dersom norske kanaler sender innhold fra informantenes hjemland eller om forhold de kunne relatere seg til kulturelt, var det vanlig å følge med på slikt innhold. Den samme

interessen var tilstede da informantene ble spurt om det er interessant å følge med på innhold som handler om etniske minoriteter med andre opprinnelser enn sin egen. Grunnen til at slikt innhold var populært, hevdet flere, var fordi de assosierte seg selv med andre flerkulturelle i Norge.

Altså bygger en del av motivasjonene til mine informanternes medievaner på kulturelle referanser, noe som kan forklare at NRK blir brukt mindre enn hva de kommersielle og internasjonale kanalene blir. Men dette må sees i sammenheng med hver enkelt informants kulturelle bakgrunn, og den totale livsverdenen deres for øvrig. Til tross for at informantene har innsikter og erfaringer fra flere kulturelle tradisjoner er det ikke slik at de fordyper seg kulturelt i en og annen kulturell retning med tanke på mediebruken. Når kommersielle serier og internasjonale kanaler brukes av mange flerkulturelle kan det tyde på at mediebruken foregår i en slags gylden middelvei, godt festet mellom to kulturelle verdener. Ut fra mitt materiale kan det tyde på at nasjonalt forankret medieinnhold kan oppleves som for lokalt, både med hensyn til norsk- og hjemlandsinnhold. Når vi i tillegg vet at internasjonale nyhetskanaler benyttes mye i flerkulturelle miljøer fordi nasjonale nyheter kan virke for lokale, er dette et funn som bygger opp under en slik forståelse (Christiansen 2003: 170).

Amerikansk innhold har gjenkjennelseeffekt

Gjennom en mer detaljert analyse av utvalgets programpreferanser kan vi se en indikasjon på at etniske minoriteter i Norge har sammenfallende medievaner, sett i forhold til programgenre, men også i forhold til programinnhold. Hovedsakelig kan vi knytte seervanene til mitt utvalg til amerikanske serier, spesielt innenfor krim og komediegenrene. Programmer som utmerket seg som særlig populære var *CSI* (TV Norge), som ble sett på av flest i gruppen. Dernest kom sitcom-seriene *Two and a Half Men* (TV 3), *Kongen av Queens* (TV 3) og *Alle elsker Raymond* (TV 3), som også sendes i reprise på Viasat 4. Noe mindre populære, men allikevel mye brukt var serier som *That '70s Show* (TV 2) og *Scrubs* (TV 2). Fordi alle informantene fremholdt amerikanske serier som sine favorittprogrammer, undersøkte jeg om det var noe norsk innhold de likte godt. Her var det ingen klare tendenser bortsett fra en, halvparten av informantene fulgte med på programmet *4-stjerners middag* (TV Norge). En informant hevdet at amerikanske serier konsumeres fordi det ikke er like kognitivt krevende som mye av det norske nasjonalkulturelle innholdet, og dermed virker lettere tilgjengelig.

Jeg antok på forhånd at det språklige aspektet kunne være en grunn til at mange foretrakk medieinnhold fra de kommersielle kanalene, noe som var en av grunnene til bruk av nettsider fra hjemlandet. Men informantenes preferanser for kommersielt tv-innhold derimot, virker uaffisert av språklige grunner. Jeg undersøkte om informantene foretrakk engelskspråklige programmer fremfor norskspråklig innhold, men kun to personer, hevdet at dette hadde innvirkning på hva slags innhold de konsumerte. Faktisk viste det seg at flertallet av gruppen ville foretrekke norskspråklig tv-innhold dersom de kunne velge fritt.

Enkelte hevdet også at morsmålsaspektet ved tv-seingen hadde liten betydning, og ønsket heller å se på engelskspråklig innhold fremfor innhold på morsmålet:

Jeg ser mye på indiske og pakistanske kanaler. Ofte ser jeg på serier akkurat som amerikanske, men hvis det går en amerikansk serie, så ser jeg heller på den. (Intervju, 10.02.10).

Dette utsagnet vitner om at formatuttrykk og innhold har mer innvirkning på tv-seingen enn språklige og kulturelle preferanser har. For de som foretrekker engelskspråklig innhold fremfor norsk og sitt eget morsmål, kan det være et uttrykk for at mennesker i en diasporatilværelse opplever et slags identitetsvakuum mellom to nasjonalt forankrede kulturer. Vi ser her at den språklige betydningen for valg av innhold kan være tvetydig, men fordi de fleste foretrekker norskspråklig innhold er ikke dette en overbevisende grunn til at flerkulturelle tenderer mot bruk av internasjonalt medieinnhold. Min antakelse ut fra analyse materialet er at innholdet i seg selv, og uttrykkene som kan tilskrives internasjonale og kommersielle kanaler, er mer tiltalende for flerkulturelle enn tradisjonelt, nasjonalt medieinnhold. Dette er også poenget til den rwandiske informanten:

Amerikanske filmer og programmer veier litt tyngre enn norske. De fleste innvandrere kjenner til serier som har gått i hjemlandet, som de har sett på før de kom til Norge. Det var naturlig for meg å se på de samme seriene og filmene når jeg kom hit. Det norske innholdet er ganske nytt, så det blir jo lettere å følge med på amerikansk tv enn det norske innholdet som NRK har mye av, fordi det norske innholdet er vanskeligere å følge med på. (Intervju, 19.12.09).

Informanten sier at de konvensjonene som er opparbeidet gjennom tidligere erfaringer med medieinnhold, følger med i den nye mediehverdagen. Slik sett blir det lettere å ty til gamle vaner enn å sette seg inn i helt nytt og ukjent innhold.

Representasjon av etnisitet i norske medier

Hvilken grad egenidentifisering i mediene var viktig for informantenes mediebruk varierte i forhold til hvor lenge de hadde vært i Norge. Den vanlige holdningen blant informanter med lang levetid i Norge, var at de ikke bemerket representasjon av minoriteter i norske medier i like stor grad som de med kortere levetid i Norge, og at de var relativt tilfreds med situasjonen slik den er i dag. De var også optimistiske i forhold til at dette ville bli stadig bedre i fremtiden. Likevel var det ett unntak. Den chilenske mannen delte et mer pessimistisk syn på representasjonen av etniske minoriteter i norske medier med de informantene som hadde vært her kortere:

Jeg tror nok norske medier har et stykke å gå i forhold til hvor synlige etniske minoriteter er. Vi har jo blitt en naturlig del av det norske samfunnet enten folk liker det eller ikke, og da bør vi jo også være mer synlige i mediene (Intervju, 11.02.10).

Men blant informantene var det også en utbredt forståelse for at de norske mediene nødvendigvis er forankret i en norsk nasjonal kontekst, og at det derfor er naturlig at representasjonen av innvandrere i norske medier trenger tid for å etablere seg og speile det norske samfunnet. De mente også at det ikke kunne være plass til alt for stor representasjon av flerkulturelle i norske medier nettopp fordi de er minoriteter. Den pakistanske kvinnen fremhevet dette i sitt ambivalente syn på flerkulturell representasjon i norske medier:

Jeg synes ikke at det er nok innvandrere på norsk tv, men på en annen side så kan jo ikke norske medier være som franske eller pakistanske. Så det er vel greit slik det er nå. (Intervju, 10.02.10).

Når jeg gikk nærmere inn på konkrete nyhetsmedier og spurte om hvordan de syntes fremstillingen av flerkulturelle fortonet seg i disse, var det en tendens til at de kommersielle mediene ble opplevd som mer rasistiske og diskriminerende enn NRK. Spesielt VG og TV 2 ble assosiert med negative og dårlige fremstillinger av innvandrere i Norge. I forhold til et nærliggende område, politiske debatter, irriterte den mannlige kurdiske informanten seg over at TV 2 fremstiller og problematiserer muslimer i debattprogrammene på en måte han mener er populistisk, mens den chilenske informanten er opprørt over debattstilen i NRKs programmer som han hevdet er velregisserte i henhold til utvalg av svært konfronterende og radikale debattanter i innvandrerpolitiske saker.

I forbindelse med underholdningsinnhold observerte jeg også negative tilnærminger til hvordan fremmede kulturer fremstilles. Den brasilianske informanten var spesielt misfornøyd med utvalget av brasiliansk medieinnhold som sendes i norske medier:

Jeg liker det ikke når de viser frem Brasil fra kun en side. Brasil er et stort land ikke sant, og hvis du reiser til Brasil så er det ikke sånn at du blir ranet eller drept. Jeg synes at de i stedet for å vise *City of God*, og *Tropa de Elite* og sånne voldsfilmene, så burde de sende mer innhold som viser frem andre sider av Brasil. Ikke bare vold, nakne damer, stranda og karneval. (Intervju, 22.02.10).

Brasilianeren påpeker at slikt innhold bidrar til å gi mennesker i Norge et feilaktig bilde av hvordan Brasil egentlig er. Og i møte med nordmenns kunnskap om Brasil hadde hun erfart at den ofte er forbundet med fordommer og stereotype holdninger som hun kjenner igjen fra slikt medieinnhold.

Oppsummering

I dette kapittelet har jeg dokumentert sentrale trekk ved etniske minoriteters mediebruksmønstre på bakgrunn av en empirisk analyse. Funnene viser at flerkulturelles mediebruk i Norge er orientert rundt kommersielle og internasjonale tv-kanaler, med vestlig og amerikansk innhold som særlig populært. Dessuten ble noe bruk av hjemlandsmedier påvist, men ikke i en utstrakt grad. I forhold til norske medier er tendensen at innvandrere har en god kjennskap til tv-kanaler og tv-programmer, men at kjennskap til radio og nett er mindre utbredt. Jeg avdekket også en generell misnøye med flerkulturelles representasjon i norske medier, i tillegg til blandede oppfattelser av hvordan fremstillingen av fremmede kulturer fortone seg i norske medier.

Kapittel 7: Flerkulturelles inntrykk av NRK

I dette kapitlet skal jeg undersøke hvilket inntrykk flerkulturelle har av NRK. Intensjonen er indirekte, fordi jeg mener inntrykket av medieaktører kan avsløre bakenforliggende årsaker til faktisk mediebruk, som er temaet i neste kapittel. Utgangspunktet for problemstillingen 'Hva kjennetegner flerkulturelles inntrykk av NRK?', er utledet av det opprinnelige ønsket om å undersøke flerkulturelles *bruk* av NRK. Da jeg gikk i gang med feltarbeidet forsto jeg straks at det her må en reformulering og presisering til. Jeg valgte å bytte ut ordet *bruk* med ordet *inntrykk*. Jeg oppfattet det slik at mange informanter hadde et klart inntrykk av NRK til tross for at bruken ikke var utstrakt. Gjennom seks sentrale inntrykk fremmer jeg påstanden at den flerkulturelle oppfattelsen av NRK er nært knyttet til hva vi kan definere som tradisjonell allmennkringkasting, kanskje også i en sterkere grad enn etniske nordmenn oppfatter NRK.

Statsregulert

Inntrykket informantene har av NRK er for det første forbundet med relasjonen NRK har til offentlige myndigheter. For eksempel ble NRK forbundet med allmennkringkastingens rammevilkår. Den kurdiske mannlige informanten hadde lagt merke til at NRK må drive på en annen måte enn de andre aktørene i det norske tv-markedet, og sammenlignet NRK med en tilsvarende kanal fra hjemlandet. Dette kan tyde på at de som har hatt erfaring med allmennkringkastere fra sine hjemland adopterer inntrykket av hjemlandskanalen til også å gjelde for synet av norsk allmennkringkasting. Karakteristikken av NRK var assosiert med statstilknytningen:

NRK er ikke en fri kanal sånn som de andre er. De må for eksempel tenke på kultur og nasjonsbygging. Vi hadde noe tilsvarende på kurdisk. (Intervju, 04.12.10).

Samtidig som denne informanten knytter NRK til statlige relasjoner, fremhevet han NRKs og norske mediers uavhengighet som et utpreget gode. Som tidligere minoritet under Saddam Husseins Irak, hadde han utviklet et forhold til mediesensur og statlig involvering i mediene vi ikke kan relatere oss til i norsk sammenheng. Parabler, vestlige medier, spesielt amerikansk innhold og nyheter var ikke tilgjengelig mens han bodde innenfor irakiske

grenser. Knappheten i tilgangen på medier fra hjemlandet betydde at bruken ble kanalisert mot det innholdet som var tilgjengelig, gjerne fra kilder med asiatisk tilknytning. Tv i Norge, hevdet denne informanten, hadde gitt ham et helt nytt perspektiv på mediens opplysningsfunksjon. Det har gitt ham troverdige innsikter i verden, sett i forhold til hjemlandserfaringen, noe han priset svært høyt.

En annen måte å finne ut av oppfattelsen av NRK som en statsforankret medieaktør, var å utforske om informantene var kjente med allmennkringkasterens idégrunnlag. På dette spørsmålet viste det seg at halvparten av informantene hadde en formening, mens den andre halvparten ikke kunne gi noe svar. De som hadde oppgjort seg en formening om dette knyttet NRK til staten, nasjonen og til den norske befolkningen. Altså fremhevet de samfunnsdimensjonen ved allmennkringkastingen når jeg spurte om dette:

NRK er ikke som andre kanaler, de viser for eksempel ting fra regjeringen og nasjonen. På samme måte som man har militæret, så har man NRK. Det er en del av Norge. (Intervju, 04.12.09).

Men det var forskjell i hvordan informantene hadde tilegnet seg bildet av NRK som en nasjonalt forankret samfunnsaktør. De som kom til Norge i ungdoms- eller voksen alder hadde merket det særegne ved NRK gjennom møtet med de forskjellige medieaktørene i markedet, og sammenlignet gjerne de norske mediene med medieerfaringer som var opparbeidet fra land utenfor Norge. For de som vokste opp, eller ble født i Norge fortønet dette seg annerledes. Som barn opplevde disse kanalknapphet sammenlignet med dagens situasjon, og når en informant nostalgisk beskriver barndomsminnene fra NRK, fremhever han samtidig den statlige forankringen til allmennkringkasteren:

Jeg husker fortsatt godt at NRK var den eneste kanalen vi kunne se på her i Norge. Det er jo statskanalen. (Intervju, 11.02.10).

Det var nærliggende å undersøke kjennskapen til lisensfinansieringen, og meningene om lisensen i denne delen av forskningsintervjuene. De aller fleste viste kjennskap til NRKs finansieringsmodell, kun en informant kunne ikke svare på spørsmålet, men erkjente kjennskap til lisensen når jeg fortalte om den. Av alle informantene var det kun den filippinske mannen som var direkte negativt innstilt til lisensordningen. De fleste uttrykte at lisensen ga tilgang til innhold som ellers ikke ville være tilgjengelig. For eksempel fremhever den chilenske mannen samfunnsbetydningen av lisensfinansieringen:

Jeg er positiv til den. Det er interessant i forhold til frykten om at innvandrere er ødeleggende for norsk kultur og at det samtidig er så mange som surmuler over lisensen. Det er jo sånn at på TV 2 og de andre kanalene så er det jo veldig mye amerikansk innhold, mens NRK er liksom det norske da. De er på en måte et bindeledd, og skal jo vise frem norsk kultur og hele samfunnet fra forskjellige sider. Da synes jeg det er ganske ironisk at man ønsker å drepe NRK ved å kutte ut lisensen. (Intervju, 11.02.10).

