Fra Sami Yusuf til Harris J

Om islamske verdier og tematisering av muslimsk identitet gjennom halal-pop

Av Mona Helen Farstad

Frykt og mistenksomhet overfor islam og muslimer har blitt stadig mer fremtredende i den offentlige debatt. Dette representerer en utfordring for muslimsk ungdom i deres arbeid med å utvikle en positiv religiøs identitet. Denne artikkelen tar utgangspunkt i hvordan den nye, islamske pop-industrien, her representert ved et utvalg musikk og artister fra Awakening Records, har respondert på denne situasjonen ved å produsere religiøs musikk spesielt rettet mot europeisk/vestlig ungdom. Artikkelen analyserer hvordan musikalsk uttrykk, tekster, bilder og videoer virker sammen og tematiserer muslimsk identitet og islamske verdier på ulike måter. Det pekes på at dette materialet kan tjene som ressurser for unge, europeiske muslimers identitetsarbeid ved å tilby alternative, positive narrativ om islam.

Nøkkelord: islamsk pop-musikk, muslimsk ungdomskultur, muslimsk identitet, Awakening Records

MONA HELEN FARSTAD, f. 1972. Førsteamanuensis i religionsvitenskap, NLA Høgskolen, Bergen.
Gravdalsveien 38 B, 5165 Laksevåg. E-post: monfar@nla.no

INNLEDNING

Et mangfold av ulike typer ungdomskulturer med tilhørende musikksgangre har vokst fram blant muslimsk ungdom i vestlige land. Som eksempel kan vi nevne raï-kulturen (Gazzah 2011), hip-hop scenen (Solomon 2011; Landau 2011; Gazzah 2011), eller Taqwacore-bevegelsen i USA, hvor de unges sosiale erfaringer ofte er hovedtema og inspirasjon for musikken. For muslimsk ungdom, både i USA og i dagens Europa, kan det oppleves som problematisk å utvikle en positiv forståelse av ens religiøse identitet i lys av en anspekt offentlig debatt. 11. september 2001 var et vannskille i denne sammenhengen, men vi kan dessverre ikke si at disse problemene har blitt mindre i lys av hendelser det siste tiåret. Vi har sett flere terroraksjoner i ulike land, og Frankrike har blitt spesielt hardt rammet i senere tid. Flere av disse aksjonene ble begått av såkalte «home-grown terrorists». Dette gjaldt for eksempel aksjonene som skjedde i London i 2005, hvor alle var britisk-fødte muslimer. Dette preger naturlig nok det offentlige ordskiftet. Unge muslimer konfronteres jevnlig med negative stereotypier

og en problemorientert diskurs rundt islam og muslimer, noe som har kommet fram gjennom studier av media i flere land, som Storbritannia, Norge og Sverige (Petley & Richardson 2013; Axner 2016; IMDi 2010).

Det negative trykket fra media kan oppleves som en utfordring for de unge i deres identitetsarbeid. Marginalisering og radikalisering er mulige konsekvenser, disse temaene har også lenge vært dominerende innenfor forskning på muslimsk ungdom (Sunier 2011: 150). Forskningen på voldelig ekstremisme fikk et tydelig oppsving etter 2001, kanskje på bekostning av andre typer muslimske grupper. Thijl Sunier påpeker at «there is hardly any interest among researchers today in agency, let alone in new forms of religious appropriation, signification and practice that are to be found among young Muslims» (2011:152). Videre har Sunier fremhevet at produksjonen av religiøsitet blant unge muslimer i dag fremviser en grenseløs kreativitet og utformes i mangfoldige og komplekse samspill med politikk, religion, kommersialisering og populærkultur (Sunier 2011: 153).

