

## FOKUS: KJENDISER OG POLITIKK

### Kjendisaktivisme – er det til gagn?

ROY KRØVEL

Ph.d., professor, Høgskolen i Oslo og Akershus

[roy.krovel@hioa.no](mailto:roy.krovel@hioa.no)

#Postadresse til utsendelse av ferdig hefte:

Høgskolen i Oslo og Akershus

Fakultet for samfunnsfag / Institutt for journalistikk og mediefag

Postboks 4 St. Olavs plass

0130 Oslo#

Fenomenet kjendisaktivisme veks grenselaust internasjonalt, skriv Tsaliki, Frangonikolopoulos og Huliaras i ein antologi om fenomenet (Tsaliki, Frangonikolopoulos & Huliaras 2011b: 29). Likevel, legg dei til, er lite gjort for å undersøke årsaker til og verknader av kjendisaktivisme i internasjonal politikk.

Det er ikkje få superstjerner som har engasjert seg i internasjonale spørsmål dei siste åra. Til dømes har den amerikanske skodespelaren Mia Farrow tatt del i kampanjar for å presse Kina til å gjere noko for å få slutt på **#borgeakrigen?#** i Darfur i Sudan, Roger «James Bond» Moore arbeider for å bygge opp skular i Malawi, og skodespelar Danny Glover engasjerer seg for å få større merksemd om dei alvorlege konsekvensane av hiv/aids globalt.

Det er vanleg å knyte framveksten av kjendisar av denne typen til utviklinga av teknologi, massemedium og globaliseringa av filmbransjen. Kjendiskulturen slo for alvor gjennom med veksten i avisbransjen og med telegrambyråa frå midten av 1800-talet. Men kvifor spelar det ei rolle kva kjendisar seier om internasjonale spørsmål?

Denne artikkelen tek for seg nokre ferske tilskot til debatten om kjendisaktivisme. Den vil syne korleis slik aktivisme har endra seg dei siste åra, men også korleis ulike typar kjendisar engasjerer seg ulike slag konflikhtar og spørsmål. Artikkelen byrjar med eit lite, lokalt døme for å syne nokre historiske røter.

### Frå «gamle dagar»

Nei, handkvite Herrar! De gildt kann prala

Med Ordi fagre som klingar.  
Men oss imillom skal Kniven tala,  
Den Dag daa Verdi ho svingar  
Arne Garborg, ( sitert i Thesen 1945: 140)

Slik skreiv forfattaren Arne Garborg heim til redaksjonen i *Fedraheimen* frå Paris i 1886, med Pariskommuna (1871) og represjonen etterpå i friskt minne. Møta med fattigfolk, kunstnarar, arbeidarar og dei revolusjonære ideologiane hadde radikaliserert den unge norske forfattaren, og dei skarpe orda sette ein støkk i redaktøren heime i Noreg. Var lesarane av *Fedraheimen* klare for slikt? Redaktør Ivar Mortensson-Egnund utstyrte diktet med eit liten tekst der han forklarte at det ikkje måtte tolkast bokstavleg, men biletleg. Det var kanskje ikkje meininga at Kniven skulle tale likevel? Garborg var ikkje samd – han hadde meint det han hadde skrive. Det tok heller ikkje lange tida før også Ivar Mortensson-Egnund vart anarkist, og *Fedraheimen* erklærte seg som «Anarkistisk-Kommunistisk Organ» (Langen 1957).

Garborg var forfattar, journalist og redaktør, ein kjendis i si samtid, men naturlegvis kjendis av ein annan kategori enn Hollywood-superstjerner som Farrow, Moore og Glover. Likevel kan det vere nyttig å minne seg sjølv om at fenomenet med kjendisar som meiner noko om internasjonale tilhøve kanskje ikkje er så heilt nytt. Samstundes minner dømet oss om ei tid som var, ei tid før den objektive, distanserte og nøytrale skrivemåten vart eit ideal for journalistar med ambisjonar. Då var det ikkje noko merkverdig med ein forfattar og journalist som tok stilling til dei brennande spørsmåla i samtida.