Konklusjonene vi kan trekke fra denne delen av undersøkelsen er at NRK i flerkulturelles øyne er knyttet til nasjonal forankring. Det jeg vil fremheve som særlig interessant i dette funnet, er den kvalitative verdien flerkulturelle tillegger NRK. Til tross for beskjeden bruk av tjenestene, blir lisensfinansieringen ansett for å være legitim. Informantene mener altså stort sett at NRK har en såpass viktig funksjon for samfunnet, og har en særegen type innhold som er et prisverdig alternativ til kanalene de benytter seg mest av.

Bredde, variasjon og mangfold

For det andre preges inntrykket av NRK av samfunnsoppdraget. I sammenheng med oppfattelsen av lisensen som verdifull med hensyn til det nasjonale aspektet ved allmennkringkastingen, var det flere som beskrev idégrunnlaget NRK bygger på i forbindelse med bredde i tilbudet. Tre av informantene fremhevet intuitivt at dette var kjernen i NRKs idégrunnlag. Når jeg forklarte til de øvrige at innholdsbredde er en del av NRKs allmennkringkasteroppdrag, og spurte om informantene opplevde at NRK hadde noe for alle i det norske samfunnet, var det ikke noen entydige svar. Majoriteten mente at NRK har et bredt tilbud. Fem av informantene mener at NRK 'ja', 'helt klart', 'absolutt', 'trolig', eller 'for så vidt' har et tilbud til alle i befolkningen. Den kongolesiske kvinnen antydte også at dette hadde blitt enda bedre etter kanalutvidelsen, og at de nå var 'helt ræe' på å nå ut til alle i samfunnet, sammenlignet med andre medier.

To hadde en mer ambivalent holdning til dette. Den kvinnelige kurdiske informanten skilte særlig mellom unge og eldre innvandrere som målgrupper, og problematiserte NRKs innhold i forhold til den eldre gruppen:

De har vel noe for alle aldre vil jeg tro, men det er veldig mye 'norsk' innhold i NRK, som innvandrere som ikke har vokst opp her kanskje ikke skjønner så godt. Jeg forstår det, men det er ikke sikkert pappa og mamma forstår det. (Intervju, 09.01.10).

Informanten med chilensk bakgrunn var ikke så sikker på at NRK hadde et tilbud som nådde ut til hele befolkningen, men hadde et inntrykk av at de forsøkte så godt de kunne, og at det ikke kunne kreves mer av NRK. Hans syn på allmennaspektet er at dette er en umulig oppgave å utføre. Han mener at interessene og målgruppene i Norge er for spredte til at én enkelt aktørs innholdsbredde kan nå ut til alle i samfunnet.

Det var kun en informant, den pakistanske, som kategorisk mente at NRK ikke nådde ut til alle i befolkningen. De andre som tvilte på dette hadde mer nyanserte syn. Den generelle forståelsen og opplevelsen av bredden i NRKs tilbud er, som vi kan se av dette, god. I og med informantenes flerkulturelle tilværelse i det norske samfunnet, var det også flere som hadde forståelse for at de etniske målgruppene de selv tilhører er problematiske å nå ut til:

Norske medier baserer seg på en kultur her i Norge. De viser frem den norske levemåten, og programlederne viser hovedsakelig frem norsk kultur. Men det er klart at hvis du er i Rwanda for eksempel, så er det jo slik at rwandisk media vil vise det som er basert på rwandisk kultur. Men NRK prøver i hvert fall å nå ut til innvandrere, mer enn andre norske medier. (Intervju, 19.12.09).

Denne problematikken berører også et definisjonsspørsmål. Som flerkulturelle norske statsborgere har innvandrere bidratt til å gi norsk identitet et nytt innhold, noe som gir produksjonsmiljøene nye utfordringer. Selv om målgruppeutvidelsen er en utfordring, har min undersøkelse vist at det er svært mange fellesnevnerne i minoritetenes og majoritetens medievaner, slik at dette ikke er en umulig oppgave å løse. Den forståelsen mine informanter viser for norsk nasjonalt medieinnhold, kan gjengjeldes med en gjensidig forståelse av deres tilnærminger til mediebruk.

Kvalitetsprogrammer

For å få en forståelse av hva slags forhold etniske minoriteter har til NRK var jeg interessert i å undersøke hva informantene forbandt med NRK. Mens enkelte ikke kunne gi noen svar på dette grunnet dårlig kjennskap til allmennkringkasterens tilbud, var det flere som ga sammenfallende beskrivelser, og spesielt knyttet til kvalitet. Det tredje symptomatiske synet på NRK i gruppen er at allmennkringkasteren er seriøs sammenlignet med de andre aktørene, og sender mye alvorlig innhold:

NRK er jo de seriøse på en måte, de har jo en ganske seriøs profil. Du ser ikke på NRK om du vil ha hjernedød underholdning. Det er en viss kvalitet over NRK. (Intervju, 11.01.10).

På NRK synes jeg at de fleste programmene de sender er rett-på-sak-programmer, programmer for voksne. Gode programmer for folk som er seriøse, eller som vil lære noe. (Intervju, 19.12.09).

Det som er tydelig i disse uttalelsene er oppfattelsen av NRK som det seriøse alternativet til de kommersielle konkurrentene. Jeg forsto det slik at bruk av NRK stort sett også var knyttet til innhenting av informasjon eller som en kilde til nyheter. Flere av informantene mente at NRK var den beste aktøren på nyheter, selv om de fleste til tross for NRKs kvalitetsstempel bruker TV 2 som sin hovedkilde til nyheter.

Fordi informantene fremholder NRK som en kvalitetsleverandør, er det et paradoks at de bruker NRKs tjenester i så liten grad som de gjør. Det kan tyde på at inntrykket av NRK som en seriøs aktør også involverer en holdning om at mye av innholdet antas å være krevende i større grad enn de kommersielle konkurrentenes. For eksempel var det noen informanter som hevdet at NRK sjelden ble brukt tilfeldig. Mens de andre kanalene ble sjekket for innhold regelmessig, virket det som om NRKs kanaler var luket vekk fra kanalhoppingen:

NRK 1 er den første kanalen på fjernkontrollen, deretter kommer NRK 2 og NRK 3. På den fjerde er TV 2. Jeg går alltid fra fjerde og oppover først. Jeg går aldri ned. Nå er det kun OL og nyheter på de kanalene, og jeg er ikke alltid interessert i de tingene. (Intervju, 22.02.10).

Av og til så føler jeg at NRK er så seriøs at det ikke er en kanal jeg gidder å svippe innom hvis jeg skal slappe av å se på tv. (Intervju, 11.01.10).

Kvalitetsstempelet blir her forbundet med kjedelighet, noe som påvirker brukeradferden til publikum. Men det er også tegn til at dette stempelet preger totalinntrykket av NRK, uavhengig av genre eller medieplattform. Med andre ord innbefatter synet på NRK som seriøs en generalisering av inntrykket, noe som går utover innhold som egentlig kunne blitt opplevd som relevant. Men nettopp fordi inntrykket eksisterer bidrar dette, uavhengig av publikums kjennskap til programmene, til å opprettholde dem som mindre attraktive selv om det kan finnes innhold med stor grad av relevans for flerkulturelle, også i forhold til underholdning.

Fakta og informasjon

For det fjerde viser det seg at informantene har en oppfattelse om at innholdet i NRK skiller seg fra andre medier, særlig ved at innholdet er preget av informasjon og faktastoff. NRKs tilbud ble fremhevet som en læringsarena av flere informanter. Det var vanlig å beskrive NRK i forbindelse med kunnskapsprogrammer, særlig med informasjon om samfunn og kultur.

Et interessant poeng i forhold til disse observasjonene er at to informanter uttalte at de forbandt kunnskapsrike programledere og tv-personligheter med NRK. Min kongolesiske informant fremholdt Ingrid Espelid Hovig som en NRK-assosiasjon, mens informanten fra Filippinene knyttet særlig Arne Scheie og Vidar Teisen til sitt bilde av NRK. Dette var personer de forbandt med svært gode kunnskaper, og som kjente sine programområder godt. Vi skal snart også se den chilenske informantens inntrykk av NRKs dyktige utenrikskorrespondenter. Et generelt inntrykk av NRKs medarbeidere er altså at de besitter mye kunnskap.

Som et ytterligere eksempel på faktaorienteringen informantene forbandt med NRK, kan den kvinnelige kurdiske informantens beskrivelse av NRK anvendes. Hun poengterer at NRK skiller seg fra de andre kanalene nettopp i forbindelse med denne typen innhold:

Det er ikke der jeg ser filmer, morsom musikk eller ting jeg finner underholdende. Det er mer dokumentarer og sånne ting, selv om det finnes noen gullkorn da. (Intervju, 09.01.10).

Her viser informanten til sin oppfattelse om at NRK er et alternativ til de kommersielle kanalene hun oftest ser på. Men til tross for at hun oppfatter de andre kanalene som mer relevant i forhold til sin hverdagsbruk av norske tv-kanaler, er det ikke forbundet noe savn med NRKs innhold. Det er nettopp det særegne innholdet, eller gullkornene, hun setter pris på i NRKs tilbud, og som hun mener ikke oppleves så ofte i andre tv-kanaler.

Et beslektet inntrykk av fakta og informasjonsbildet av NRK, er inntrykket av NRK som kjedelig. Inntrykket var mer utbredt blant jentene i prosjektet enn blant guttene. Mens en informant fortalte at hun sjeldent pleide å skru på NRK over hodet, var det to som hevdet at kanalene til NRK ofte var kjedelige, men at det var enkelt innhold i kanalene som de mente var interessant, eller som de var gode på:

NRK har veldig mange kjedelige programmer. (Intervju, 09.01.10)

Veldig mye av det som går på NRK er kjedelig. Det er ikke interessant, og det fanger ikke oppmerksomheten min. (Intervju, 10.02.10).

Det er viktig å minne om at dette kun er inntrykkene deres av NRKs tjenester og ikke bruk av dem. Derfor betyr ikke oppfattelsen av NRKs tilbud som kjedelige at de ikke brukes, men de anvendes til spesielle formål som de kommersielle kanalene ikke kan tilby. Inntrykket av NRK har likevel en betydning for bruken fordi oppfatningen sier noe om hva informantene mener NRK kan tilby. Den pakistanske kvinnelige informanten fortalte for eksempel at hun hadde sett mange gode debatter på NRK, mens den kvinnelige kurdiske informanten fortalte at NRK har noen programmer som ikke de andre kanalene har.

Selv om inntrykket av NRK som kjedelig ikke var like utbredt blant de mannlige informantene, var det en av disse som oppfattet at allmennkringkasteroppdraget i seg selv er en oppgave som betyr at mye av innholdet er kjedelig. Informanten med rwandisk bakgrunn beskrev kravet om bredde i tilbudet som et krav med betydning for hans inntrykk av NRK:

De har noe for alle. Kanskje litt kjedelig innhold, men det er noe for alle der. (Intervju, 19.12.09).

Fordi alle mennesker har særegne interesser vil det være en god del av NRKs tilbud som ikke treffer individuelle interesser i publikumsmålgroppene. Det er det denne informanten påpeker, og fordi mye av innholdet i NRK ikke alltid treffer alle samfunnsgrupper like godt, kan innholdet oppleves som kjedelig for de som havner utenfor. Dersom flerkulturelle opplever at de havner utenfor NRKs målgrupper, kan dette forklare det utbredte inntrykket av NRK som kjedelig.

Utenriksstoff

Inntrykket av de norske kanalene preges for det femte av informantenes erfaringer med mediedekning fra hjemlandet. Kunnskap om forhold i opprinnelseslandene ble oppfattet som varierende, men det var imidlertid slik at dersom de hadde positive erfaringer om utenriksstoff fra eget hjemland var det ofte gjennom NRK. To informanter, henholdsvis en kongolesisk kvinne og en chilensk mann, hadde inntrykk av at NRK kjente hjemlandet deres godt:

Jeg synes spesielt NRK har veldig god kunnskap om min kultur, selv om de sender ganske lite innhold fra Kongo. Men det er såpass langt unna, selv om det er et stort land. Det er jo mye som skjer nærmere oss, ikke sant. Så lenge de viser litt en gang i blant så er jeg fornøyd, og det gjør de jo nå. (Intervju, 16.02.10).

Jeg tror at blant journalister generelt i Norge er ikke kunnskapen om Chile veldig bra, men i NRK tror jeg de har veldig god kunnskap. Jeg vet jo at NRK har hatt egne korrespondenter i Sør-Amerika, så jeg ser for meg at de har tilgang til folk med gode kunnskaper. (Intervju, 11.02.10).

Den kongolesiske informanten viser forståelse for at norske medier ikke dekker saker fra Kongo på grunn av den geografiske distansen fra Norge, men er imponert over kunnskapen om Kongo, særlig i NRK. Chileneren peker på samme tendenser, og har et inntrykk av NRKs medarbeidere som dyktige i forhold til utenrikskunnskap. En annen informant fra Rwanda trakk frem utenriksdimensjonen eksplisitt når jeg spurte han om hvilket inntrykk han har av NRK:

De har noen programmer som de andre kanalene ikke har. Det kan for eksempel være programmer om U-land. Det er mye av det på NRK. Slik som blir sendt i *Urix*. (Intervju, 19.12.09).

Som rwanderen påpeker, oppleves NRK i denne sammenhengen som en særegen aktør som bruker ressurser på annet innhold enn andre medieaktører i Norge. Dette inntrykket av NRK som distinktiv sammenlignet med andre aktører i den norske mediefloraen var vanlig også ellers i gruppen, selv om ikke alle fremhevet utenriksaspektet som det spesielle.

For noen informanter var det vanskelig å gi et svar på spørsmål knyttet til dekning fra hjemlandet rett og slett fordi de sjeldent hadde fått et slikt tilbud i norske medier. De to deltakerne i dette forskningsprosjektet med kurdisk bakgrunn fortalte om en dårlig tilgang til slikt innhold. Den ene var i tillegg oppgitt over vinklingen norske medier hadde på stoff knyttet til Kurdistan. Han fortalte om knapphet på tilgang til materiale fra hjemlandet sitt, og at det han fikk tilbudt var utelukkende forankret i forhold i Norge, nemlig dekningen av Mulla Krekar.

Det interessante i forhold til disse to informantene er hvordan de orienterte seg mot svensk tv for å få tilgang til relevant innhold fra hjemlandet. De hadde opplevd at SVT hadde godt stoff og gode rapporter om Kurdistan, i tillegg hadde de opplevd en større mengde hjemlandsstoff i NRKs svenske søsterkanal. Behovet for kvalitetsinnhold om hjemlandet førte altså til at disse fant frem til kanaler utenfor norsk nasjonal kontekst:

Jeg synes SVT er bedre på å dette området enn NRK, selv om NRK er gode de også. Grunnen til at de er bedre på å vise frem folk med minoritetsbakgrunn skyldes vel sikkert at det bor flere innvandrere der også, og da har flere folk utdannet seg. Der går folk med minoritetsbakgrunn inn for å lage sånne programmer. Det er litt flere av dem, og derfor er de også to skritt foran oss når det gjelder sånne ting. Men når det gjelder NRK, så føler jeg at de er godt på vei. (Intervju, 09.01.10).