MUSLIMSKE MEDIER, MUSIKK OG IDENTITET

Utfordringene som unge muslimer i Vesten har med å utvikle en positiv religiøs identitet, er også noe islamske vekkelsesbevegelser og medieselskap har sett. I ulike deler av verden har det vokst fram islamske medieselskap som aktivt forsøker å nå vestlige muslimer, i noen tilfeller har de særlig fokus på de unge. Disse selskapene ønsker gjerne å fungere som korrektiv til det dominerende, negative mediebildet. Som eksempel kan vi nevne 2MFM i Australia, og Awakening Worldwide, som er basert i London (etablert i 2000). Det sistnevnte dannet et eget plateselskap i 2003, Awakening Records. Selv om deres aktivitet primært var rettet mot unge i Europa og USA, har aktiv markedsføring gjennom sosiale medier bidratt til at artistene og musikken til Awakening Records er godt kjent verden over. De har fått fram artister som har blitt store stjerner. Den første var Sami Yusuf,¹ fulgt av blant andre Maher Zain. I den siste tiden har unge Harris J dukket opp i dette landskapet. Andre typer plateselskaper, som GlobalFaction, har også band som tematiserer muslimsk identitet i mange av sine sanger. Et eksempel er Poetic Paradise, en hijab-kledt hip-hop duo. GlobalFaction har en mer sosial/politisk enn en tydelig religiøs profil. På hjemmesiden til selskapet omtaler de seg som et sted for «socially/politically conscious artists to produce an experience that facilitates the sharing of knowledge, ideas and the stimulation of thought into action.»² Awakening Records, derimot, har gjennom sin tette forbindelse til

1 Sami Yusuf fikk sin berømmelse godt hjulpet av dette plateselskapet, men har siden 2010 operert mer selvstendig, under plateselskapet ETM International. Han lager fortsatt religiøs musikk, men har beveget seg i retning av en sufi-inspirert universell spiritualitet, se Yusuf 2016 og Farstad 2017. Dette er tendenser som er tydelige på hans siste plate *Barakah* som kom ut i 2016, med undertittelen *Spiritique collection Vol 1* som antyder at denne platen er den første i en rekke av flere utgivelser.

2 <http://www.globalfaction.com/about-us.html>, lesedato 18.01.2017.

en islamsk vekkellesbevegelse, en tydelig og uttalt religiøs agenda. De er en religiøs aktør som trer inn på en populærkulturell scene i et kommersielt landskap, med en målsetting om å nå unge muslimer med sitt budskap. I denne sammenhengen blir fremstillingen av muslimsk identitet og islamske verdier viktig. Dette må forhandles og formuleres i nettopp dette samspillet som Sunier peker på, mellom politikk, religion, kommersialisering og populærkultur. En grunn til at det er verdt å se nærmere på akkurat dette plateselskapet, er den enorme populariteten deres artister har fått i hele verden.³ Dette setter dem i en privilegert posisjon når det gjelder å kommunisere til et bredt spekter av det globale muslimske fellesskapet (*ummaen*), og til ungdom spesielt.

Både formidlingen og markedsføringen av pop-musikken er utpreget multimodal. Det betyr at det ikke er bare det rent musikalske og tekstenes innhold som har betydning; de visuelle representasjonene av artistene (på bilder og i videoer) er også sentrale for produksjon og formidling av mening. Lyd, tekst, bilde, sted og bevegelse er alle ulike modaliteter som bidrar til mening på ulike måter (Cranny-Francis 2005; Frith 1996). I kombinasjon kan de formidle komplekse budskap og dermed tematisere muslimsk identitet på ulike måter. Jeg har valgt ut noen eksempler fra de tre artistene Sami Yusuf, Maher Zain og Harris J. som utgangspunkt for å si noe om samvirket mellom lyd, tekst og bilde, og hvordan disse ulike modalitetene i kombinasjon bidrar til å tematisere muslimsk identitet. Fokuset i denne studien er på avsender-siden. I den grad jeg omtaler de unges egne reaksjoner på denne musikken og den islamske pop-kulturen, er det på bakgrunn av ytringer i diverse medier/på nett, liker-klikk på videoer, eller feltarbeid utført av andre (som f.eks. Landau 2011). Utfra en forståelse av fortellingen (narrativ) som en helt grunnleggende struktur i den måten mennesker forstår seg selv, andre og sin plass i verden på, vil jeg se på dette materialet som en leverandør av semiotiske ressurser og fortellinger om muslimsk identitet og islamske verdier til den europeiske, muslimske ungdomskulturen. Identitet tematiseres i denne musikken dels som *tilhørighet* (til sted og/eller kultur, markert gjennom språk og sjanger eller lokal plassering i visuelle uttrykk) og som *personlige egenskaper* (etikk).