I Volda på Sunnmøre vart Garborg og *Fedraheimen* lest, studert og diskutert. Den radikale venstreungdomen rundt målskulen søkte seg vidare: Ein annan forfattar og nynorskjournalist, Olaus Fjørtoft, hadde allereie omsett Karl Marx til nynorsk. Det las ungdomen i Volda. Men det var kanskje den anarkistiske litteraturen, Peter Kropotkin til dømes, som sette dei mest varige spora. Synnøve Riste, Rasmus Steinsvik og dei andre starta si eiga avis, sitt eige radikale venstrelag, ein bokklubb og eit ungdomslag. I avisa *Vestmannen* tok dei til orde for solidaritet mellom bønder og arbeidarar, forsvarte dei streikande kvinnene på Seglduksfabrikken i Oslo og informerte om anarkistane som vart hengde i Chicago i 1887. Det var vel ikkje anna å vente enn at det vart konflikt av slikt i Volda.

Dømet kan kaste lys over nokre aspekt ved kjendisaktivisme som ofte vert framheva i litteraturen: Det blir sagt at kjendisar kan nå ut til «folk flest» på ein slik måte at dei vert merksame på fenomen og perspektiv som dei elles ikkje hadde fått vite noko om. Dessutan

kan dei då opplyse fenomenet på ein slik måte at det gir ny innsikt som kan sette i gang refleksjonsprosessar. Kanskje kan det føre til kritisk revurdering av fordommar, årsaker og samanhengar, rammeforteljingar eller meta-narrativ, alt etter kva analytisk språk forskaren liker å bruke (Brysk 2013; Gamson 1998; Kellner 2010; Lakoff 1990; Tsaliki et al. 2011b; Turner 2004; Zoonen 2005). Poenget med kjendisaktivisme skal altså nettopp vere å utløyse slike refleksjonar som potensielt kan ende i haldningsendring, nye politiske synspunkt og munne ut i handling. I litteraturen om kvifor nokre samfunn er meir robuste og taklar krise betre enn andre, har Goldstein lasert omgrepet «kaskadar» (Goldstein 2012). Folk er ofte skeptiske til å endre haldningar, seier Goldstein, men når det fyrst skjer, så skjer det ofte raskt og i «kaskadar» der heile grupper i rask rekkefylgje revurderer gamle sanningar og sluttar seg til ny innsikt.

Det er å ta noko sterkt i å snakke om «kaskadar av meiningsendring» i lokalsamfunnet Volda på 1880-talet – til det var omfanget for lite. Likevel viser dømet korleis ein kjent forfattar kunne få lokale aktivistar til å tenkje på nye spørsmål på måtar som fekk konkrete konsekvensar i lokalsamfunnet. Dei vart merksame på tilhøve i verda som dei tidlegare ikkje visste noko om. Dei søkte systematisk ny kunnskap for å finne forklaringar. Dermed kom dei også til å sjå på si eiga livsverd på ein ny måte.

## **Politikk, kjendisar og massekommunikasjon**

Tsaliki knyter framveksten av fenomenet kjendisar som engasjerer seg i internasjonale spørsmål til utviklinga av kommunikasjonsteknologi og massemedia (Tsaliki et al. 2011b). På den eine sida er kjendisar av denne typen eit produkt av massemedia. På den andre sida nyttar kjendisane massemedia som verkty for denne typen aktivisme.

Galtung og Ruge laserte for snart 50 år sidan ei rad hypotesar om kva som gjer hendingar i utlandet til nyhende i media (Galtung & Ruge 1965). Hypotesane har vorte ståande, sjølv om kritiske røyster har kome til orde dei siste åra (Harcup & O'Neill 2001). Alt tyder uansett på at ei hending har vesentleg større sjanse for å verte omtala i media dersom kjende personar er involverte. Massemedia er interesserte i kjendisar (Evans 2005). Samstundes indikerer mykje forskning at media til ein viss grad er i stand til å sette agenda for den offentlege debatten (Coleman, McCombs, Shaw & Weaver 2009). Meir tvil herskar det om spørsmålet om

påverknad – det kan verke som media har noko å seie for *kva* me tenkjer på, men nokså liten påverknad på *korleis* me tenkjer og *kva* me *meiner* om det me tenkjer på.