Når det gjelder dette temaet synes jeg at SVT er best. I Norge er det flest pakistanske innvandrere og ikke så mange kurdere. I Sverige er det flere kurdere, og kanskje mediene er mer åpne for dem der. Når de er flere så blir de jo mer synlige i mediene også. Men jeg synes det er viktig å kjenne meg igjen i mediene, derfor synes jeg også at SVT er en bra kanal. (Intervju, 04.12.09).

Hjemlandsorienteringen viser seg også i bruk av skandinaviske medier. Disse to kurderne fortalte uoppfordret og uavhengig av hverandre om hvordan de trakk mot svenske medier for å få bra stoff om Kurdistan, noe som tyder på at kvaliteten på innholdet avgjør brukernes orienteringer i mediasammenheng. Funnet antyder også et samsvar i etniske mønstre for mediebruk, og det kan tenkes at sammenfallende mediebruk innenfor grupper av samme etniske og kulturelle opprinnelse gir et grunnlag for utviklingen av symbolske felleskap, med betydning ovenfor sine egne etniske identiteter, men også til relasjoner med samfunnet for øvrig.

God representasjon av flerkulturelle

Det sjette inntrykket som var vanlig blant informantene var at representasjonen av innvandrere er relativt god i NRK, sett i forhold til andre norske medier. Det kan virke som om symboler og tegn på kulturell familiaritet er viktig for flerkulturelles mediebruk (Bourdieu 2005b; Morley 2000). Dette gjelder også for de som er godt integrert i det norske samfunnet. I hvilken grad det er avgjørende for valg av medier er imidlertid individuelt betinget. Hvor viktig hver enkelt synes det var bidro også til hvor godt de hadde lagt merke til forskjeller i de ulike norske mediene med tanke på flerkulturelles representasjon. Men selv om det viste seg å være individuell variasjon, er trenden i dataene at NRK er et steg foran konkurrentene når det gjelder synlighet av etniske minoriteter i programmene sine:

NRK har gjort det bra på dette området. Jeg synes innvandrere er godt synlig der. (Intervju, 03.01.10).

På NRK synes jeg innvandrere er mer synlige på skjermen i forhold til på de andre norske kanalene. Det er ganske mange egentlig. (Intervju, 22.02.10).

Jeg må si at jeg ser oftere folk med minoritetsbakgrunn på NRK enn på de andre kanalene når jeg blar gjennom kanalene. (Intervju, 09.01.10).

I forhold til disse sitatene viser det seg at flerkulturelle har en god formening om hvilke aktører som utmerker seg med tanke på synliggjøring av flerkulturelle i norsk mediesammenheng. Informanten fra Kongo hadde inntrykk av at NRK var i front på dette området i norsk sammenheng, men understreket at det egentlig ikke var så bra sammenlignet med internasjonale forhold:

Det kunne vært flere, hvert fall på nyhetene og sånt da. For jeg ser veldig stor forskjell for eksempel når jeg ser på fransk TV 5. Der er det jo en veldig god blanding. Det er det ikke på NRK. (Intervju, 16.02.10).

Dette inntrykket er også i tråd med hva NRK selv hevder er det området de har mest å gjøre i forhold til å synliggjøre flerkulturelle, nemlig i nyhetsformidlingen og i de politiske debattene (intervju med Steinar Nielsen, NRK, 17.11.09).

Samtidig var noen informanter opptatt av at representasjonen av flerkulturelle i norske medier måtte komme naturlig. Med dette mener jeg at dersom innvandrere bare blir brukt som en reklame eller promotering for at aktørene skal vise at de er på høyde med samfunnsutviklingen, oppleves det like ille som representasjonsfravær. Den kurdiske mannen i undersøkelsen var noe skeptisk innstilt:

Det blir rasisme hvis det er en kurder på norsk tv bare fordi man kan se at det er det. Derfor tror jeg ikke nødvendigvis at jeg vil følge mer med på norske medier bare fordi det kommer flere innvandrere på skjermen. (Intervju, 04.12.09).

Dette kan være et uttrykk for at enkelte innvandrere ikke stiller seg utelukkende positivt til særskilte ordninger som for eksempel kvoteringer, fordi det kan oppleves som unaturlig, uverdigg, eller som et ledd i markedsføringsstrategiene til norske medieaktører. En annen informant var imidlertid mer positivt innstilt til slike ordninger, og roser NRKs rekruttering av flerkulturelle som han mener er et meget positivt tiltak han ikke har sett maken til i andre norske medier:

Selv om inntrykket mitt er at NRK ikke speiler samfunnets kulturelle sammensetting blant medarbeiderne sine, så oppfatter jeg NRK som seriøs på dette området, og tror nok at det kommer på plass. Jeg har for eksempel sett at de utlyser engasjementer til innvandrere, og det er jo veldig positivt. Det er første gang jeg har følt at noen medier har strukket ut en hånd til oss (Intervju, 11.02.10).

Sammenlignet med de andre norske kanalene ble altså NRK fremmet som en foregangsaktør når det gjelder representasjon av flerkulturelle. Det var også en stor enighet blant informantene om at NRK hadde bedret seg på dette området de senere årene. Her viser undersøkelsen sammenfallende funn med en kvantitativ undersøkelse av hvordan allmennkringkasterne oppfyller sine flerkulturelle programforpliktelser, gjort på oppdrag fra Medietilsynet i 2009. Undersøkelsen konkluderer med at NRK fremstår tydeligst når det gjelder flerkulturelt innhold (Bjørnsen 2009: 39).

Til tross for at de fleste var optimistiske i forhold til NRKs innsats for å synliggjøre et flerkulturelt Norge, viste det seg at holdningene var ambivalente i forhold til hvordan de ønsket representasjonen i fremtiden. Min tolkning er at de ikke krever en dramatisk økt representasjon i nasjonale medier, selv om de fleste mente det kunne bli noe bedre. Dessuten var innvandrerne som tilhører relativt nye og små minoritetsgrupper i Norge innforstått med at det vil ta tid før folk med deres bakgrunn rekrutteres til nyhetsredaksjoner og som medarbeidere i norske medier. Dessuten påpekte den brasilianske informanten at siden de tross alt er i Norge, så er det ikke norske mediers oppgave å jobbe for mye for etniske minoriteters representasjon, og fremholdt at dette like mye er en oppgave for etniske minoriteter.

Oppsummering: NRK = allmennkringkasting

Sett gjennom flerkulturelle briller utgjør summen av informantenes forskjellige inntrykk av NRK et bilde som stemmer godt overens med hva vi forbinder med tradisjonell allmennkringkasting. Informantene i dette forskningsprosjektet hadde alle et inntrykk av at NRK skiller seg fra de øvrige tv-kanalene i Norge på mange måter. Mange oppfattet at NRK har en betydning for samfunnet, og at det er en viktig samfunnsinstitusjon. Likevel er ikke NRK mye brukt av flerkulturelle. I neste del av analysen skal vi se nærmere på hva som kjennetegner flerkulturelles bruk av NRK, men allerede her kan vi tyde forklaringer på den flerkulturelle tilnærmingen til NRK.

Dersom vi sammenligner flerkulturelles inntrykk av NRK, med inntrykket av NRKs omdømme i den generelle befolkningen, er det ikke store forskjeller. Også her er inntrykket at NRK oppfattes som troverdig, kjedelig og allment (NRK Analyse 2009b). Men den store forskjellen er det flerkulturelle har til felles som etniske nordmenn ikke har, en mindre lokalforankret norsk identitet. Dette betyr at det nasjonale aspektet ved NRK kan oppleves tydeligere av flerkulturelle. Det er særlig gjennom dette poenget jeg mener flerkulturelles forhold til og bruk av NRK kan forklares og forstås. Hovedgrunnen er i mine øyne de sosiokulturelle forutsetningene for medietilnærming, som er annerledes for etniske nordmenn enn for etniske minoriteter.

Dokumentasjonen av flerkulturelles inntrykk av NRK er særlig interessant sett også i annen sammenheng. I debatten knyttet til allmennkringkastingens legitimitet har det vært argumentert for at NRK deler så mange trekk med de kommersielle aktørene, og at allmennkringkasteroppdraget ikke utføres spesielt godt. Derfor opplever særlig kommersielle konkurrenter at vilkårene som bevilges til NRK er urettferdige og forårsaker markedssvikt. Dersom vi legger denne analysen til grunn, er det tydelig at informantene i dette prosjektet helt klart opplever at NRK er en medieaktør som skiller seg ut som spesiell. Sett med øyne utenfra er inntrykket at NRK er en ekte allmennkringkaster som tilbyr kvalitativt særegent innhold i mange ulike kategorier. Dette kan være en indikasjon på at profilene til de norske kanalene legges spesielt godt merke til av flerkulturelle, kanskje spesielt innhold som har en norsk nasjonalkulturell forankring, slik NRK har.

Kapittel 8:

Inkluderende og ekskluderende sider ved NRKs programtilbud

I dette kapittelet svarer jeg på problemstillingen 'Hva kjennetegner flerkulturelles bruk av NRK?'. Jeg tar tak i den nasjonal-kulturelle forankringen til NRK og forklarer bruksmåten særlig med hensyn til dette. Kapittelet er todelt, hvor jeg først demonstrerer hvordan den nasjonale forankringen er en viktig grunn til bruk av NRKs tjenester, og virker inkluderende. Dernest forklarer jeg hvordan den samme nasjonale forankringen er en sentral grunn til ikke å bruke tjenestene, og kan oppleves som ekskluderende. Dette resulterer i spesielle måter å bruke NRKs tjenester på som skiller seg fra den generelle befolkningens bruksmåter av NRK.

Del I: inkluderende innhold

Fordi NRK er forpliktet gjennom selskapets vedtekter til å formidle norsk kultur, har naturligvis en del innhold i NRKs tv-kanaler et særskilt norsk preg (NRK 2009a; St. meld. nr. 6 (2007-2008)). Derfor gir det god grunn til å argumentere for at norskforankret innhold utgjør en rekke positive ressurser i forhold til flerkulturelles mediehverdag. For å gjøre leseren oppmerksom på hva jeg mener med norskforankret innhold, vil jeg vise til innhold med referanser til norsk kulturarv. Inn under dette faller for eksempel norsk språk i alle former; både bokmål, dialekt og nynorsk. Innhold som viser frem sider ved det norske samfunnet, som det politiske systemet, religiøse retninger og sosiale forhold må også betraktes som relevant i denne sammenheng. Slike og andre kulturelle karakteristikk ved norsk levemåte formidles nasjonalt gjennom NRKs tilbud. Hvordan dette innholdet tilfører positive innsikter i flerkulturelles liv vil jeg se på i avsnittene nedenfor.

Kringkastet tv

Det som er mest slående i mitt datagrunnlag er at bruk av NRKs tjenester utover tv-kringkastingen er nærmest fraværende. Utover den knappe bruken av radio- og nett-tjenestene jeg dokumenterte over, var det heller ingen som hadde benyttet seg av nye medier som nett-tv, nettradio, podcast og mobil-tv. Mange hadde imidlertid erfaring med NRK

tekst-tv, en tjeneste som er knyttet til konvensjonell kringkasting. Dette var en tjeneste som ble brukt til planlegging av tv-seingen og til å lese nyheter. Kringkasting av tv-overførte sendinger kan derfor fremheves som den dominerende tendensen i bruk av NRKs tjenester.

Trolig er hovedgrunnen til at bruk av NRKs tv-tjenester er mest utstrakt blant informantene, rett og slett at de ikke har kjennskap til de øvrige tjenestene. For eksempel var det kun et fåtall som hadde hørt om NRK Nett-tv, og ingen hadde sett NRK-programmer på nett. Flere informanter opplever at NRK er dårlige til å synliggjøre og vise frem at de er tilstede i andre plattformer enn på tv. I forbindelse med dette understreker chileneren at han gjerne ville brukt NRKs nett-tjenester mer fordi han er overbevist om at NRK leverer kvalitet der. Problemet, hevder han, er at de ikke når godt nok ut med informasjon om disse tjenestene.

Selv om de øvrige tjenestene til NRK kan være viktige med hensyn til å tilgjengeliggjøre informasjons- og underholdningstilbud, vil jeg fremheve at tv har en spesiell rolle i forhold til inkludering. For eksempel er det et poeng at kringkastet tv oppleves samtidig av mennesker i samfunnet, noe nett-tv ikke gjør. Dessuten er det fortsatt slik at flertallet i samfunnet ser på kringkastet tv til daglig. Kringkastet tv byr derfor på innhold som kan gi flerkulturelle og etniske nordmenn felles medieerfaringer, og innsikt i samme kulturelle referanser.

Sosial og kulturell integrering

På samme måte som NRKs nasjonale forankring bidrar til å kanalisere flerkulturelles mediebruk i underholdningsøyemed over i de kommersielle kanalene, er det den nasjonale dimensjonen som bidrar til å prege også den mer informasjonsbaserte bruken av NRK. Fordi den flerkulturelle tilværelsen i Norge innebærer at medieerfaringer og mediebehov for etniske minoriteter er kvalitativt annerledes enn for etniske nordmenn og slik sett preger mediebruken deres, har jeg forsøkt å dokumentere hvordan dette fortoner seg. Et funn som er særlig relevant i forbindelse med dette er hvordan nasjonale medier brukes av etniske minoriteter som et integreringsverktøy i møte med det norske samfunnet.

For å finne ut av dette var jeg spesielt interessert i å undersøke informantenes møte med norske medier, enten som barn for de som vokste opp i Norge, eller som eldre for de som har flyttet hit senere. Av de informantene som kom til Norge som barn eller ble født

her, i alt fem personer, husket alle godt barne-tv på norske kanaler. Av disse var det kun informanten med pakistansk bakgrunn som ikke husket hvilke kanaler hun så mye på som barn. De andre fire hadde god kjennskap til programmer de så på som barn, og mange fremhevet barne-tv i NRK som et tilbud de så mye på. Derfor var jeg interessert i om de opplevde dette som et integrerende tilbud blant norske medier.

Jeg spurte informantene om de trodde den tidlige erfaringen med NRK preget deres bilde av allmennkringkasteren i dag, og det vanlige svaret var at de trodde det. I forhold til hva de tenkte om NRKs integreringsfunksjon var det flere ulike tilnærminger blant informantene. Chileneren påpekte at NRK hadde etablert felles kulturelle referanser mellom minoriteter og majoritetssamfunnet:

Jeg tror at NRK har vært veldig viktig for identitetsbyggingen til nordmenn. De sendte jo *Pippi Langstrømpe*, *Emil i Lønneberget* og de barneprogrammene som alle husker fra de er små. Jeg hadde ikke hatt noe til felles med alle de andre som har sett det samme hvis det ikke hadde vært for NRK. (Intervju, 11.02.10).

Chileneren viser her til svenske programmer, noe som kan virke motstridende i forhold til integrering i det norske samfunnet. Men disse programmene må betraktes som viktige populærkulturelle referanser også i en norsk sammenheng, og inkluderingen i slike nasjonale referanser har utvilsomt en integrerende effekt.