3 Sami Yusuf har blitt enormt populær i hele verden, og figurerte på en liste over de 500 mest innflytelsesrike muslimer både i 2009 og 2010. I 2016 er både Sami Yusuf og Maher Zain på denne listen. Denne listen har kommet ut årlig siden 2009, og er et samarbeid mellom Royal Islamic Strategic Studies Centre i Amman i Jordan, og Prince Al-Waleed Bin Talal Center for Muslim-Christian Understanding ved Georgetown University i USA. Flere forskere er involvert i utvelgelsen, bl.a. den kjente islamforskeren John L. Esposito. *Time Magazine* utpekte Yusuf til «Islam's biggest rock star» i 2006 (*Time Magazine* 31.07.2006). Han har solgt over 31 millioner plater; en del er også solgt i konservative Saudi-Arabia. Han synger for fulle konserthus rundt i hele verden, klarte å samle 250 000 mennesker på Taksim-plassen i Istanbul, og har et stort antall følgere på sosiale medier (Ali 2015). Maher Zain har også fått et stort internasjonalt publikum, og har hatt gode salgstall på sine plater. Han vant også en pris for beste religiøse sang i 2009, i konkurranse med bl.a. Sami Yusuf (se nettsidene til Awakening Records http://www.awakeningworldwide.com/05_news/index_2010_01.htm). Han har sine største fanskarer i Malaysia og Indonesia.

MEDIEBILDETS ROLLE FOR UNGE, EUROPEISKE MUSLIMERS IDENTITETSARBEID

Ungdomstida er en periode hvor spørsmål om identitet gjerne blir aktuelle i forbindelse med utforskingen av ens egen posisjon i samfunnet. For unge med minoritetsbakgrunn kan dette arbeidet være ekstra komplisert i den forstand at det innebærer forhandlinger på flere fronter (Landau 2011). De fleste muslimske ungdommene i Europa i dag er etterkommere etter arbeidsinnvandrere fra 60- og 70-tallet, og vi snakker nå derfor om andre og tredje generasjon. Ulike grupper reiste til ulike land. Mange fra de tidligere franske koloniene, som Marokko og Algerie, reiste til Frankrike, Tyskland fikk en stor gruppe av tyrkiske arbeidsinnvandrere, mens de fleste arbeidsinnvandrerne som kom til Norge i denne perioden var fra Pakistan. I den offentlige diskursen har vi sett en bevegelse i hvordan disse migrantene ble betegnet. Utviklingen har vært at man fra å bruke etnisitet og kultur som definerende trekk hos arbeidsinnvandrerne i økende grad har gått over til å bruke religionen, islam, som den felles markøren (Gazzah 2011: 325). Fra å bli referert til som «tyrkere» eller «pakistanere», blir de nå som oftest betegnet som muslimer. Slik blir de kategorisert i media og i den offentlige diskursen, og slik kategoriserer de unge, europeiske muslimene seg selv i økende grad.

Hva det innebærer i praksis å være muslim er ikke noe gitt og selvsagt for europeisk ungdom, det er noe de stadig må forhandle om og gjenskape i sin egen kontekst. De unge presenteres, gjennom mediene og den offentlige debatten, for narrativer og bestemte stereotyper om islam og om det å være muslim. Disse narrative kretser rundt muslimer som de radikalt «andre», som er et problem og en trussel for europeisk kultur (Petley & Richardson 2013; Axner 2016; IMDi 2010). Samtidig forsøker de selv å konstruere narrativer om seg selv, både som individer og som medlemmer i ulike grupper (basert på nasjonalitet, religion eller etnisitet). Ifølge Sissel Østberg, som lenge har studert identitet blant norsk-pakistansk ungdom, synes disse å fremvise «flerkulturell kompetanse» og en sterk refleksivitet som følge av en tilværelse hvor de stadig er utsatt for variert kommunikasjon med «andre»; og ved å være engasjert i kontinuerlig tolkning av sin egen posisjon (Østberg 2006: 510).

Selv om identitet er noe man forhandler fram selv, er dette en prosess som også i stor grad påvirkes av de «merkelapper» man blir påført, eller de kategorier man opplever å bli plassert i (Gazzah 2011; Abdel-Fadil 2005; Østberg 2003). Her spiller mediebildet en viktig rolle. Analyser av norske medier har vist at debatten om innvandring og integrering i økende grad har blitt «religionifisert», den har blitt til en debatt om islam og muslimer (von der Lippe 2013). Ifølge IMDis rapport fra 2010, basert på en omfattende innholdsanalyse gjort av Retriever, fant man at artikler som handler om innvandring og integrering (og

altså i økende grad om islam) som regel har et problemfokus, heller enn et resursfokus (IMDi 2010). Dette sammenfaller med de tendensene vi ser i arbeidene til andre forskere (Axner 2016; Petley & Robinson 2013; Abdel-Fadil 2005). Den britiske medieforskeren Robin Richardson har lenge studert representasjoner av islam og muslimer i britiske og andre europeiske medier, og oppsummerer tendensene i sine funn som følger: «Six of the most frequent sets of negative stereotypes in the default position are as follows: *all the same, all religiously motivated, all totally other, all inferior, all a threat and all impossible to work with*» (Robinson 2013: 27ff.).