Uansett freistar friviljuge organisasjonar, kampanjar, massemedium og andre å bruke kjendisar for å skape merksemd og oppslutning om innsamlingsaksjonar og politiske kampanjar. Særleg organisasjonar som driv med bistand, har dei siste åra satsa mykje på bruk av kjendisar i marknadsføring og for å påverke opinion og styresmakter. Den årlege TV-aksjonen til Norsk rikskringkasting (NRK) er berre eitt av fleire dømer, men kanskje det mest omdiskuterte (sjå til dømes Tvedt 2008). TV-aksjonen vert arrangert av NRK, men i samarbeid med friviljuge organisasjonar. Kjendisar, inkludert profilerte NRK-journalistar, spelar ei viktig rolle i innsamlingsaksjonen. Dei reiser for å sjå på tilhøva «med sine egne auger», og dei rapporterer heim til publikum i Noreg.

Ein kritikk mot TV-aksjonen har vore at desse kjendisrapportane heim ofte manglar kritiske perspektiv på organisasjonane og deira framstilling av både dei lokale tilhøva og eige arbeid. Spørsmålet er om ein skal kunne vente kritiske perspektiv på prosjekt som har som føremål å hjelpe trengande og lidande. Terje Tvedt har kritisert det tette samarbeidet mellom stat, friviljuge organisasjonar og medium på dette området, og kallar det for eit «godhetsregime» (Tvedt 2003). Det vert nær sagt umogeleg å tenkje kritisk når alle gode krefter i landet slik samlast om *gode* føremål. Men det er problematisk at mediedekninga av store delar av verda i stor grad reflekterer våre norske stereotypiar av andre (Eide & Simonsen 2007, 2008). Kjendisane kan kanskje medverke til å sette fokus på saker som elles ikkje hadde fått særleg merksemd i media, men dei er neppe i ein posisjon der dei kan medverke til meir grunnleggande endringar i synet på årsaker og samanhengar. Slik sett har dei mykje til felles med den utviklinga som Tsaliki skildrar: Dei langt fleste kjendisane som i dag engasjerer seg i internasjonale spørsmål, vel seg spørsmål og saker som i minst mogleg grad er kontroversielle. Dei ynskjer ikkje å miste korkje fans eller marknadsverdi.

### «Republikanarar kjøper også joggesko»

Samstundes finst det også kjente forfattarar, musistar og andre som vågar å ta opp saker med meir sprengkraft. Eit ferskt døme er forfattarar, forleggarar og andre i norske P.E.N. som har teke til orde for å gi varslaren Edward Snowden asyl i Noreg (sjå til dømes Auestad, Svaar & Skille 2013). Det er ei sak som i seg sjølv har fått mykje merksemd i media, men her ynskjer kjende personar å opplyse saka frå ein annan og maktkritisk vinkel. Dei kritiserer USA for å

forfylgje ein varslar, og meiner at norske styresmakter burde gjere meir for å ta vare på slike som Snowden. Det er standpunkt som kan kome til å koste noko. Dei plasserer seg slik sett i ein annan tradisjon enn fleirtalet av superstjerner frå Hollywood, og har meir til felles med Garborg eller kunstnarane som protesterte mot Vietnamkrigen på 60-talet. Fyrst og fremst må ein tru at dei i sitt daglege arbeid ikkje primært er drivne av kommersielle eller økonomiske omsyn, men av kunstnariske eller andre ambisjonar som let seg kombinere med eit samfunnsengasjement med politiske undertonar.