Den kvinnelige informanten med kurdisk bakgrunn kunne fortelle om en helt spesiell erfaring fra hun var liten og nylig hadde ankommet Norge. I hennes hjem spilte foreldrene en rolle i forhold til hvilke tv-kanaler hun fikk se på. De hadde lagt merke til at NRK viste innhold som kunne ha viktige betydninger for barnas liv:

Når vi var mindre ble det sett veldig mye på NRK. Foreldrene mine syntes ikke at vi skulle se så mye på andre kanaler fordi det var veldig mange lærerike programmer på NRK. Jeg husker det veldig godt. (Intervju, 09.01.10).

Fordi foreldrene hennes var opptatt av at NRKs innhold hadde en praktisk funksjon for barna sett i forhold til de andre kanalene, er det nærliggende å anta at de raskt etablerte et forhold til norske tv-kanaler, og at de kunne skille de fra hverandre med tanke på nytteverdien. I dette tilfellet ble nytteverdien knyttet til opplæring og kunnskap, innhold de mente kunne ha positive innvirkninger i barnas tilværelse.

Språkopplæring

Utover de rent populærkulturelle referansene og den faktabaserte nytteorienteringen, var det flere av informantene som hevdet at NRK hadde betydd mye for integreringen også i en annen kulturell sammenheng, nemlig i forbindelse med språkopplæring. Det var flere ulike måter de hadde benyttet nasjonale medier på i denne sammenhengen, og for alle var ikke dette noe som kun var forbundet med bruk av NRK. For eksempel fortalte den rwandiske informanten at han oppsøkte engelskspråklige programmer eller filmer som var teksten med norsk oversettelse aktivt som et ledd i den norske språkopplæringen.

Tre andre informanter trakk frem språkdimensjonen ved NRKs barne-tv som en positiv læringsprosess i forbindelse med integreringen i det norske samfunnet. I forhold til den kongolesiske kvinnen var det interessant hvordan hun fortalte om at barne-tv ble sett på som en sosial praksis av hele familien, og at dette også var et ledd i foreldrenes språktilegnelse:

Jeg tror helt klart at for meg som barn hadde NRK mye å si i forhold til integreringen. For det første forbedret det språkkunnskapene mine. Jeg fikk en bedre forståelse for ting, og jeg kunne gjøre meg bedre forstått. Jeg tror også voksne mennesker burde sett mer på tv for barn når de kommer til Norge faktisk. Det var på den måten foreldrene mine lærte mye norsk. Det tror jeg alle har godt av. (Intervju, 16.02.10).

Her forklarer hun hvordan det pedagogiske uttrykket i barne-tv også kan være lett tilgjengelig for voksne mennesker som skal tilegne seg et nytt språk. For å utlede et argument fra dette sitatet, kan det hevdes at innhold rettet mot barn kan oppleves som lettere tilgjengelig enn mer avansert språklig medieinnhold, dersom man befinner seg i en språkopplæringsfase.

Andre informanter nedtonet medienes språkopplæringsfunksjon til fordel for andre viktige kilder til språkutvikling. Den filippinske mannlige informanten fortalte at skole og venner hadde en større effekt på språkopplæringen hans, enn hans mediebruk. Likevel trodde han at norske tv-programmer hadde 'en del å si' i forhold til norsk språktilegnelse.

Samfunn og debatt

En vanlig tendens i informantenes bruksmåte av NRKs tilbud er at de orienterer seg mot innsikt- og saksinnhold. Dersom de benytter seg av NRKs tjenester er det ofte fordi de ønsker å lære noe, eller få innsikt i forskjellige ting, gjerne nyhetssaker eller samfunnsrelevant informasjon. Blant informantene i dette forskningsprosjektet var debattprogrammer veldig populært, og NRK og TV 2 ble brukt om hverandre for å se på debatter. Av alle åtte var det kun to som ikke var interesserte i slike programmer. De øvrige så på programmet *Redaksjon En* (NRK 1) og *Tabloid* (TV 2). Derfor var jeg interessert i å undersøke om de opplevde at slike programmer hadde en integreringsfunksjon og hvordan de eventuelt har det.

Selv om de fleste av informantene var positive til idéen om debattprogrammer som mellomkulturelle arenaer i det norske samfunnet, var ikke alle overbeviste om de reelle virkningene av integreringspotensialet. For eksempel var det enkelte som mente at adgangen til slike programmer var begrenset for mennesker med samme etniske tilhørighet som de selv. Tre informanter med henholdsvis kurdisk, brasiliansk og chilensk bakgrunn har aldri erfart at mennesker med samme bakgrunn har deltatt i debattprogrammer på norsk tv. Til tross for at flere savnet en større flerkulturell deltakelse i samfunnsdebatter på norsk tv, var det også flere som uttrykte forståelse for den lave deltakelsen. Den kongolesiske kvinnen hadde opplevd kun en debattant på norsk tv med kongolesisk bakgrunn:

Det er ikke så lenge siden det var en fra Kongo i en debatt. Jeg har ikke sett noen tidligere, men sånne ting kommer etter hvert tror jeg. Man må bare gi det litt tid. Folk må jo også gidde å delta. Man kan ikke forvente at noen fra Kongo bare dukker opp på skjermen (Intervju, 16.02.10).

Utover adgangsdimensjonen irriterte enkelte seg over at integreringsdebattene på norsk tv er for ensidige og polariserte, og poengterte at de alt for ofte var forbundet med muslimer. På bakgrunn av intervjuene oppfattet jeg at de savner adgang til debatter som omhandler andre integreringsspørsmål utover religionsdiskusjonene. Men en generell tendens blant informantenes holdninger til debattprogrammene er at de er viktige for å etablere forståelse og respekt for kulturelle forskjeller i det norske samfunnet.

Spesialprogram for innvandrere

Selv om NRK har som målsetting å speile et flerkulturelt samfunn i alle programkategorier, var jeg på forhånd spent på flerkulturelles erfaringer med programmer som henvender seg til, og formidler innhold om etniske minoriteter spesielt. I norske medier er det særlig NRK som har slike programmer. Gjennom vedtektene er det NRKs oppgave å formidle innhold om flerkulturelle forhold i Norge til hele befolkningen (NRK 2009a). Programmer som *Migrapolis* (NRK 1), og radioprogrammene *Radio Migrapolis* (NRK P2) og *Sølvsuper* (NRK P1) er eksempler på programmer som formidler stoff om fremmedkulturelle. Dessuten er det en rekke livssynsprogrammer som tar opp krysskulturelle spørsmål i NRKs radiokanaler. Men hva synes egentlig flerkulturelle selv om denne typen innhold?

Når det gjelder disse programmene, var kjennskapen til *Migrapolis* (NRK 1) god blant informantene. Ingen hadde imidlertid hørt om programmet i radioformat. Av de undersøkte var det kun en informant, informanten med pakistansk bakgrunn, som ikke hadde hørt om *Migrapolis* (NRK 1). De øvrige hadde alle sett på programmet ved flere anledninger og kjente godt til det. Den vanlige holdningen til programmet var at det var interessant, særlig fordi mange kjente seg igjen i problemstillingene og temaene som ble tatt opp. Meningene om programmets funksjon for flerkulturell integrering var imidlertid delt.

Enkelte mente at programmer med flerkulturell tematikk spiller en rolle for integreringen i det norske samfunnet, og de hadde brukt programmet til å tilegne seg kulturell innsikt om mennesker som lever i Norge. Andre var skeptiske til om det i det hele tatt er en integreringsfunksjon knyttet til slike programmer, særlig for innvandrere. Den chilenske informanten påpekte at *Migrapolis* (NRK 1) trolig spiller en større rolle for etniske nordmenns syn på innvandrere enn hva det betyr for innvandreres integrering:

Jeg synes det er fint å se på, men så føler jeg at det også er litt flaut. Flaut fordi det som kjennetegner meg som minoritet er at jeg snakker bedre norsk enn de som er reportere i *Migrapolis*. Dessuten er de eldre og når ikke helt ut i forhold til den målgruppen jeg er en del av. (...) Om det har en integreringsfunksjon, det vet jeg ikke. Jeg føler at det har en mer integreringsfunksjon for nordmenn, enn det har for innvandrere, fordi nordmenn kan lære om andre kulturer i disse programmene. Jeg tror at det andre innholdet i NRK har spilt en større rolle i forhold til min egen integrering, for i de andre programmene har jeg fått tilgang til mer norsk kultur. (Intervju, 11.02.10).

Det er interessant at informanten trekker det integrerende aspektet ved disse flerkulturelle programmene i tvil, og heller fremhever at det øvrige innholdet i NRK har spilt en sterkere

rolle i forhold til hans egen integrasjon i Norge. En annen informant deler det samme synet i forhold til at slike programmer er bra for etniske nordmenn, selv om hun selv mente at slike programmer også var nyttig for sin egen integreringsprosess:

Jeg tror det har spilt en rolle i forhold til integreringen i Norge. Det bidrar til at vi forstår hverandre, og det er veldig viktig. Det er mange forskjellige mennesker i Norge i dag, så vi bør jo forstå hverandre. I forhold til min egen kultur, mener jeg at det er fint for andre i Norge at de kan få en forståelse av den også. Det er like viktig for meg som for folk rundt meg. (Intervju, 16.02.10).

Det viser seg altså at informantene i prosjektet er delte i meningene om programmer som handler om eller henvender seg spesielt til etniske minoriteter. Brorparten av informantenes holdninger var positive til at slikt innhold spiller en rolle i etableringen av respekt og forståelse i flerkulturelle samfunn.

Del II: ekskluderende innhold

På samme måte som NRKs nasjonale forankring representerer ressurser for flerkulturelle mennesker, er det også en skyggeside knyttet til flerkulturelles opplevelse av NRKs tilbud. En del innhold som involverer nasjonale kulturelle referanser kan nemlig virke ekskluderende. Mens vi så at informasjonsbasert folkeopplysningsinnhold på mange måter har en inkluderende effekt, er det annet innhold som hovedsakelig ekskluderer. Særlig kan en del av underholdnings- og sportsinnholdet i NRK oppleves som krevende og eksklusivt rettet mot etniske nordmenn.

En nøkkel til å forstå hvorfor flerkulturelle opplever deler av NRKs innhold som krevende, og til en viss grad ekskluderende, ligger i undersøke om informantene selv identifiserer seg med norsk identitet. Av de åtte informantene var det kun en, den brasilianske informanten, som hevdet at hun ikke følte seg norsk. Hun er også den informanten med kortest levetid i Norge, og kom til landet i 2005. Til tross for at hun er halvt norsk, nedtonet hun den norske identiteten sin og fortalte at hun følte seg brasiliansk fordi hun hadde levd mesteparten av livet sitt i Brasil. Det var to informanter som hevdet at de følte seg mer norsk enn henholdsvis pakistansk og filippinsk. De øvrige hadde mer blandede oppfatninger av sin nasjonale identitet, men oppga at de følte seg litt norske og litt utenlandske. Fordi majoriteten

i undersøkelsen definerte sine identiteter som hybrider med dobbelt kulturell og nasjonal forankring, kan dette forklare noe av adferden deres blant norske medier.

Underholdning og humor

Dersom vi legger den ambivalente identitetsforståelsen til grunn, og samtidig minner om at mye av NRKs innhold er forankret i nasjonal kultur, forstår vi straks at konflikter kan oppstå. Fordi en adekvat forståelse av underholdningsprogrammer må ligge til grunn for å nyte slikt innhold kan det by på kulturelle utfordringer. Jeg har for eksempel tidligere i analysen vist hvordan den kurdiske mannlige informanten opplevde satireprogrammet *Nytt på Nytt* (NRK 1) som krevende grunnet språklige utfordringer. Men slike humorprogrammer kan også oppleves som utfordrende dersom de spiller hovedsaklig på nasjonale referanser. Grunnlaget for mye satire og samfunnsrefsende underholdning er ofte utledet fra nasjonale forhold og norsk humor. Det kreves derfor at publikum har god kjennskap til nasjonale referanser for å nyte programmene. Dersom referansene ikke appellerer til flerkulturelle kan det oppfattes som at programmene er laget eksklusivt for andre mennesker, og slik sett oppleves ekskluderende.

For å belyse argumentet fra en annen side vil jeg vise til den rwandiske informanten som fremholdt underholdningsprogrammet *Beat for Beat* (NRK 1) som et av få underholdningstilbud i NRK han pleide å se på. I følge informanten var det også mange av hans flerkulturelle venner som fulgte med på dette programmet. Selv om programmet byr på et snev av norsk kultur, kan det musikkbaserte programmet defineres som et mer universelt tilgjengelig uttrykk enn konversasjonsbasert underholdning, nettopp fordi musikk er den sentrale uttrykksformen. Selv om *Beat for Beat* (NRK 1) har en delvis norskforankret profil, blant annet gjennom fremføringer av norske musikkstykker, fremstår det altså ikke som 'norsk' på en ekskluderende måte.

Den pakistanske informanten så mest på underholdningsprogrammer, og foretrekker som de øvrige, de kommersielle kanalene til denne type mediebruk. Hun fortalte også at NRKs norske profil kan fremstå som utilstrekkelig i forhold til å tilfredsstille underholdningsbehovet:

NRK er en typisk norsk kanal, med bare udugelig innhold. Og når man først skal se på tv, hvorfor bruke opp tiden sin der? (Intervju, 10.02.10).

Her forbinder hun norskhet med kjedelig innhold, noe som kan skyldes NRKs nasjonale profil. Dette tyder på at kvinnen oppfatter seg selv som utenfor NRKs kjernemålgruppe spesielt i henhold til underholdningstilbudene.

Disse funnene antyder at underholdnings- og humorinnhold i norske medier kan oppleves som utfordrende for mange flerkulturelle. Etniske minoriteter bygger på andre kulturelle erfaringer enn etniske nordmenn, noe som kan resultere i forståelseskonflikter der hvor erfaringshorisontene møtes, for eksempel gjennom mediene. Trolig affiseres ikke den informasjonsorienterte mediebruken av dette i like stor grad. Hvis vi legger til grunn antakelsen om at mediebruk i folkeopplysningsøyemed er et nyttig og nødvendig behov for å mestre hverdagen, er det naturlig å anta at slikt innhold uansett innhentes. Dessuten spiller ikke informasjonsbasert medieinnhold på særskilte koder og symboler i like stor grad som humor- og underholdningsprogrammer gjør. Derfor er det naturlig å vente at informasjonsinnhenting har et mer sammenfallende mønster i forhold til den generelle befolkningen enn hva underholdningseksposeringen har, som sannsynligvis følger individuelle, sosiale, kulturell og etniske preferanser i en større grad.

Sport

Et annet trekk ved NRK som kan virke ekskluderende for flerkulturelle er sportssendingene i kanalene. Det viser seg at de fleste informantene velger bort sportsinnholdet i NRK til fordel for andre kanaler. Av de spurte var det kun to informanter som ikke likte sport, mens de øvrige var sportsinteresserte. Særlig var det fotball de viste interesse for, gjerne internasjonale kamper i *Champions League* som sendes på TV 3 og andre Viasat-kanaler. Det var kun to informanter, rwanderen og den mannlige kurderen, som hadde sett tippeligafotball på NRK. Interessen for den norske *Tippeligaen* var tilstede, selv om den var minimal sammenlignet med internasjonal fotball.