Andre feltstudier bekrefter tendensene som Richardson peker på. Muslimske ungdom opplever i stor grad at deres religiøse identitet er forbundet med negative assosiasjoner. De blir hele tiden minnet på at de er annerledes ved at kategorien muslim ikke rommes i «norskhet» (Jacobsen 2002: 86ff.), de opplever å bli stilt kollektivt til ansvar for andre muslimers handlinger (Abdel-Fadil 2005: 100), og deres religion betraktes ofte som en trussel mot den nasjonale eller kulturelle identiteten til majoritetssamfunnet (Lewis, Mason & Moore 2013). De utfordringene de muslimske ungdommene har i sitt identitetsarbeid, handler med andre ord på den ene siden om å definere sin tilhørighet i relasjon til majoritetssamfunnet og -kulturen, og på den andre siden handler det om å håndtere stereotypier som tilskriver muslimer bestemte negative, personlige egenskaper.

POPULÆRMUSIKK, IDENTITET OG NARRATIV I MUSLIMSK UNGDOMSKULTUR

Musikk er en svært sentral uttrykksform og en drivende kraft i ungdomskultur generelt, og flere studier har tatt for seg forholdet mellom populærmusikk og unges identitetsarbeid. Disse peker i retning av at musikk og populærkultur kan spille en helt avgjørende rolle i denne prosessen (Gazzah 2011; Landau 2011; Tarrant 2002; Frith 1996). Ifølge Miriam Gazzah kan populærkulturen, inkludert pop-musikk, fungere som viktige reservoar av bilder, uttrykk og diskurser som unge kan hente inspirasjon fra i arbeidet med å uttrykke en identifikasjonsprosess (Gazzah 2011: 134). Tarrant mener at den største appellen musikk har, er nettopp at den kan hjelpe de unge med å forme positive identiteter (Tarrant 2002: 139). Frith understreker at forholdet mellom identitet og musikk alltid utvikles i samspill med en sosial kontekst (Frith 2002: 146).

Den muslimske ungdomskulturen i Europa er et foreløpig lite utforsket område. I de senere årene har det imidlertid begynt å komme studier av hvordan minoritetsungdom i Europa og USA bruker populærmusikk, i ulike varianter, som et medium til å uttrykke sine erfaringer (Gazzah 2011, Landau 2011, Solomon 2011). Måten muslimsk ungdom bruker musikk på, er med andre ord knyttet til de utfordringer de møter og de erfaringer de sitter med. Ifølge Gazzah

(2011) er populærmusikken spesielt godt egnet til å uttrykke komplekse identiteter og sosiale erfaringer. Hun peker på at det er flere studier som viser hvordan muslimske ungdommers pop-musikk (som raï-musikken eller hip-hop) fungerer som en måte å definere seg ut av den marginaliserte posisjonen de føler seg satt i, ved å søke etter aksept fra majoritetssamfunnet, mens de samtidig uttrykker deres «annerledeshet» (Gazzah 2011: 324). Autentisitet forstått som søken etter ekte og sant, er, sammen med «coolness» karakteristiske trekk ved ungdomskultur som sådan ifølge Gazzah (2011: 324). «Coolness» i denne konteksten kan forstås som en form for «normalisering med forbehold»; et ønske om både å passe inn i majoritetssamfunnets ungdomskultur, samtidig som man også vil bevare en egenart, en «autentisk identitet».