Desse norske kunstnarane er nok kjende til å skape merksemd om sakene dei lyftar opp. Dessutan vil dei sjølve velje kva strider dei vil ta. Då er situasjonen ein annan for superkjendisane – mykje forskning viser at desse sjeldan tek initiativet til internasjonalt engasjement sjølve (Tsaliki et al. 2011b: 40). Det er i staden dei friviljuge organisasjonane, ofte gjennom marknadsavdelingane, som er drivkreftene i samarbeid mellom organisasjonar og superstjerner om gode føremål. Som regel blir alle sider grundig drøfta og analysert av økonomiske rådgjevarar, agentar, advokatar og andre i staben før aktivitetar vert sett i gang. I dag engasjerer superkjendisane seg nesten berre seg i saker som ingen kan oppfatte som kontroversielle – dei vil ikkje risikere å støyte frå seg fans og potensielle kundar. «Republikanarar kjøper også joggesko», som Michael Jordan sa det då han takka nei til å vere med på ei kampanje med politisk ladda budskap (Tsaliki et al. 2011b: 38).<sup>1</sup>

## Har det då nokon effekt?

Alberoni hevdar at kjendisar kan gje folk eit felles referansepunkt utan dei institusjonelle barrierane som, til dømes, skil dei kongelege frå ordinære borgarar (Alberoni 2007). Det gjer dei fordi kjendisar kan nyte godt av beundring utan vilkår, noko som kan omsettast til karisma, i fylgje Alberoni. Likevel, meiner Turner, må kjendisane etablere og vedlikehalde ein relasjon bygd på gjensidig lojalitet mellom konsumentar og seg sjølve. Kjendisar utviklar difor eit symbiotisk tilhøve til media (Turner 2004). Dei vert, om dei lukkast, i fylgje Corner og Pels, rollemodellar for millionar av menneskjer. Det er noko som både organisasjonar og politikarar ynskjer å utnytte til sine eigne føremål (Corner & Pels 2003).

---

<sup>1</sup> Popgruppa Dixie Chicks og skodespelar Sean Penn, som kritiserte Bush-administrasjonen for krigen i Irak, er dømer på unntak frå regelen.

I enkelte tilfelle, meiner Marshall, har kjendisar fungert som pedagogiske verkty (Marshall 2010). Han hevdar at kjendisar lærer oss korleis me kan utvikle oss som pesonar i ei verd av konsumentar; kjendisane er som «fyrårn», seier han. Wheeler har mellom anna studert korleis Dei sameinte nasjonane nyttar «Goodwill Ambassadors» (Wheeler 2011). Han er kritisk – denne typen engasjement fører til «pseudo-politikk» som underminerer andre former for sosialt engasjement, skriv han. Det er likevel for enkelt å gje kjendisaktivisme åleine skulda for å underminere andre kulturelle uttrykk for solidaritet, hevdar han. Det er rettare å sjå slik kjendisaktivisme som eit symptom på grunnleggande endringar i politisk estetikk; politikk vert utøvd på ein annan måte no enn før. Wheeler viser også at fleire kjendisar har lukkast med å bruke si rolle som SN-ambassadør til å lansere alternative perspektiv eller forteljingar på internasjonale spørsmål (Wheeler 2011: 47, 48).

Likevel er det mange fallgruver. Erfaringane til filmskodespelaren Sean Penn før Irak-krigen braut ut, skremde mange superstjerner frå å involvere seg aktivt i systemkritikk. Mange hugsar enno bileta av Penn som vart skyssa rundt i Bagdad av regjeringsstrugne medlemmer av Baath-partiet (Long 2006). Historia har gitt Penn rett i mykje av kritikken av krigen mot Irak. Men i Bagdad kunne han gjere lite for å hindre at han vart brukt av regimet i deira propaganda.