Blant informantene var det kun to som var interesserte i vinteridrett. Filippineren så en del vintersport på NRK tidligere, spesielt når det var vinter OL. Han påpekte imidlertid at han så mindre på vinteridrett etter hvert som det hadde blitt flere kanaler tilgjengelig, noe

som tyder på at han så på dette delvis fordi valgfriheten var begrenset. Den brasilianske informanten likte spesielt godt alpinskipt, og så mye på NRKs OL-sendinger fra Vancouver i 2010. Det var vanligere at informantene valgte bort vinteridrett fra sitt mediekonsum fordi det ble oppfattet som kjedelig og uinteressant.

Den kurdiske kvinnelige informanten fremhevet for eksempel at vinteridrett innebærer symbolske elementer som kommuniserer norskhet, altså noe som har særlig verdi for den norske identiteten, men som kan virke fjernt for innvandrere med andre kulturelle referanserammer:

NRK sender typisk norske ting, som for eksempel vintersport. Jeg kan tenke meg at det er veldig mange etnisk norske som følger med på det for det er jo idrett som er populært her i Norge, både blant gamle og unge. Men jeg tror nok ikke det er så veldig mange etniske minoriteter som er interessert i sånt. Innholdet kan bli litt for 'norsk', altså man må forstå det for å nyte det. Jeg tror ikke nødvendigvis at det norske språket holder folk borte fra NRK, men det er en annen måte 'norsk' jeg mener. For eksempel er det viktig å ha innsikt i norske forhold dersom vi skal forstå en del innhold. (Intervju, 09.01.10).

Selv om informanten har vokst opp i det norske samfunnet, tyder dette sitatet på at enkelte ting forblir eksklusivt for etniske nordmenn. Når slike ting blir gjenstand for mediering kan enkelte føle at innholdet ikke er rettet mot dem. Samtidig ble vintersport oppfattet som morsomme kuriositeter ved norsk kultur som til tider var interessant å følge med på. Den rwandiske informanten syntes spesielt skihopp var morsomt:

Vintersport er ikke kjedelig for nordmenn, men kanskje for meg. Det er veldig mange nordmenn som er interessert i vinteridrett. Den eneste vinteridretten jeg liker å se litt på er skihopp. Det synes jeg er morsomt. (Intervju, 19.12.09).

Vinteridrett er noe man vanligvis forbinder med norsk kultur, og det viser seg her at vinteridrett på tv oppleves som lite tiltalende av de fleste informantene. På samme måte som mange av underholdningstilbudene til NRK, kan slikt innhold symbolisere nasjonale fellesskap, fellesskap som ikke oppleves som inkluderende for alle mennesker i samfunnet.

Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett hvordan NRKs programtilbud kan virke både inkluderende og ekskluderende for flerkulturelle mennesker i det norske samfunnet. Dette skyldes særlig den nasjonale forankringen til allmennkringkasteren. For det første har den nasjonale forankringen til NRK bidratt til å etablere felles kulturelle referanser mellom minoriteter og majoritetsbefolkningen. NRK har gitt innsikter i språk, kunnskap og norsk kultur, noe som har utvidet den norske fellesskapsplattformen mellom ulike samfunnsgrupper. Slik sett representerer folkeopplysningsprogrammene i NRK en integrerende effekt. På den andre siden oppleves noe av NRKs underholdnings- og idrettsinnhold som ekskluderende grunnet de samme kulturelle referansene.

Kapittel 9:

Avslutning og diskusjon

I oppgavens avrunding løfter jeg blikket og drøfter funnene i et samfunnsperspektiv. Jeg vil se funnene i lys av de teoretiske bidragene fra bruksstudietradisjonen, Pierre Bourdieu og Jürgen Habermas som jeg presenterte tidligere, i et forsøk på å samle trådene. Jeg anlegger altså et relativt teoretisk perspektiv, hvor diskusjonen foregår på bakgrunn av empirisk analyse. Før jeg går inn på drøftingen vil jeg kort oppsummere sentrale funn fra analysen.

Oppgavens funn

For å starte på et overordnet nivå vil jeg først minne leseren på det mediepolitiske aspektet ved flerkulturelles rettigheter i henhold til mediebruk. Gjennom dokumentanalyse og litteraturgjennomgang dokumenterte jeg hvordan etniske minoriteters rettigheter er relativt løst regulert på et overnasjonalt nivå. Ansvar for å sikre flerkulturelles rettigheter i mediasammenheng hviler for det meste på nasjonalstater (Browne 2005: 78). Jeg viste også hvordan den norske lovgivningen speiler internasjonale konvensjoner og lover på en god måte, og at jeg anser allmennkringkastingen for å være det viktigste mediepolitiske verktøyet som kan sikre flerkulturelles medierelaterte rettigheter.

For det andre har analysen av flerkulturelles forhold til NRK og nasjonale medier avdekket spesielle mediebruksmønstre og holdninger til mediene. Min gjennomgang av informantenes medievaner viser at amerikansk- og internasjonalt medieinnhold var svært utbredt. Utover dette foretrekkes kommersielle tv-kanaler i det nasjonale medietilbudet. Dette er funn som kan relateres til andre studier og undersøkelser av flerkulturelles mediebruk (NRK Analyse 2009a; Vaage 2009).

For det tredje har analysen bidratt med innsikt i flerkulturelles bruk av NRKs tjenester. Det er særlig interessant å observere hvordan NRK har blitt brukt aktivt som et integreringsverktøy av de fleste informantene. Gjennom NRK har de opparbeidet kunnskap om norsk kultur og norsk språk. Samtidig har studien påvist at enkelt innhold i NRK kan oppleves som utfordrende og til en viss grad ekskluderende.

Det nasjonale paradokset

Et av oppgavens sentrale funn er knyttet til den særskilte måten NRKs tjenester brukes på av etniske minoriteter. På den ene siden er det den nasjonale karakteristikken til NRK som er flerkulturelles grunn til å benytte seg av allmennkringkasterens tjenester, gjerne for å opplyses eller utdannes i norskforankret kunnskap og språk. På den andre siden viser mine funn at flerkulturell bruk av underholdningstilbudene til NRK er nærmest fraværende, noe som skyldes den samme nasjonale forankringen. Underholdningsprogrammer som spiller på nasjonale referanser kan virke ekskluderende for enkelte slik at underholdningsinnhold med færre nasjonale referanser gjerne foretrekkes, tilbud det finnes mye av i kommersielle medier.

Vi husker fra teorien hvordan jeg ved hjelp av Pierre Bourdieus begreper forklarte at flerkulturelles kulturelle kapital kan forvirre i forhold til nasjonalforankret medieinnhold. Fordi også andre enn norske kulturelle referanser konstituerer flerkulturelles kulturelle kapitalsammensetting, er det rimelig å anta at særskilt norsk medieinnhold appellerer mindre i visse sammenhenger enn kommersielt, amerikansk og internasjonalt innhold.

Slike brukstendenser kan tyde på at identifikasjon spiller en viktig rolle i flerkulturelles mediebruk. Marie Gillespie (1995) har for eksempel vist at mangel på relevant medieinnhold fra engelske medier blant asiatiske ungdom i Southall, London, førte til en spesiell måte å bruke medier på, hvor videokassetter og satellitt ble vanlige innslag for å stimulere kulturelle tradisjoner fra opprinnelseslandet (Gillespie 1995: 78). Tilsvarende tendenser, særlig bruk av satellitt tv som kulturformidler, har blitt dokumentert av mange forskere, hvor spesielt nyere forskning har vist til at bruken ikke er polarisert, men ofte foregår blandet (f.eks. Aas og Alghasi 2009: 6; Bakøy 2008: 12; Christiansen 2003: 157). Dersom vi legger denne dokumentasjonen til grunn kan vi anta at behovet for impulser fra opprinnelsesland ikke blir stimulert på en tilstrekkelig måte av nasjonale medier i Norge, noe som fører noe mediebruk over i hjemlandsmedier.

Selv om NRKs samfunnsoppdrag innebærer et krav til allmenn målgruppeorientering, kan tendensene i flerkulturelles bruksmønstre tyde på at identifikasjonen i NRKs tilbud ikke overbeviser helt blant etniske minoriteter i Norge. Som Steinar Nielsen i NRK påpeker, er deres målsetting å nå ut til alle mennesker i det norske samfunnet, uansett kulturell og etnisk identitet (intervju, 17.11.09). Med tanke på det dynamiske aspektet ved begrepet identitet er dette en svært vanskelig oppgave å utføre, siden målgrupper vil utvikle seg og være i konstant endring til en hver tid. Dersom NRK skal utføre denne delen av samfunnsoppdraget på en

adekvat måte, må kjennskap til kulturelle og etniske miljøer dyrkes, slik at de får innsikt i hvilke trender og bevegelser som foregår i disse samfunnsgruppene. Tilstanden til disse relasjonene vil trolig være betydningsfulle i forhold til i hvilken grad NRK fremstår som en relevant aktør i flerkulturelles øyne. Hvis trender i etniske målgrupper fanges for sent opp, vil synet på NRK som en traust ettersleper befestes seg som en sannhet i flerkulturelles øyne, og seertallene blant etniske minoriteter vil forbli lave.

Men fordi dette er forholdsvis upløyd mark er det en fare for å trekke forhastede konklusjoner. For eksempel kan det tenkes at strategier for å nå ut til etniske minoriteter til en viss grad innebærer en selvmotsigende oppgave for en nasjonal allmennkringkaster. Selv om oppgaven til NRK er å nå ut til alle, kan ikke strategier på Marienlyst bestemme hvordan mennesker i Norge skal bruke norske medier. Dersom diasporatilhørsforholdet har medført identitetsendringer som går utover det nasjonale, og norsk identitet blir oppfattet som for lokal, vil det samtidig bety at flerkulturelle samfunnsgrupper havner utenfor NRKs allmennkringkasteroppdrag. Jeg hevder ikke her at allmennkringkasteroppdraget ikke skal involvere etniske minoriteter, men jeg drøfter hvordan målgrupper med en mer global enn lokal kulturell kapital er problematisk sett ut fra et allmennkringkastingsprinsipp. Flerkulturelles rettigheter i mediasammenheng må selvfølgelig ivaretas, noe som blir gjort best av allmennkringkastingen, men det kan være uoppnåelig for en medieaktør med nasjonale forpliktelser og tiltrekke seg målgrupper som definerer seg selv ut fra overnasjonale kriterier.

Finnes det et nasjonalt 'vi' i flerkulturelle samfunn?

I forbindelse med målgruppedefineringen i flerkulturelle samfunn, er det verdt å reflektere rundt det nasjonale fellesskapet. Som Benedict Anderson (2006 [1983]: 37ff) hevder i boken *Imagined communities*, spiller mediene en rolle i etableringen av forestillingen om nasjonale fellesskap, en følelse som oppstår blant annet som en følge av felleserfart kulturelle inntrykk. Gjennom slike relasjoner forestilles nasjonale fellesskap selv med mennesker vi ikke vet hvem er. Som leverandør av nasjonalkulturelt forankret innhold med nasjonal rekkevidde, må NRK betraktes som en viktig aktør i forbindelse med menneskers opplevelse av et nasjonalt fellesskap, et syn på kringkasting som særlig medieforskeren Paddy Scannell (1996: 155; 2005:

134) deler. Spørsmålet er om kringkasting av nasjonalforankret innhold etablerer en følelse av et nasjonalt 'vi' i flerkulturelle samfunn.

Som analysen viste var det få av informantene som oppfattet seg selv med en definerbar nasjonalforankret identitet, selv om de hadde relativt god kjennskap til norsk kultur og språk, og fremsto som godt integrerte i det norske samfunnet. Ved hjelp av Pierre Bourdieus feltteori lanserte jeg idéen om at den flerkulturelle tilværelsen kan medføre en følelse av feltforvirring, hvor verken det norske- eller hjemlandsfeltet kan relateres på en tilstrekkelig måte til den individuelle flerkulturelle kapitalen. Ut fra dette tankeeksperimentet er det nærliggende å definere flerkulturell identitet, særlig med hensyn til medierte forbindelser utover nasjonale landegrenser, som ambivalent. Kanskje innebærer en slik tilværelse utvikling av mer globale mediebruksmønstre enn lokale, noe som i Andersons øyne kan være et utgangspunkt for etableringen av diasporiske forestilte fellesskap (se også Appadurai 1996).

Dersom vi legger til grunn at forestillingen om et nasjonalt og inkluderende 'vi' oppstår som en følge av medieoverførte symbolske budskap, vil de samme mekanismene kunne forårsake at 'de andre' forestiller seg ekskludert fra det samme nasjonale fellesskapet. Men å fremholde at disse mekanismene oppstår som en naturlig følge av flerkulturelles mediebruk vil være å forenkle kraftig. Gjennom en mer nyansert tilnærming vil jeg hevde at på enkelte områder kan det være slik at forestillingen virker ekskluderende, som for eksempel i forhold til vintersport og satireprogrammer grunnet særskilte nasjonale referanser, mens på andre områder virker kringkastingen inkluderende. Vi har også sett at NRK blir brukt som en kilde til folkeopplysning, både for å oppnå innsikt i kulturelle referanser, men også til å lære språk. Dette er erfaringer fra nasjonalt medieinnhold som helt klart kan bidra til å etablere et imaginært norsk fellesskap til tross for etniske og kulturelle forskjeller.

Samtidig er det slik at også etniske nordmenn i mange tilfeller beveger seg utover landegrensene i sine medievaner, og slik sett har det samme utgangspunktet for utviklingen av transnasjonale forestilte fellesskap. På samme måte kan fellesefart medieinnhold på tvers av landegrenser bli sett på som tendenser til utviklingen av supranasjonale eller globale offentligheter (Castells 2008: 81; Gripsrud 2007: 491). Sett i lys av slike innsikter blir menneskers mediebruk et nettverk av komplekse relasjoner som virker inkluderende og ekskluderende om hverandre. Dermed vil ikke følelsen av ekskludering fra ett fellesskap være eksklusiv, fordi relasjoner med andre fellesskap har kompenserende virkninger. Mine funn, tatt i betraktning, påviste ingen store savn i forhold til etniske minoriteters medierte relasjoner

med det norske fellesskapet. Derfor fremmer jeg påstanden om at forestillingen om ett enkelt nasjonalt 'vi' i flerkulturelle og globaliserte samfunn blir en forenkling av en komplisert virkelighet.

Relasjoner til majoritetens medievaner

For å følge opp observasjonene av bruksmønstrene i flerkulturelles bruk av norske medier, er det nødvendig å legge vekt på forskjellene mellom henholdsvis mediebruk knyttet til underholdningsinnhold og mediebruk i forbindelse med innhenting av informasjon. Dette er en fruktbar og nyansert tilnærming til en diskusjon om hvorvidt flerkulturelles bruksmønstre er verdt å bekymre seg over. Disse distinksjonene har flere forskere fremholdt som riktige i analyser av mediering og samfunnstilknytning. Mens Jürgen Habermas (1971) vektlegger betydningen av politisk informasjonspublisitet i medierte offentligheter, har nyere forskning påpekt at involvering av fiksjon og underholdning er viktige kilder til innsikt i samfunnet, kulturell forståelse, politisk modning o.s.v. (Curran 2002: 238; Gripsrud 2007: 483; Lunt og Stenner 2005: 63-64; McKee 2005: 67; Moe 2008: 87). Vi husker også hvordan skillet mellom underholdning og informasjon har smeltet noe sammen, og kan betegnes gjennom begrepet 'infotainment' (van Zoonen 2004).