Som nevnt er mediebildet dominert av ulike typer fortellinger, eller narrativ, om islam og det å være muslim. De unge produserer også narrativ om seg selv i sitt identitetsarbeid. Med henvisning til Paul Ricoeurs arbeider, kan vi si at narrativ er en helt grunnleggende struktur i menneskers forståelse av seg selv og sin rolle i verden; «life can be understood only through the stories we tell about it» (Ricoeur 1991a: 31). Denne prosessen er styrt og begrenset av ulike faktorer, som språk og tilgjengelige kulturelle modeller eller 'plot-typer': som f.eks. helte-fortellinger, offer-fortellinger, etc. I tillegg spiller fiksjonen en vesentlig rolle for disse prosessene (Ricoeur 1991a: 28). For Ricoeur er fantasien og fiksjonen noe som både er forankret i virkeligheten, og samtidig et rom hvor man kan skape nye fortellinger. Ricoeur snakker i den forbindelse om at en fortelling kan være en slags åpenbaring, i det at den inviterer til å se på verden, en hendelse, eller på en selv, på en helt ny måte. På den måten kan fortellingen også føre til transformasjon, og kan inspirere til handling (Ricoeur 1991a:26). I forlengelsen kan vi si at produsenter av pop-musikk også produserer narrativer og fiktive verdener. Dette gjør de både gjennom iscenesettelsen av artistene, som formidler tekster via et musikalsk uttrykk, og gjennom visuelle uttrykk som bilder og videoer hvor artistene inntar bestemte roller. Slik kan man se pop-musikken, og den multimodale populærkulturen som den er en del av, som en ressurs som kan gi impulser til nye måter å se både seg selv og verden på.

AWAKENING RECORDS' AKTIVITET OG ARTISTER

Awakening Worldwide, som er moderselskapet til Awakening Records, er en stor, internasjonal mediebedrift som opererer på flere områder. Målet er å bidra til religiøs opplæring og til sosial endring. I starten skjedde dette gjennom spredning av bøker og annet trykt materiell, og de har blant annet vært kjent for å forsvare svært konservative synspunkter i ulike religiøse spørsmål (Otterbeck 2008: 221). Siden 2003 har de satset stort innenfor populærmusikk, noe som manifesterte seg i opprettelsen av Awakening Records. De har også uttrykt ambi-

sjoner om å etablere islamske alternativer til kanaler som MTV. Satsningen på musikk innebærer en anerkjennelse av det store potensialet som ligger i populærmusikken for å nå de unge. Awakening Records' aktivitet fører seg inn i en global trend med å benytte populærkulturelle uttrykk i den hensikt å bidra til *da'wa*, en islamsk vekkelse (Sarkissian 2005; Otterbeck 2008; Kubala 2005).⁴ Ifølge nettsidene deres er intensjonen å bidra til «a positive, relevant, balanced and moderate image of Islam»⁵ som er tilpasset dagens ungdommer. Med dette utsagnet signaliserer de både at de ønsker å representere en motstemme til de negative stereotypiene som i stor grad dominerer vestlige medier og offentlig debatt, og at de vil markere seg som et alternativ til ekstremistiske grupperinger og deres islamtolkning. Først og fremst retter de sin misjon mot muslimer i Europa, USA og Australia, men de vil også nå andre medlemmer av den globale, muslimske *umma*.⁶

Materialet fra Awakening Records framviser et stort mangfold, både når det gjelder sjanger, instrumentering, tematikk og språk. Det er tydelig at man har forsøkt å komme ulike publikum med ulike kulturelle, musikalske og religiøse preferanser i møte. Sjangermessig spenner det fra sanger som er svært tradisjonelle både i form og i innhold (gjørne kalt *nasheed*, sanger som formidler en tradisjonell folkelig religiøsitet i østlig populærmusikalsk uttrykk), til sanger som bruker et rendyrket, vestlig pop-musikalsk uttrykk.⁷ I den sistnevnte typen sanger ser vi tydelig at både form, musikalsk sjanger, og innhold, inkludert måten det religiøse budskapet presenteres på, er spesielt utformet med tanke på en europeisk/vestlig ungdomskultur.

En sammenligning av utviklingen til Sami Yusufs og Maher Zains musikalske karrierer så langt kan tyde på at plateselskapet har lagt visse føringer både på form og på innhold; det er i alle fall stort sammenfall i tematikken i mange

4 Å bruke musikk aktivt for å spre et religiøst budskap er noe vi også kjenner fra den såkalte Hillsong-bevegelsen, som har blitt en global bevegelse blant kristne, se Ingalls & Young 2015. Opprinnelsen til denne bevegelsen hadde imidlertid et litt annet utgangspunkt enn den nye, islamske pop-musikken: bakgrunnen for Hillsong-bevegelsen var en australsk menighet, hvor musikken fungerte i en bestemt brukskontekst, nemlig en gudstjeneste. Den islamske pop-musikken har derimot ikke oppstått i en tilsvarende kontekst, og den brukes utenfor de tradisjonelle muslimske gudstjenestekontekstene.