Kva skal me då med kjendisar i internasjonal politikk? Tsaliki har funne ein viss effekt når det gjeld bruk av kjendisar i innsamlingar til gode føremål. Då George Clooney let seg intervjuje om UNICEF av Oprah Winfrey i april 2006, auka donasjonane med 20 prosent. Noko liknande skjedde då Angelina Jolie vart intervjuja på CNN om same sak. Dessutan har kjendisar sjølve gjeve store summar til velgjerande føremål internasjonalt (Tsaliki Frangonikolopoulos & Huliaras 2011a). Men Hawkins har synt at kjendisar i røynda er overraskande lite effektive når det gjeld å skape merksemd om særskilde saker, som til dømes krig og konflikt (Hawkins 2011). Endå meir kritisk er Yrjölä (Yrjölä 2011). Ho meiner at også forskinga på kjendisar er servil, og nyttar Bob Geldof og Bono som dømer. Medan kjendisar på 60-talet var engasjert i arbeid mot krig, for borgarrettar eller andre politiske og systemkritiske saker, deltek kjendisar i dag helst i aktivitetar som kan forankrast i moralske argument. Dermed vert det nærast uråd å stille kritiske spørsmål, hevdar ho.

Også når det gjeld å skape varig merksemd rundt saker, er det lite som tyder på at kjendisar er spesielt effektive. Rett nok har superstjerner frå Hollywood lukkast med å skape ei viss offentleg merksemd om saker knytt til diamanthandel i Afrika, rasisme i Sør-Afrika og

krigføring i Somalia. Men det er likevel grunn til å tvile på at dei målbær eit syn på afrikanske samfunnstilhøve og afrikanarar som er egna til å produsere varige positive resultat. Amerikanske filmar treng ein amerikansk helt, helst kvit, til å ordne opp. Sjølv Nelson Mandela bør ha ein kvit motspelar for å skape den naudsynte identifikasjonen hjå publikum. Også i nyhende og reportasjar om stjernene sitt eige arbeid i til dømes Afrika spelar afrikanarane hovudsakleg ei underordna rolle, helst som offer som lyt hjelpast. Sjølve rammene for forteljingane gjer det vanskeleg å førestille seg alternative forklaringar og løysingar på fenomenen som skal løysast. Slike framstillingar spelar på dei førestillingane som publikum allereie har, og det må dei kanskje for å vere effektive i innsamlingsarbeidet. Men då risikerer dei å forsterke fordommar om menneskjer som lever andre stadar. Tsaliki og andre har synt at sjølv om kjendisar i nokre tilfelle har medverka til at fans vert merksame på saker dei elles ikkje visste noko om, får dei sjeldan djupare kunnskap som kan sette dei stand til å gjere sjølvstendige vurderingar av årsaker til og løysingar på problema dei høyrer om.

## Agendasetting og alternative historier

I mi eiga forskning har eg sett spesielt på zapatistane i Chiapas i Mexico som gjorde opprør i januar 1994 (Krøvel 2006, 2011a, 2011b, 2011c, 2011d). Ei rad kjente forfattarar, skodespelarar, regissørar og andre reiste til Chiapas for å stø opprørarane i åra etter oppstanden. José Saramago og Gabriel García Márquez, nobelprisvinnarar i litteratur, skreiv reisebrev, og filmregissør Oliver Stone vitja den militære leiaren for opprørshæren, berre for å nemne nokre dømer. Frå 1994 til 1998 var det stor medieinteresse for opprørarane, og geriljapolitikaren subcomandante Marcos vart sjølv ein slags kjendis, i alle fall i Latin-Amerika, slik som Ernesto Che Guevara tre tiår tidlegare. Spørsmålet er om slike kjendisar, som ikkje bryr seg så mykje om konsumentar og marknadsverdi, i mindre målestokk kan nå fram med alternative perspektiv og historier som kan påverke maktbalansen mellom partane. I dette høvet kunne det verke slik: Massive protestar både i Mexico og internasjonalt førte til at den mexicanske hæren stogga dei militære operasjonane, og styresmaktene trekte tilbake arrestordren på leiarane for opprøret.