Med mitt datagrunnlag som utgangspunkt er det nærliggende å konkludere med at flerkulturelles medierte forbindelser med det norske samfunnet er tvetydig. Skillet mellom bruk av NRK som særlig relevant i forhold til innhenting av informasjon, og bruk av kommersielle medier til å dekke flerkulturelles underholdningsbehov betyr også at dette preger referansene til norske nasjonale offentligheter. Fordi informantene i dette prosjektet aktivt brukte NRK til innhenting av informasjon (f.eks. informasjon i forbindelse med politisk valg), er konklusjonen at den medierte politiske offentlige sfæren involverer flerkulturell mediebruk som delvis sammenfaller med etniske nordmenns bruksmønstre.

I forbindelse med underholdningsorientert mediebruk fortøner det seg noe annerledes, og jeg tydet enkelte informanternes utsagn som tegn på at den kulturelle nasjonale offentligheten kunne oppfattes som mer eksklusiv for etniske nordmenn. Men fordi en mer global kulturell kapital preger den flerkulturelle tilværelsen, fremmet ingen dette som et kulturelt savn. Eksponering fra hjemlandsmedier, internasjonale og kommersielle medier gir kulturelle inntrykk som for flerkulturelle oppleves som mer relevant enn hva mange av

NRKs underholdningsprogrammer gjør. Trolig kan utbyttet herfra sammenlignes med utbyttet etniske nordmenn får fra nasjonalforankrede underholdningsprogrammer.

Det er også verdt å nevne at etniske minoriteters medievaner har store likhetstrekk med den yngre delen av den generelle befolkningen i Norge (Vaage 2009). Altså er den kommersielle allmenkringkasteren TV 2, og de øvrige kommersielle kanalene i det norske tv markedet mye brukt som kilder til underholdning, sport og informasjon blant yngre nordmenn. Og kanskje er det slik at norsk kulturell identitet trenger tid på seg til å tilegnes, slik at bruksmønstrene til flerkulturelle i Norge tilnærmer seg majoritetens på sikt. Vi vet også at aldring medfører endring i mediebruksmønstre, noe som kan gi mer bruk av NRK og nasjonalt medieinnhold ettersom tiden går. Sett i forhold til den generelle befolkningen er det jo slik at NRK blir brukt mer i høyere alder, mens kommersielle medier blir forbundet med lavere alder. Men mediebruk formes ofte i ung alder, og det er rimelig å anta at bruksmønstrene også kan vedvare.

Tendensen til at flerkulturelles bruksmønstre fortøner seg slik de gjør, tolker jeg som et tegn på hvor viktig mediene er i tilværelsen som flerkulturell i Norge. Mens en del informasjonspreget innhold kan sies å være nødvendig og konsumere for å mestre hverdagen i et samfunn, har ikke underholdningsmediene den samme funksjonen. Behovet for informasjon kan slik sett forklare hvorfor flerkulturelle velger å bruke NRK slik de gjør. Fordi jeg ikke kunne påvise noen sammenheng mellom bruksmønstrene og mangel på informasjon, eller til følelsen av å være ekskludert av det norske samfunnet, føyer dette prosjektet seg inn i rekken av nyere studier som avdramatiserer flerkulturelles alternative bruksmønstre som tegn på dårlig integrering og ghettoiseringstendenser (Bakøy 2006; 2008; Christiansen 2003; Milikowski 2001; Tufte 2003).

Medier som sosiale verktøy

Jeg vil runde av denne oppgaven med å minne om sentrale teoretiske innsikter fra bruksstudietradisjonen, som stemmer godt overens med funnene i denne masteroppgaven. Sett gjennom mine informanters øyne er det nærliggende å besvare Joseph Klappers (1963: 523) klassiske spørsmålsformulering 'Hva gjør mennesker med mediene?', med denne setningen: Mediene brukes blant annet som verktøy til å mestre hverdagen i en flerkulturell

tilværelse. Dersom vi tilpasser spørsmålet min studie og spør hva flerkulturelle gjør med NRK, vil et vanlig svar være sosial og kulturell integrering.

Denne studien har dokumentert at nasjonale medier er viktige kilder til innsikt i det norske samfunnet. Samtidig er det et flerkulturelt behov å bruke medier også utenfor en norsk nasjonal sammenheng (Jakubowicz 2001: 213). Disse bruksmønstrene utgjør et mangfold i kildegrunnet som gir flerkulturelle et godt utgangspunkt til å vurdere og kontrastere innsikter, verdier og kultur (Alghasi 2009: 48; Gillespie 1995; Sreberny 2000: 189). På denne måten etableres et utvidet grunnlag for å oppnå en forståelse av kulturforskjellene som preger kontemporære samfunn. På en annen side ville det være interessant for fremtidig forskning å undersøke hvordan etniske nordmenns forståelse for fremmedkulturelle impulser etableres gjennom konsumpsjon av nasjonalt medieinnhold. Dette er fremdeles et åpent spørsmål i norsk medieforskning.

Bibliografi

Litteratur

- Adorno, Theodor W. (1954): 'How to Look at Television', i *The Quarterly of Film Radio and Television* vol. 8 (3): 213-135.
- Adorno, Theodor W. og Horkheimer, Max (1997 [1972]): *Dialectic of Enlightenment*. New York: Verso.
- Aas, Arne K. og Alghasi, Sharam (2009): 'Transnational media consumption among Iranian-Norwegians in Norway', i *Norske tidsskrift for migrasjonsforskning* årg. 10, (1): 5-27.
- Alghasi, Sharam (2009): *Iranians in Norway - Media Consumption and Identity Making*. Doktorgradsavhandling i sosiologi. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Alia, Valerie og Bull, Simone (2005): *Media and Ethnic Minorities*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Anderson, Benedict ([1983] 2006): *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Appadurai, Arjun (1996): *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bakøy, Eva (2008): 'Innvandrerkvinner og fjernsynet', i *Norske tidsskrift for migrasjonsforskning* årg. 9 (2): 7-23.
- Bakøy, Eva (2006) 'Å føle seg hjemme langt hjemmefra. Innvandrere og satellittfjernsyn', i *Norsk Medietidsskrift* årg. 13 (2): 98-113.
- Bardoel, Johannes og d'Haenens, Leen (2008): 'Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems', i *Media, Culture & Society* vol. 30 (3): 338-355.
- Bastiansen, Henrik G. og Dahl, Hans F. (2003): *Norske mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Berelson, Bernard (1949): 'What 'missing the newspaper' means', i Lazarsfeld, P. og Stanton, F. (red.). *Communication research. 1948-9*. New York: Harper.
- Bjørnsen, Gunn (2009): *Nye nordmenn på lufta. En studie av hvordan allmennkringkasterne oppfyller sine flerkulturelle programforpliktelser*. Høgskulen i Volda: Avdeling for mediefag.
- Blumler, Jay G. og Katz, Elihu (1974): 'Foreword', i Blumler, J. G. og Katz, E. (red.) *The uses and gratifications approach to mass communications research. Annual review of communication research vol. 3*. Beverly Hills: Sage.

- Bourdieu, Pierre (2005a): 'The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field', i Benson, R. og Neveu, E. (red.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (2005b): *Distinksjonen*. Oslo: De norske Bokklubbene.
- Bourdieu, Pierre (2004): *A Science of Science and Reflexivity*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre og Wacquant, Loïc J. D. (1992): *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Browne, Donald R. (2005): *Ethnic Minorities, Electronic Media, and the Public Sphere. A Comparative Study*. New Jersey: Hampton Press.
- Bruhn Jensen, Klaus (2002a): 'The complementarity of qualitative and quantitative methodologies in media and communication research', i Jensen, K. B. (red.) *A handbook of media and communication research. Qualitative and quantitative methods*. New York: Routledge.
- Bruhn Jensen, Klaus (2002b): 'Media effects: quantitative traditions', i Jensen, K. B. (red.) *A handbook of media and communication research. Qualitative and quantitative methods*. New York: Routledge.
- Bruhn Jensen, Klaus (2002c): 'The humanities in media and communication research', i Jensen, K. B. (red.) *A handbook of media and communication research. Qualitative and quantitative methods*. New York: Routledge.
- Butsch, Richard (2007): 'Introduction: How are Media Public Spheres?', i Butsch, R. (red.) *Media and Public Spheres*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Camauër, Leonor (2003): 'Ethnic Minorities and their Media in Sweden. An overview of the Media Landscape and State Minority Media Policy', i *Nordicom Review* vol. 24 (2): 69-88.
- Castells, Manuel (2008): 'The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks and Global Communication' i *The ANNALS of American Academy of Political and Social Science* vol. 616 (1): 78-93
- Chakravartty, Paula og Sarikakis, Katharine (2006): *Media Policy and Globalization*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Chalmers, Alan F. (1999): *What is this thing called science?* Maidenhead: Open University Press.
- Christensen, Christian (2001): 'Minorities, Multiculturalism and Theories of Public Service', i Kivikuru, U. (red.) *Contesting the Frontiers. Media and Dimensions of Identity*. Göteborg: Nordicom.
- Christiansen, Connie C. (2003): 'Tv-nyheder fra hjemlandet – integration eller ghettoisering? Om transnationalisme og nyhedsforbrug', i Tufte, T. (red.) *Medierne, minoriteterne og det multikulturelle samfund. Skandinaviske perspektiver*. Göteborg: Nordicom.

- Cottle, Simon (2000): 'Introduction. Media Research and Ethnic Minorities. Mapping the Field', i Cottle, S. (red.) *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*. Maidenhead: Open University Press.
- Cottle, Simon (1998): 'Making ethnic minority programmes inside the BBC: professional pragmatics and cultural containment', i *Culture, Media & Society* vol. 20 (2): 295-317.
- Couldry, Nick et al. (2007): 'Connection or Disconnection?: Tracking the Mediated Public Sphere in Everyday Life', i Butsch, R. (red.) *Media and Public Spheres*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Cunningham, Stuart og Sinclair, John (2001): *Diasporic Media and Public 'Sphericules'*, i Ross, K. og Playdon, P. (red.) *Black Marks: Minority Ethnic Audiences and Media*. Aldershot: Ashgate.
- Curran, James (2002): *Media and power*. New York: Routledge.
- Dacyl, Janina W. og Westin, Charles (2001): *Cultural diversity and the media*. Stockholm: CEIFO publications.
- Dahlgren, Peter (1995): *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage.
- Djerff-Pierre, Monika og Levin, Anna (2005): 'Mediefältets janusansikte: medieeliten, journalisterna och mångfalden', i *Makten och mångfalden. Eliter och etnicitet i Sverige*. Rapport från integrationspolitiska maktutredningens forskningsprogram. Stockholm: Justitiedepartementet, Regeringskansliet.
- Eide, Elisabeth (2003): 'The Long Distance Runner and Discourses on Europe's Others. Ethnic Minority Representation in Feature Stories', i Tufte, T. (red.) *Medierne, minoritetene og det multikulturelle samfund. Skandinaviske perspektiver*. Göteborg: Nordicom.
- Eide, Elisabeth (2002a): "'Down there" and "up here". "Europe's Others" in Norwegian feature stories. Doktorgradsavhandling. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Eide, Elisabeth (2002b): "'Vi" og "de Andre" – sett og oversett', i Eide, E. og Ottosen, R. (red.) *Krigens retorikk. Medier, myter og konflikter etter 11. september*. Oslo: Cappelen.
- Eide, Elisabeth og Simonsen, Anne H. (2008): *Verden skapes hjemmefra. Pressedekning av den ikke-vestlige verden 1902–2002*. Oslo: Unipub.
- Eide, Elisabeth og Simonsen, Anne H. (2007): *Mistenkelige utlendinger: minoriteter i norsk presse gjennom hundre år*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Eide, Elisabeth og Simonsen, Anne H. (2004): *Å se verden fra et annet sted. Medier, norskhet og fremmedhet*. Oslo: Cappelen.
- Elliott, Philip (1974): 'Uses and Gratifications Research: A Critique and a Sociological Alternative', i Blumler, J. G. og Katz, E. (red.) *The uses and gratifications approach to mass communications research. Annual review of communication research vol. 3*. Beverly Hills: Sage.

- Ellis, John (2002): *Seeing Things. Television in the Age of Uncertainty*. London: I.B.Tauris Publishers.
- Eriksen, Thomas H. og Sørheim, Torunn A. (2006): *Kulturforskjeller i praksis. Perspektiver på det flerkulturelle Norge*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Fjeldstad, Øyvind og Lindstad, Merete (2005): *Av utenlandske opprinnelse: Nye nordmenn i avisspaltene*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Fjeldstad, Øyvind og Lindstad, Merete (1999): *Pressen og de fremmede*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Fjeldstad, Øyvind og Lindstad, Merete (1997): *Innvandrere, fremmedfrykt og norske medier: En undersøkelse av utvalgte mediers dekning av saker knyttet til innvandrere og flyktninger, fremmedfrykt og rasisme*. Oslo: Norsk Journalistlag.
- Flyvbjerg, Bent (2006): 'Five misunderstandings about case-study research', i *Qualitative Inquiry* vol. 219 (12): 219-245.
- Fraser, Nancy (1992): 'Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy', i Calhoun, C. (red.) *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Garnham, Nicholas (1993): 'Bourdieu, the Cultural Arbitrary and Television', i Calhoun, C. (red.) *Bourdieu: Critical Perspectives*. Cambridge: Polity Press.
- Garnham, Nicholas (1992): 'The Media and the Public Sphere', i Calhoun, C. (red.) *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Geertz, Clifford (1973): *The interpretations of cultures*. New York: Basic Books.
- Gentikow, Barbara (2009): 'Offentlighet(er) som fenomen og begrep', i *Norsk Medietidsskrift* årg. 16 (2): 38-57.
- Gentikow, Barbara (2005): *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode. Revidert utgave*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Giddens, Anthony (2000): *Runaway World. How Globalization is Reshaping our Lives*. New York: Routledge.
- Giddens, Anthony (1997): *Sociology*. London: Polity Press.
- Gillespie, Marie (2000): 'Transnational Communications and Diaspora Communities', i Cottle, S. (red.) *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*. Maidenhead: Open University Press.
- Gillespie, Marie (1995): *Television, Ethnicity and Cultural Change*. New York: Routledge.
- Gitlin, Todd (1998): 'Public sphere or public sphericules?', i Curran, J. et al. (red.) *Media, ritual and identity*. New York: Routledge

- Griffin, Christine (1996): "See Whose Face it Wears": Difference, Otherness and Power', i *Feminism & psychology* vol. 6 (2): 185-191.
- Gripsrud, Jostein (2007): 'Television and the European public Sphere' i *European Journal of Communication* vol. 22 (4): 479-492.
- Habermas, Jürgen (2007 [1992]): 'Offentlig mening, kommunikativ makt og aktører i det sivile samfunn', i Gentikow, B. og Skogseth, E. G. (red.). *Medier og demokrati*. Oslo: Spartacus.
- Habermas, Jürgen (1999): 'The European Nation-State and the Pressures of Globalization' [engelsk oversettelse: Goshgarian, G. M.], i *New Left Review* vol. 235 (1): 425-436.
- Habermas, Jürgen (1994): *Remarks on discourse ethics, justifications and applications*. Cambridge: MIT Press.
- Habermas, Jürgen (1971): *Borgerlig offentlighet – Dens fremvekst og forfall. Henimot en teori om det borgerlige samfunn* Oslo: Gyldendal.
- Hagen, Ingunn (2000): *Medias publikum. Frå mottakar til brukar?* Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Hall, Stuart (1980): 'Encoding/decoding', i Hall, S. et al. (red.) *Culture, Media, Language*. New York: Routledge.
- Hargreaves, Alec G. og Mahdjoub, Dalila (1997): 'Satellite Television Viewing among Ethnic Minorities in France', i *European Journal of Communication*, vol. 12 (4): 459-477.
- Harindranath, Ramaswami (2000): 'Ethnicity, National Culture(s) and the interpretation of Television', i Cottle, S. (red.) *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*. Maidenhead: Open University Press.
- Herzog, Herta (1944): 'What do we really know about daytime serial listeners?', i Lazarsfeld, P. og Stanton, F. (red.) *Radio Research, 1942-43*. New York: Duell, Sloan & Pearce.
- Horsti, Karina (2008): 'Overview of Nordic Media Research on Immigration and Ethnic Relations From Text Analysis to the Study of Production, Use and Reception', i *Nordicom Review* vol. 29 (2): 275-293.
- Husband, Charles (2000): 'Media and the Public Sphere in Multi-Ethnic Societies', i Cottle, S. (red.) *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*. Maidenhead: Open University Press.
- Husband, Charles (1994): *A richer vision: the development of ethnic minority media in Western democracies*. Paris: UNESCO.
- Husband, Charles og Chouhan, Jagdish M. (1985): 'Local Radio in the Communication Environment of Ethnic Minorities in Britain', i van Dijk, T. A. (red.) *Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communications*. Berlin: Walter de Gruyter.