5 «Awakening wishes to promote a positive, relevant, balanced and moderate image of Islam at all times. We aim to produce a range of high quality products and events which are educational, enlightening, spiritually uplifting and entertaining», http://www.awakeningworldwide.com/04_areasofbusiness/index.htm

6 «The market is global. Though our focus is on Muslims living in Europe, North America and Australia, our products are already sold in the Middle East, South Asia and Africa. Our target audience consists of Muslims in the West, Muslims in the Muslim world and Non-Muslims Worldwide.» http://www.awakeningworldwide.com/03_ourmarkets/index.htm. Se også Awakenings omtale av sin egen misjon og virksomhet her: http://www.awakeningworldwide.com/04_areasofbusiness/index.htm «Founded in 2000, Awakening Worldwide is a pioneering global Islamic media company with particular focus on music and publishing. It seeks to educate and entertain within a framework which is both inspiring and compels social change».

7 Sammenlign for eksempel det musikalske uttrykket i Maher Zains *Mawlaya* eller *Ya Nabi Salam Alayka* med hans *I love you so*, eller *Thank You Allah*.

av sangene til Yusuf og Zain, i den perioden Awakening Records sto for utgivelsen. Det samme kan sies om unge Harris J, som kom med sin første plate i 2015. Både Yusuf og Zain har sanger som kretser rundt sentrale tema i islamsk etikk, slik som respekt og hengivenhet for sin mor (*Mother, Number One for Me*), eller om kjærlighet innenfor ekteskapets trygge rammer (*Baraka Allahu Lakuma, For the rest of my life*). Noen sanger tar opp politiske spørsmål eller konflikter i samtiden. Sanger som *Forever Palestine*, *Palestine will be free* og *Try not to cry* omhandler Palestina-Israel konflikten, og målbærer sympati med palestinerne situasjon. *Say a prayer* nevner flere ulike pågående konflikter verden over, og oppfordrer til felles engasjement og bønn for de lidende. Dermed opererer de begge i det politiske landskapet, og målbærer holdninger som er delt og verdsatt i den globale muslimske *umma*. I tillegg kommer et antall sanger som er innenfor den tradisjonelle *nasheed*, hvor hengivenhet og beundring overfor Muhammad er et sentralt tema. På platen til Harris J finnes det to sanger som er lovsanger til Muhammad, *Rasool' Allah* og *My Hero*. Et stort antall av sangene handler også om gudsrelasjonen og ulike sider av den troendes religiøse erfaring, fra kjærlighet, takknemlighet, glede til anger og omvendelse.⁸

Harris J har en stil og en fremtoning som kan sammenlignes med store stjerner som har til dels svært unge fans, som Justin Bieber. I et kommentarfelt under hans videoer var det faktisk en som hadde skrevet: «Justin Bieber, halal version». Ettersom både Sami Yusuf og Maher Zain begynner å bli godt voksne, er det behov for yngre krefter som kan appellere til et ungt publikum. Yusufs stil har alltid vært relativt voksen. Han er som regel avbildet korrekt antrukket i mørk dress, og har kort, velfrisert hår og litt skjegg. Zain er som regel presentert i en mer «laidback» ungdommelig, urban stil, gjerne med sixpence, rutete skjorte og jeans. Harris J har en avslappet, ungdommelig og urban stil, som går rett inn i det aktuelle motebildet og som unge lett kan identifisere seg med. Artistene er ikke bare sangere og musikere, de er også representanter for Awakenings budskap og blir presentert som ideelle, muslimske forbilder, godt hjulpet av aktiv markedsføring og bruk av sosiale medier. De har konserter verden over, og har ved flere tilfeller vært engasjert i veldedighet.

Islamske diskurser om musikk

Salgstall, antall liker-klikk på videoer og tilstrømning til konserter taler sitt tydelige språk: den islamske popmusikken er veldig populær verden over. Men, selv om mange hører på denne musikken, er det også de som er skeptiske, eller lar

⁸ Slike tematiske likheter finnes også etter at Sami Yusuf bryter med Awakening records. Både Yusuf og Zain har sanger som omhandler borgerkrigen i Syria, henholdsvis *Silent words*, og *Al-hubbu ya's'ud* (engelsk versjon: *Love will prevail*). Sami Yusuf har gitt ut sanger som har blitt brukt for å samle inn penger til veldedige formål (*Forgotten promises, In Every Tear*). I disse sangene har han også samarbeidet med et afrikansk gospelkor, som også bidrar på platene hans.