Ein annan nobelprisvinnar i litteratur, Octavio Paz, irriterte seg over denne nye mediestyrt og «postmoderne» forma for politikk, der stridsspørsmål vert avgjort av kjensler og ikkje argument (Paz Lozano 1994). Holloway var meir positiv og hevda at erfaringane frå Chiapas

synte at det no var mogeleg å forandre verda «utan å ta makta» (Holloway 2005). Det skuldast, sa Cleaver, at ny teknologi og media hadde ført til grunnleggande endringar i samfunnet med dramatiske konsekvensar for korleis makt kan utøvast (Cleaver 1998a, 1998b). Til og med RAND Corporation meinte at zapatistane viste korleis «svermar av fluger» kunne bruke ny teknologi til å overmanne ei militært sterkare regjering (Ronfeldt, Arquilla, Fuller & Fuller 1998). Det var samspelet mellom internasjonale kjendisar og lokale aktivistar som særleg interesserte dei som forskar på teknologi, makt og krig. Frå ein litt annan vinkel brukte Castells uttrykket «profet» for å beskrive korleis karismatiske leiarar for folkelege rørsler, som subcomandante Marcos i Chiapas, kunne omskrive etablerte forteljingar om korleis verda heng saman, og dermed kanskje få til politiske endringar (Castells 1996, 1997).

20 år seinare er det naudsynt å revurdere nokre av desse teoriane. Zapatistane har fått lov til å halde fram den politiske organiseringa av urfolksbønder i Chiapas – slik sett indikerer utviklinga at det finst grenser for kva type maktmiddel ein moderne stat kan eller vil ta i bruk mot grupper som zapatistane. På den andre sida har ikkje zapatistane lukkast med å få kongressen til å godta fredsavtalen dei underteikna med regjeringsrepresentantar i 1996. I den same perioden har urfolk andre stader i Latin-Amerika fått rett til sjølvstyre (autonomi) over territorium inkludert naturressursar utan stønad frå kjendisar og tilsvarende global medieinteresse som i Chiapas. Korkje nobelprisvinnarar eller vidgjetne regissørar frå Hollywood har greidd å overtale mexicanske styresmakter til å gjere det same. Det skuldast at nokre av krava til zapatistar og urfolkorganisasjonar kolliderte med ambisjonen til styresmaktene om å skape ein liberal marknadsøkonomi der eigedom kunne kjøpast og seljast fritt utan omsyn til om kjøpar eller seljar høyrer til spesielle grupper, som til dømes urfolka i Chiapas.

Det minner oss på at det finst andre maktmekanismar, materielle, økonomiske og politiske, som påverkar utfallet av konflikter som den mellom zapatistar og mexicanske styresmakter. Kjendisar medverka til å sette konflikten på dagsordenen. Dei var også med på å produsere alternative førestellingar om urfolk og samfunn i Mexico, førestellingar som fekk varige konsekvensar gjennom framveksten av eit globalt solidaritetsnettverk som framleis arbeider for zapatistane si sak. Likevel var ikkje det nok til å skape varige endringar i maktbalansen i Chiapas.



## Overvurderte konsekvensar av kjendisaktivisme

I denne artikkelen har eg sett fram fleire argument om fenomenet kjendisaktivisme i internasjonal politikk. Det er lang historisk tradisjon for at kjende personar brukar sin posisjon for å påverke opinionen. Kjendisar kan skape merksemd om problem og konflikhtar. Dei kan gjere media interesserte i spørsmål som elles sjeldan får omtale. Dessutan har kjendisar ofte vore nyttige i innsamlingsaksjonar som igjen set friviljuge organisasjonar og andre i stand til å drive velgjerande prosjekt internasjonalt. Dette er nokre av årsakene til at ein veksande litteratur freistar å analysere korleis slik kjendisaktivisme påverkar internasjonal politikk. Det er stor semje om at fjernsyn, internett og aukande globalisering fører til at omfanget av kjendisaktivisme i internasjonale spørsmål veks raskt.

Men litteraturen om kjendisar i internasjonal politikk tenderer til å vere naiv på minst to områder: For det fyrste er det langt frå merksemd i media til varige endringar i haldningar og synspunkt. Forteljingar med kjendisar medverkar ofte til å skape førestellingar som forsterkar fordommar om korleis verda heng saman. For det andre er litteraturen mangelfull når det gjeld analysar av moglege langsiktige verknader av aksjonar der kjendisar medverkar. Ofte manglar det særleg kritiske perspektiv på andre krefter og prosessar som kan ha større innverknad på spørsmålet på lang sikt.