- Jakubowicz, Andrew (2001): 'Australian Dreamings: Cultural Diversity and Audience Desire in a Multinational and Polyethnic State', i Ross, K. og Playdon, P. (red.) *Black Marks: Minority Ethnic Audiences and Media*. Aldershot: Ashgate.
- Jensen, Iben (2001): 'Journalistik som socialt felt', i *MedieKultur* (32): 46-62.
- Jensen, Iben (2000): *Hvornår er man lige kvalificeret? Etniske minoriteters professionelle adgang til etablerede danske medier*. København: Nævnet for etnisk ligestilling.
- Katz, Elihu et al. (1974): 'Utilization of mass communication by the individual', i Blumler, J. G. og Katz, E. (red.) *The uses and gratifications approach to mass communications research. Annual review of communication research vol. 3*. Beverly Hills: Sage.
- Katz, Elihu et al. (1973): 'On the use of the mass media for important things', i *American Sociological Review*, vol. 38 (2): 164-181.
- Klapper, Joseph T. (1963): 'Mass communication research: An old road resurveyed', i *Public Opinion Quarterly* vol. 27 (4): 515-527.
- Kumar, Krishan (1975): 'Holding the Middle Ground: The BBC, the Public and the Professional Broadcaster', i *Sociology* vol. 9 (1): 67-88.
- Kvale, Steinar og Brinkmann, Svend (2009): *InterViews. Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing. Second edition*. London: Sage.
- Lazarsfeld, Paul og Stanton, Frank (red.) (1949): *Communication research. 1948-9*. New York: Harper.
- Lazarsfeld, Paul og Stanton, Frank (red.) (1944): *Radio Research, 1942-43*. New York: Duell, Sloan & Pearce.
- Lazarsfeld, Paul og Stanton, Frank (red.) (1942): *Radio Research, 1941*. New York: Duell, Sloan & Pearce.
- Liebes Tamar og Katz, Elihu (1993): *The export of meaning. Cross-cultural readings of Dallas*. Cambridge: Polity Press.
- Lijphart, Arend (1971): 'Comparative Politics and the Comparative Method', i *The American Political Science Review* vol. 65 (3): 682-693.
- Lunt, Peter og Stenner, Paul (2005): 'The Jerry Springer Show as an Emotional Public Sphere', i *Media, Culture and Society* vol. 27 (1): 59-81.
- Mainsah, Henry (2009): *Ethnic Minorities and Digital Technologies: New Spaces for Constructing Identity*: Doktoravhandling i medievitenskap. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Mainsah, Henry (2005): *Media use and changing identities. The case of Cameroonians in Oslo*. Masteroppgave i medievitenskap. Oslo: Universitetet i Oslo.

- McKee, Alan (2005): *The Public Sphere: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McQuail, Denis (1987): *Mass communication theory. An introduction. 2.utg.* London: Sage.
- Mikkelsen, Marianne (2009): *Verdsatt og feilvurdert. Flerkulturelle journalister i norske redaksjoner*. Masteroppgave i journalistikk. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Milikowski, Masrisca (2001): 'Learning about Turkishness by satellite: Private satisfactions and public benefits', i Ross, K. og Playdon, P. (red.) *Black Marks: Minority Ethnic Audiences and Media*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Milikowski, Marisca (2000): 'Exploring a Model of De-Ethnicization: The Case of Turkish Television in the Netherlands', i *European Journal of Communication*, vol. 15 (4): 443-468.
- Moe, Halvard (2008): *Public Broadcasters, the Internet and Democracy. Comparing Policy and Exploring Public Service Media Online*. Doktorgradsavhandling i medievitenskap. Bergen: Universitetet i Bergen.
- Moe, Hallvard (2007): 'Commercial Services, Enclosure and Legitimacy. Comparing Contexts and Strategies for PSM Funding and Development', i Lowe, G. F., og Bardoel, J. (red.). *From Public Service Broadcasting to Public Service Media. RIPE@2007*. Göteborg: Nordicom.
- Morley, David (2000): *Home Territories. Media, mobility and identity*. New York: Routledge.
- Morley, David (1992): *Television, Audiences and Cultural studies*. New York: Routledge
- Morley, David (1980): 'The nationwide audience', i Morley, D. og Brunson, C. *The nationwide television studies*. New York: Routledge.
- Mouffe, Chantal (2005): *On the Political*. New York: Routledge.
- Murdock, Graham (2002): 'Media, culture and modern times: social science investigations', i Jensen, K. B. (red.) *A handbook of media and communication research. Qualitative and quantitative methods*. New York: Routledge.
- Murdock, Graham (1992): 'Citizens, consumers, and public culture', i Skovmand, M. og Schröder, K. C. (red.). *Media Cultures. Reappraising Transnational Media*. New York: Routledge.
- Murdock, Graham (1988): 'Television and Citizenship: In Defence of Public Broadcasting', i Tomlinson, A. (red.) *Consumption, Identity and Style: Marketing Meanings and the Packaging of Pleasure*. New York: Routledge.
- Negt, Oscar og Kluge, Alexander (1974): *Offentlighet og erfaring. Til organisasjonsanalysen av borgerlig og proletarisk offentlighet*. Stockholm: Nordisk Sommeruniversitet.

- Neveu, Erik (2005): 'Bourdieu, the Frankfurt School, and Cultural Studies: On Some Misunderstandings', i Benson, R. og Neveu, E. (red.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press.
- Papathanassopoulos, Stylianos (2002): *European Television in the Digital Age. Issues, Dynamics and Realities*. Cambridge: Polity.
- Prieur, Annick (2006): 'En teori om praksis', i Prieur, A. og Sestoft, C. (red.) *Pierre Bourdieu. En introduktion*. København: Hans Reitzels forlag.
- Prieur, Annick (2002): 'Frihet til å forme seg selv? En diskusjon av konstruktivistiske perspektiver på identitet, etnisitet og kjønn', i *Kontur* (6): 5-12.
- Prieur, Annick og Sestoft, Carsten (2006): 'Bourdieu's epistemologi og sosiologiens håndværk', i Prieur, A. og Sestoft, C. (red.) *Pierre Bourdieu. En introduktion*. København: Hans Reitzels forlag.
- Raboy, Marc (2003): 'Rethinking Broadcasting Policy in the Global Media Environment', i Lowe, G. F. og Hujanen, T. (red.) *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom.
- Rawls, John (1971): *A theory of justice*. Harvard: Harvard University Press.
- Robins, Kevin (2006): *Transnational Media, Cultural Diversity and New Public Cultures, Research Paper No. 7, The Challenge of Transcultural Diversities*. Strassbourg: Council of Europe.
- Ross, Karen (2000): 'In Whose Image? TV Criticism and Black Minority Viewers', i Cottle, S. (red.) *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*. Maidenhead: Open University Press.
- Rubin, Alan M. (2002): 'The uses-and-gratifications perspectives of media effects', i Bryant, J. og Zillmann, D. (red.) *Media effects. Advances in theory and research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Scannell, Paddy (2005): 'The Meaning of Broadcasting in the Digital Era', i Lowe, G. F., og Jauert, P. (red.) *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting. RIPE@2005*. Göteborg: Nordicom.
- Scannell, Paddy (1996): *Radio, Television and Modern Life. A Phenomenological Approach*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Scannell, Paddy (1989): 'Public Service Broadcasting and Modern Public Life', i *Media, Culture and Society* vol. 11 (2): 135-136.
- Silverman, David (2006): *Interpreting Qualitative Data. Third Edition. Methods for Analyzing Talk, Text and Interaction*. London Sage.

- Simonsen, Anne H. (2004): 'Fadime. Ett drap – to historier. Tabloide nyhetsjegere på rett spor?', i Eide, E. og Simonsen, A. H. (red.) *Å se verden fra et annet sted. Medier, norskhet og fremmedhet*. Oslo: Cappelen.
- Slaatta, Tore (2002): 'Med Bourdieu som utgangspunkt. Medienes makt', i *Sosiologi i dag* årg. 32 (1-2): 93-126.
- Sreberny, Annabelle (2000): 'Media and diasporic consciousness: An exploration among iranians in London', i Cottle, S. (red.) *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*. Maidenhead: Open University Press.
- Svensen, Elin (2000): *Multietniske redaksjoner? Rekruttering av journalister med minoritetsbakgrunn i Danmark, Norge og Sverige*. Oslo: Forskningsstiftelsen Fafo.
- Syvertsen, Trine (2004): *Mediemangfold*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Søndergaard, Henrik (2003): 'Globalization and National Identity in Danish Television: The Return of the Nation', i Hjarvard, S. (red.) *Media in a Globalized Society*. København: Museum Tusulanum Press.
- Thomas, Robert (1993): 'Interviewing important people in big companies', i *Journal of Contemporary Ethnography* vol. 22 (1): 80-96.
- Thompson, John B. (1995): *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Tomlinson, John (2007): 'Globalization and Cultural Analysis', i Held, D. og McGrew, A. (red.) *Globalization Theory. Approaches and Controversies*. Cambridge: Polity Press.
- Tufte, Thomas (2003): 'Minority Youth, Media Uses and Identity Struggle. The Role of the Media in the Production of Locality', i Tufte, T. (red.) *Medierne, minoriteterne og det multikulturelle samfund. Skandinaviske perspektiver*. Göteborg: Nordicom.
- van Zoonen, Lisbeth (2004): *Entertaining the citizen: when politics and popular culture converge*. Oxford: Rowman and Littlefield.
- Vaage, Odd Frank (2009): *Kultur- og mediebruk blant personer med innvandrerbakgrunn*. Oslo: SSB.
- Vaage, Odd Frank (1985): *Innvandrings situasjonen – pressens beskrivelse og folks oppfatning*. Skriftserie om innvandrerforskning (1). Oslo: Kommunal- og arbeidsdepartementet.
- Waldahl, Ragnar (2001): *Mediepåvirkning*. 2.utg. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Williams, Raymond ([1974] 2003): *Television: Technology and Cultural Form*. London: Routledge.
- Yin, Robert F. (2009): *Case Study Research. Design and Methods. Fourth Edition*. London: Sage.
- Østbye, Helge et al. (2002): *Metodebok for mediefag*. Andre utgave. Bergen: Fagbokforlaget.

Dokumenter og statistikk

- EU (2007): *Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- EU (1997): *Treaty of Amsterdam amending the treaty on European Union, the treaties establishing the European Communities and certain related acts*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- FN (1985): *Proposal Concerning a Definition of the Term "Minority"*. UN document E/CN.4/Sub.2/1985/31
- FN (1966a): *International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights Adopted and opened for signature, ratification and accession by General Assembly resolution 2200.A (XXI) of 16 December 1966*.
- FN (1966b): *Universal Declaration of Human Social and Political Rights*.
- FN (1948): *The Declaration of Human Rights*.
- Medietilsynet 2009: *Allmennkringkastingsrapporten. Kringkastingsåret 2008*.
- NRK (2009a): *Vedtekter for NRK AS*.
- NRK (2009b): *Statusrapport fra NRK FleRe, desember 2009*.
- NRK (2004): *Noe for alle. Alltid. Overordnet strategi for NRK 2002-2006*.
- NRK Analyse (2009a): *Mediebruk. Ikke-vestlige innvandrere. Utvalg på 400 personer*.
- NRK Analyse (2009b): *NRKs profilundersøkelse 2009*.
- SSB (2009): *Innvandring og innvandrere*. Oslo: SSB.
- St.meld. nr. 6 (2007-2008): *NRK plakaten*. Kirke- og kulturdepartementet.
- Synovate (2009): *Kartlegging av flerkulturelles mediebruk. Oppdrag fra NRK*.
- UNESCO (2005): *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*.
- UNESCO (2001): *UNESCO Universal declaration on cultural diversity*.

Aviser og nettsider

Andersen, Morten G. (2009): *Indvandrere ved for lidt om H1N1.*

<http://politiken.dk/indland/article841533.ece> [lesedato 08.02.10]

Bjørnås, Sun I. (2010): *-Hadde vært færre spekulasjoner om familien var norsk.*

<http://nrk.no/nyheter/norge/1.7012920> [lesedato 22.03.10]

Christiansen, Lotten (2007): *Jo Fle Re, jo bedre.*

<http://www.nrk.no/programmer/tv/migrapolis/1.4223004> [lesedato 17.02.10]

IMDi (2009): *NRK vinner mangfoldsprisen.* [http://www.imdi.no/no/Nyheter/2010/NRK-](http://www.imdi.no/no/Nyheter/2010/NRK-vinner-Mangfoldsprisen/)

[vinner-Mangfoldsprisen/](http://www.imdi.no/no/Nyheter/2010/NRK-vinner-Mangfoldsprisen/) [lesedato 27.02.10]

TNS Gallup (2009): *Topplisten.* <http://rapp.tns-gallup.no/?aid=9072261> [lesedato 08.04.10]

Appendiks I: informantenes bakgrunn

Brasil

Kvinne, 25 år. Kom til Norge i 2005. Videregående skole som høyest fullførte utdanning. Er for tiden i arbeid.

Chile

Mann, 23 år. Kom til Norge i 1987. Videregående skole som høyest fullførte utdanning. Er for tiden arbeidsledig.

Filippinene

Mann, 31 år. Kom til Norge i 1984. Videregående skole som høyest fullførte utdanning. Er for tiden i arbeid.