være å høre på den av religiøse årsaker. En faktor som også har betydning, både for hvordan unge forholder seg til pop-musikken og for de som lager slik musikk, er den omdiskuterte statusen musikk har og har hatt i islamsk tradisjon. Mens musikk i de fleste varianter, inkludert pop-musikk og rock, stort sett er akseptert innenfor kristne miljøer i dag (den konfronteres i alle fall svært sjelden av teologiske argumenter, se Repstad 2013: 22), er musikk fortsatt et omstridt tema i muslimske kretser (Al-Faruqi 1985; Nelson 20001; Otterbeck 2008; Farstad 2013). På den globale muslimske arena har musikk, og særlig populærmusikk, fått en symbolfunksjon i de pågående debattene om kulturell og religiøs autoritet og autentisitet (Otterbeck 2008), og disse frontene gjenfinnes også blant europeiske muslimer. Debatter om nettopp autentisitet har blitt aktualisert med denne nye, islamske pop-musikken (Pond 2006). Innenfor både globale, muslimske *umma* i dag er de *wahabiyya*-inspirerte salafistene en sterk stemme i debatten, og en viktig leverandør av premisser for hva som skal regnes som autentisk islam. Disse kjører den hardeste linjen overfor musikk og mener at musikkinstrumenter er *haram*, musikk er umoralsk og dessuten en unyttig syssel (Otterbeck 2008, se også Ridley 2006).⁹ Denne situasjonen gjør at både plateselskap, artister og deres publikum må manøvrere i et landskap med steile fronter. Aktørene som lager musikken, må på sin side kunne legitimere dette som «i overensstemmelse med islam», eller *halal* om man vil. Å kunne fremstå som *halal* blir et viktig poeng for de som taler for at pop-musikk er forenlig med «autentisk islam». Dette har blitt gjort på litt ulike måter, dels som tilpassing, dels som produksjon av argumenter som legitimerer bruk av musikk, og dels som markering av islamske verdier, ofte i relasjon til kropp, seksualitet, kjønn og etikk.

Som et eksempel på tilpassing kan det nevnes at både Sami Yusuf og Maher Zain har gitt ut hele plater i «perkusjonutgave», noe som er en tydelig tilpassing til islamsk lov. Fordi en konservativ tolkning kun tillater menneskelig stemme og (eventuelt) perkusjon, ellers ingen andre musikkinstrumenter (Al-Faruqi 1985).¹⁰ Ellers er det slik i dag at det finnes et slikt moderate retninger som har en mer pragmatisk holdning til musikk, og som aksepterer (populær)musikk så lenge det ikke fører til umoral og kan brukes til noe nyttig, som å spre et religiøst

9 Spredning av *wahabiyya*-inspirert salafisme er mye hjulpet av Saudi-Arabias sterke økonomi og deres ambisjon om å spre denne formen for islam verden over. De som er mest negative til den religiøse populærmusikken, argumenterer gjerne med at den ødelegger samfunnets moral, og at det er en distraksjon og en fristelse som kommer fra Satan (Otterbeck 2008, se også følgende blogginnlegg som illustrerer denne posisjonen tydelig: <http://amadsden.blogspot.no/2006/12/enough-of-sami-yusuf-yvonne-ridleys.html>). Han konkluderer med følgende: If you want to listen to Sami, know it is wrong, have the guilt, so that Allah may one day remove you from the listening of Shaytan's tools, and instead fill your heart with Quran. May Allah guide Sami, Yusuf Islam, and all other »Muslim popstars« to see the deception of Shaytan's ways»).

10 Sami Yusufs første plate *Al-mu'allim* som kom i 2003/04, og som gjorde ham til stjerne i hele den muslimske verden, var nettopp en slik perkusjons-plate. Sami Yusuf har ikke gitt ut slike plater (med kun stemme og perkusjon) etter bruddet med Awakening Records.

budskap (Kubala 2005; Otterbeck 2008).¹¹ Denne holdningen som sier at «målet helliger middelet», har vi sett fra islamistiske vekkellesbevegelser de siste 20 årene (Tartoussieh 2009; Kubala 2005; Otterbeck 2008), og er en klar parallell til hvordan pop-musikk og rock med tiden har blitt akseptert i de aller fleste kristne miljøer (Repstad 2013:22). Et felles trekk er at potensialet til å faktisk nå de unge for å føre dem på «den rette veien», trumfer et eventuelt ubehag knyttet til selve middelet, pop-musikken. Sami Yusuf har også selv, ved flere anledninger, kommet med egne betraktninger rundt temaet musikk og islam (Yusuf 2006, 2016), og har bidratt til å støtte opp under et positivt syn på musikk innenfor en islamsk referanseramme.