Me skal ikkje ha så store forhåpningar om kva kjendisar eigentleg kan få til. Kjendisar må også produserast. Dei er skapte av det same samfunnet som dei kanskje seinare freistar å påverke. Det er urealistisk å tru at vi som fellesskap skal kunne produsere kjendisar som deretter vil bruke sin status som kjendis til å utvide vår kunnskapshorison og endre haldningane våre. Det er vel neppe noko i mekanismane som produserer kjendisar som skulle indikere at nettopp denne gruppa kollektivt sett er i betre stand enn resten av samfunnet til å forstå andre kulturar og dei tilhøva som menneskjer lever under andre stadar.

### Litteratur

- Alberoni, F. (2007) *The Powerless 'Elite': Theory and Sociological Research on the Phenomenon of the Stars 1. Stardom and Celebrity: A Reader*. I Sean Redmond & Su Holmes (red.) *Stardom and Celebrity: A Reader*. London: SAGE Publications (65–78).
- Auestad, Gunn Evy, Peter Svaar & Øyvind Bye Skille (2013) Unntaksregel gir Snowden krav på ny asylvurdering, *nrk.no.*, 02.07.2013.
- Brysk, Alison (2013) *Speaking Rights to Power: Constructing Political Will*. #Utgiversted/utgiver?#
- Castells, Manuel (1996) *The Rise of the Network Society*. Cambridge, Mass.: Blackwell Publishers.

- Castells, Manuel (1997) *The Power of Identity*. Oxford. #Utgiver?#
- Cleaver, Harry (1998a) The Zapatista Effect: The Internet and the Rise of an Alternative Political Fabric. *Journal of International Affairs*, 51(2, Spring), 621–640.
- Cleaver, Harry (1998b) The Zapatistas and the Electronic Fabric of the Struggle. I John Holloway & Eloina Pelaez (red.) *Zapatista! Reinventing Revolution in Mexico*. Chicago: Pluto Press (81–103).
- Coleman, Renita, Maxwell McCombs, Donald Shaw & David Weaver (2009) Agenda Setting. I Karin Wahl-Jorgensen & Thomas Hanitzsch (red.) *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge (147–160).
- Corner, John & Dick Pels (2003) *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*. London: SAGE.
- Eide, Elisabeth & Anne Hege Simonsen (2007) *Mistenkelige utlendinger: Minoriteter i norsk presse gjennom hundre år*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Eide, Elisabeth & Anne Hege Simonsen (2008) *Verden skapes hjemmefra: Pressedekningen av den ikke-vestlige verden 1902-2002*. Oslo: Unipub.
- Evans, Jessica (2005) *Understanding Media: Inside Celebrity*. Maidenhead: Open University Press.
- Galtung, Johan & Mari Holmboe Ruge (1965) The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90. doi: 10.1177/002234336500200104
- Gamson, Joshua (1998) *Freaks Talk Back: Tabloid Talk Shows and Sexual Nonconformity*. Chicago [u.a.]: University of Chicago Press.
- Goldstein, Bruce Evan (2012) Collaborating for Transformative Resilience. I Bruce Evan Goldstein (red.) *Collaborative Resilience: Moving Through Crisis to Opportunity*. Cambridge, Mass.: London: MIT Press (339–358).
- Harcup, Tony & Deirdre O'Neill (2001) What Is News? Galtung and Ruge Revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261–280. doi: 10.1080/14616700118449
- Hawkins, Virgil (2011) Creating a Groundswell or Getting on the Bandwagon? Celebrities, the Media and Distant Conflict. I Liza Tsaliki, Christos A. Frangonikolopoulos & Asteris Huliaras (red.) *Transnational Celebrity Activism in Global Politics: Changing the World?* Bristol: Intellect (85–104).
- Holloway, John (2005) *Change the World Without Taking Power*. London: Pluto Press.
- Kellner, Douglas (2010) Celebrity Diplomacy, Spectacle and Barack Obama. *Celebrity Studies*, 1(1), 121–123. doi: 10.1080/19392390903519156
- Krøvel, Roy (2006) *Fra gerilja til globale solidaritetsnettverk i Chiapas, Mexico*. Ph.d. i historie, NTNU, Trondheim.
- Krøvel, Roy (2011a) Alternative Journalism and the Relationship Between Guerrillas and Indigenous Peoples in Latin America. *Interface: A Journal for and about Social Movements*, 3(2). #sidetall?#
- Krøvel, Roy (2011b) Fighting Superior Military Power in Chiapas, Mexico: Celebrity Activism and its Limitations. I Liza Tsaliki, Christos A. Frangonikolopoulos & Asteris Huliaras (red.) *Transnational Celebrity Activism in Global Politics: Changing the World?*. Bristol: Intellect (#sidetall?#).
- Krøvel, Roy (2011c) From Indios to Indígenas: Guerrilla Perspectives on Indigenous Peoples and Repression in Mexico, Guatemala and Nicaragua. *Interface: A Journal for and about Social Movements*, 3(1). #sidetall?#
- Krøvel, Roy (2011d) The War in Chiapas: The Fall and Rise of Independent Journalism. I Alec Charles & Gavin Stewart (red.) *The End of Journalism. News in the Twenty-First Century*. Oxford: Peter Lang Publishing Group (#sidetall?#).
- Lakoff, George & Mark Johnson (1990) *Metaphors we Live by*. Chicago [u.a.]: University of Chicago Press.
- Langen, Klaus (1957) *Ivar Mortensson Egnund*. Oslo: Samlaget.
- Long, Rob (2006) Using Your Star Power. *Foreign Policy, (May/June)* (154 ), 74–78.