Kongo

Kvinne, 26 år. Kom til Norge i 1989. Videregående skole som høyest fullførte utdanning. Er for tiden i arbeid.

Kurdistan 1

Kvinne, 21 år. Kom til Norge i 1997. Videregående skole som høyest fullførte utdanning. Er for tiden deltidsstudent.

Kurdistan 2

Mann, 31 år. Kom til Norge i 2002. Videregående skole som høyest fullførte utdanning. Er for tiden arbeid.

Pakistan

Kvinne, 21 år. Født i Norge. Videregående skole som høyest fullførte utdanning. Er for tiden student.

Rwanda

Mann, 31 år. Kom til Norge i 2001. Bachelorgrad som høyest fullførte utdanning. Er for tiden student.

Appendiks II: intervjuguide

Bakgrunnsvariabler

- Navn
- Alder
- Kjønn
- Migrasjonshistorie (hvor lenge i Norge, opprinnelsesland osv).
- Bosted
- Høyest fullførte utdanning, evt. jobb.

Innhold

- Hvilke tv-kanaler bruker du ofte?
- Hvor godt kjenner du til norske tv-kanaler?
- Bruker du medier fra ditt hjemland?
- Hva slags programmer ser du på/hører du på derfra?
- Hva med andre internasjonale medier?
- Blir det mindre tid til norske medier?
- Hvilke norske tv-kanaler ser du på?
- Hvilke favorittprogram har du? Vet du hvilken kanal de går på?
- Ser du på nyheter?
- Har du noen favoritt kilde til nyheter? Hvorfor?
- Hvilke radiokanaler hører du på?
- Hvilke nettsider bruker du ofte?
- Hvor godt kjenner du til henholdsvis TV2, TV3 og TV Norge? Hva forbinder du med dem?
- Er det noen programmer du følger med på i disse kanalene?
- Hva forbinder du med NRK?
- Hvor godt kjenner du til NRKs tilbud?
- Nett/radio/tv
- Ser du på idrett på NRK?
- Vinteridrett? Hva forbinder du vinteridrett med?
- Vet du om programmer på NRK som henvender seg til etniske minoriteter?
- Hva mener du om disse programmene?
- Migrapolis, Faktor, Radio Migrapolis p2, Sølvsuper p1?
- Hva mener du om programmer som handler om norsk kultur
- Hva slags innhold ønsker du mer av i NRK?

Relevans

- Sender NRK programmer om ting du er interessert i?
- Hvilke/Når/Hvordan?
- Kjenner du igjen egne interesser i NRKs tilbud?
- Hvis ikke, gjør du det i andre norske kanaler, hvilke og hvorfor?
- Har NRK programmer som er viktig for deg?
- Hva synes du NRK er dårlig på? (på tv, radio og nett)

- Hva synes du NRK er bra på? (på tv, radio og nett)

identifikasjon

- Hvordan synes du fremstillingen av etniske minoriteter er i NRK?
- Synes du innvandrere utgjør en stor nok del av NRKs tv og radio-journalister?
- Fremstilles din kultur i NRK som en del av norsk kultur?
- Hvor viktig for deg er det at du kjenner igjen din egen kultur i mediene?
- Hvor skulle du ønske å se flere innvandrere i NRK?
- Synes du at NRK har god kunnskap om din kultur?
- Er det noe spesielt fra din egen kultur du savner i NRKs tilbud?
- Fokuserer NRK ofte på det som skiller etniske minoriteter fra etnisk norske?
- Er det naturlig for deg å se på programmer som handler om din egen kultur? Hvorfor?
- Er du interessert i andre innvandreres kulturer i forbindelse med din mediebruk?
- Har du lagt merke til hvordan din kultur formidles i norske medier?

NRK som kulturell brobygger

- Har du mange etnisk norske venner?
- Føler du at du er norsk?
- Har mediene bidratt til å integrere deg i det norske samfunnet?
- Har NRK gjort det?
- Interesserer du deg for norsk kultur?
- Hvordan lærer du deg ting om norsk kultur?
- Er du interessert i lære om andre kulturer? Evt. fra hvilke medier?
- Ser du på debattprogrammer?
- Har du inntrykk av at representanter fra din kultur deltar i samfunnsdebatter på NRK?
- Hvordan anser du NRK som en kanal hvor det foregår debatt og diskusjon mellom ulike kulturer?
- Er du interessert i samfunnsspørsmål?
- Hvordan får du informasjon om det norske samfunnet?

Kunnskap om NRK og allmennkringkasting

- Vet du hvordan NRK finansieres?
- Hvordan stiller du deg til lisens?
- Vet du hva slags idé NRK er bygget på?
- Synes du NRK har noe for alle i Norge?

Kulturkonsumpsjon og identitet

- Påvirker dine venner og familie valg av medier?
- Hvilke(t) språk foretrekker du i ditt medieforbruk?

Appendiks III: undersøkte radio- og tv-programmer

Mye sette tv-programmer i Norge 2009

Eurovision Song Contest 2009, finale
Melodi Grand Prix, nasjonal finale
Nytt på nytt
Idrettsgalla
Himmelblå
Den store klassefesten
Valgnatt på NRK
Skavlan
Mesternes mester
Håndballkamp, Polen-Norge
VM-kveld
Der ingen sjulle tru at nokon kunne bu
Senkveld
Grey's Anatomy
Da damene dro

Profilerte radioprogrammer i den norske befolkningen

NRK P1:
Distriktssendingene
Nitimen på
Norgesglasset

NRK P2:
Dagsnytt 18
Hallo i uken

NRK P3:
Radioresepsjonen
Juntafil

Kilde: NRK Analyse

Appendiks IV: kontrakter

Gard Erlend Paulsen
Institutt for medier og kommunikasjon, UiO
e-post: gardep@student.hf.uio.no
tlf.: 41612168

Oslo 22.02.2010

Forskningsintervju i forbindelse med masteroppgave

I forbindelse med en masteroppgave gjennomfører jeg forskningsintervjuer med etniske minoriteter, hvor formålet er å undersøke hvordan flerkulturelle bruker medier i Norge, med særlig vekt på allmennkringkasteren NRK.

Intervjuene vil bli tatt opp digitalt. Lydopptaket vil oppbevares privat og slettes når prosjektet avsluttes. Lydopptaket vil ikke spres eller avspilles for andre enn undertegnede. Intervjuene vil gjengis i anonym form i den endelige rapporten. Jeg ber om rett til å sitere relevante deler av intervjuet i rapporten. Forskningsrapporten vil bli publisert og være offentlig tilgjengelig.

Gard Erlend Paulsen

Informant

Gard Erlend Paulsen,
Institutt for medier og kommunikasjon, UiO
e-post: gardep@student.hf.uio.no
tlf.: 41612168

Oslo 17.11.2009

Steinar Nielsen, NRK
e-post: steinar.nielsen@nrk.no
tlf.: 95706060

Kontrakt vedr. forskningsintervju til masteroppgave ved Institutt for medier og kommunikasjon (IMK), Universitetet i Oslo (UiO).

I forbindelse med en masteroppgave gjennomfører jeg forskningsintervjuer med personer i NRK, hvor formålet er å undersøke hvilke strategier og prioriteringer organisasjonen gjør for å øke andelen etniske minoriteter blant brukerne.

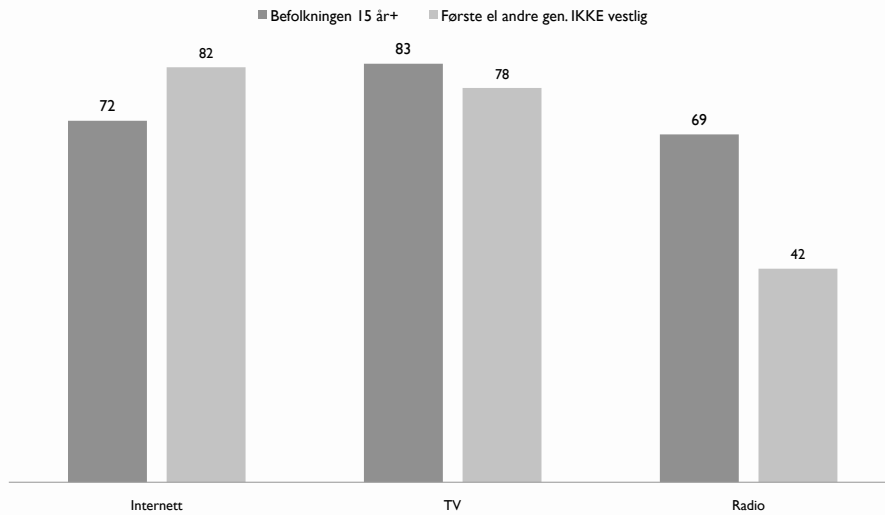
Intervjuene vil bli tatt opp digitalt. Lydopptaket vil oppbevares privat og slettes når prosjektet avsluttes. Lydopptaket vil ikke spres eller avspilles for andre enn undertegnede. Jeg ber om rett til å sitere relevante deler av intervjuet med navn i forskningsrapporten som vil bli publisert og være offentlig tilgjengelig.

Gard Erlend Paulsen, IMK

Steinar Nielsen, NRK

Appendiks V: Mediebruk. Ikke-vestlige innvandrere. Utvalg på 400 personer

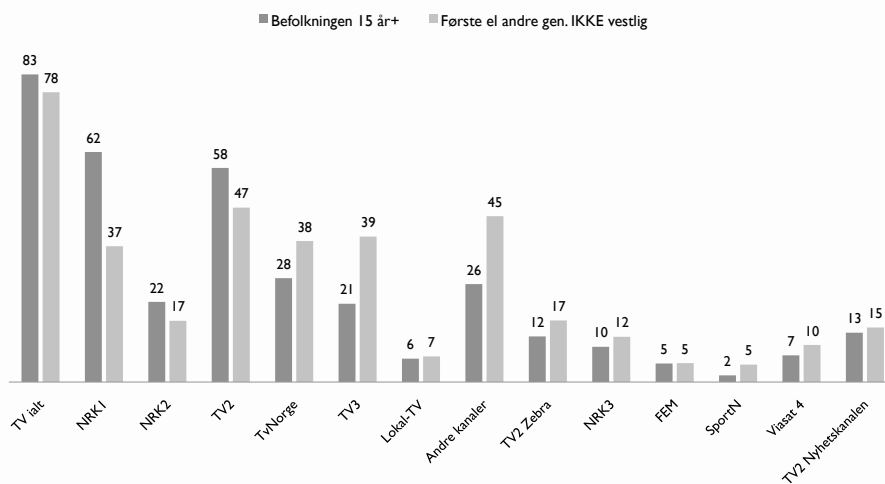
Daglig dekning ulike medier



F&MTLF 2/09

Hilde.Thoresen@nrk.no

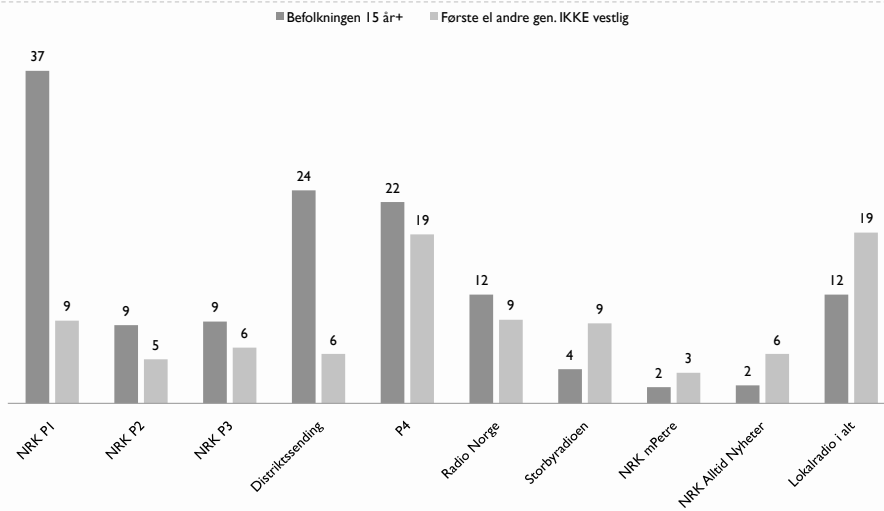
Daglig dekning for tv



F&MTLF 2/09

Hilde.Thoresen@nrk.no

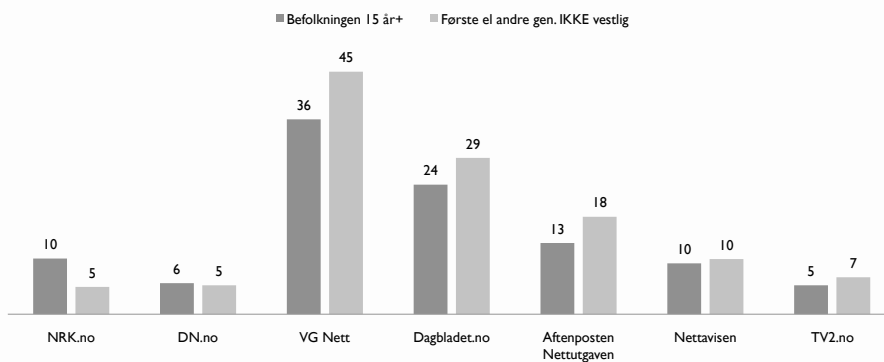
Daglig dekning radio



F&MTLF 2/09

Hilde.Thoresen@nrk.no

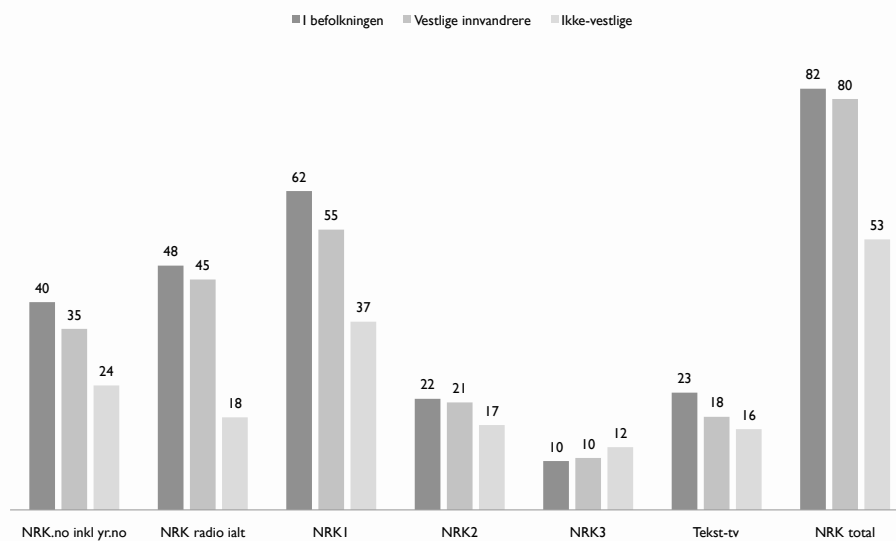
Daglig dekning internettsider



F&MTLF 2/09

Hilde.Thoresen@nrk.no

Daglig dekning for NRK totalt i 2009



F&MTLF 2/09

Hilde.Thoresen@nrk.no