- Marshall, P. David (2010) The Promotion and Presentation of the Self: Celebrity as Marker of Presentational Media. *Celebrity Studies*, 1(1), 35–48. doi: 10.1080/19392390903519057
- Paz Lozano, Octavio (1994) The Media Spectacle Comes to Mexico. *New Perspectives Quarterly* (Spring), 59–61.
- Ronfeldt, David, John Arquilla, Graham Fuller & Melissa Fuller (1998) *The Zapatista "Social Netwar" in Mexico*. Santa Monica: RAND.
- Thesen, Rolv (1945) *Ein diktar og hans strid: Arne Garborgs liv og skrifter*. Oslo: Aschehoug.
- Tsaliki, Liza, Christos A. Frangonikolopoulos & Asteris Huliaras (2011a) Introduction: The Challenge of Transnational Celebrity Activism: Background, Aim and Scope of the Book. I Liza Tsaliki, Christos A. Frangonikolopoulos & Asteris Huliaras (red.) *Transnational Celebrity Activism in Global Politics: Changing the World?*. Bristol: Intellect (45–62).
- Tsaliki, Liza, Christos A. Frangonikolopoulos & Asteris Huliaras (2011b) *Transnational Celebrity Activism in Global Politics: Changing the World?*. Bristol: Intellect.
- Turner, Graham (2004) *Understanding Celebrity*. London [u.a.]: SAGE.
- Tvedt, Terje (2003) *Utviklingshjelp, utenrikspolitikk og makt: Den norske modellen*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Tvedt, Terje (2008) Speilbildenes speilbilde: norsk mentalitetshistorie, NRK og journalistikkens sammenbrudd. *Samtiden* (4). #sidedall?#
- Wheeler, Mark (2011) Ambassadors and Messengers of Peace. I Liza Tsaliki, Christos A. Frangonikolopoulos & Asteris Huliaras (red.) *Transnational Celebrity Activism in Global Politics: Changing the World?*. Bristol: Intellect (45–62).
- Yrjölä, Riina (2011) The Global Politics of Celebrity Humanitarianism. I Liza Tsaliki, Christos A. Frangonikolopoulos & Asteris Huliaras (red.) *Transnational Celebrity Activism in Global Politics: Changing the World?*. Bristol: Intellect (#sidedall?#).
- Zoonen, Liesbet van (2005) *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham: Rowman & Littlefield.