Seksualitet, etikk og kjønn er områder som er viktige for å definere og markere islamske verdier. Den europeiske, sekulære pop-musikken er gjerne preget av en sterkt seksualisert estetikk, banning og tekster om fest, rus og sex, – tema som mange muslimske unge vil reservere seg mot. Som en av mine muslimske studenter sa det, «jeg liker god musikk, men ikke tekster med ‘shake that ass’». Den sekulære populærmusikken, og kanskje særlig musikk-videoer, i den muslimske verden er også preget av en seksualisert estetikk, noe som har ført til at man for eksempel i Egypt har hatt en opphetet debatt om musikkvideoer, av noen omtalt som «porn clips» (se Armbrust 2005, Kubala 2005, Otterbeck 2008). Markører som kan markere *halal*-popen som annerledes enn både vestlig, sekulær populkultur og den sekulære populkulturen vi finner i store deler av den muslimske verden, blir dermed viktig.

En måte å markere artister og musikk som *halal*, er selve presentasjonen av artistene i bilder og i videoer. De er alltid sømmelig påkledd, og vi ser aldri fremvisning av naken hud eller dansing. De eneste formene for kjærlighet som det synges om (utenom kjærlighet til Gud eller til Profeten) er enten kjærlighet mellom mann og kone (som i Maher Zains *Baraka Allahu Lakuma*, som er en bryllupssang), eller det kan være kjærlighetserklæringer til mødrene (som i Zains *Number One for Me*, eller i Yusufs *Mother*). Når det gjelder synet på kjønn blant ulike islamske medieselskap, kan vi spore visse forskjeller som viser seg i bl.a. valg av artister. Awakening Records har ingen kvinnelige artister i sin stall, noe som tyder på at de følger et konservativt/tradisjonelt syn på kvinners rolle i den offentlige sfæren, og mer spesifikt på kvinner som sangere (se AL-Faruqi 1985, Farstad 2013). Det australske medieselskapet 2MFM har derimot stått for produksjon av videoer til den kvinnelige sangeren Iman Farrar, og viser dermed en litt mer åpen holdning i spørsmålet om kjønn.

11 Dette er også holdningen i en *fatwa* om musikk som kom fra en stormufti ved al-Azhar, en sentral sunni-muslimsk teologisk institusjon, som respons på at de lærde ikke kunne bli enige om hva som var den rette holdningen til musikk ifølge islamsk lov, Jad al-Haq Ali Jad al-Haq, 1980: <http://www.sailanmuslim.com/news/fatwa-on-music-by-the-grand-mufti-and-shaykh-of-al-azhar-shaykh-jad-al-haq-ali-jad-al-haq/>

Eksempler på tematisering av tilhørighet og personlige egenskaper

I markedsføringen av den islamske popmusikken har Awakening Records brukt betydelige midler til å produsere musikkvideoer. Musikkvideoene er ofte kostbare og profesjonelle, og i flere tilfeller formet som minifortellinger, med artisten i hovedrollen. Dette legger både føringer og rammer, men også muligheter for å skape fortellinger som bidrar til positiv identifikasjon for unge, vestlige muslimer. Både bilder og videoer er sentrale i iscenesettelsen av artistene. Bildene presenterer ofte artistene som fromme og gudfryktige i et urbant miljø. Et talende eksempel er coveret på Maher Zains første plate *Thank you Allah* fra 2009. Her sitter Maher på en T-baneperrong, mens han støtter seg inntil et tog. Hendenes posisjon og hans bøyde hode sier oss at han er i bønn. Slik plasseres det religiøse i en urban kontekst; Zain iscenesettes som en idealmuslim, plassert i en rolle og et miljø som er gjenkjennelig for unge muslimer.

Tilhørighet kan også tematiseres ved hjelp av musikalsk uttrykk eller sjanger. Mye av Maher Zains musikk er preget av et gjennomført, mainstream popmusikalsk uttrykk, og han synger ofte på engelsk. Flere av hans største hiter, som *Thank You Allah*, *Alwyas be there*, eller *I love you so*, har en instrumentering og oppbygning som tydelig pop, med forutsigbare akkordrekker, fengende og iørefallende melodier og «catchy» refreng. Men innholdet, som er tydelig religiøst, gjør at det stikker seg ut sammenlignet med den vestlige popmusikken. Det at muslimsk religiøsitet bringes inn i en «mainstream» popkultur er en form for normalisering av en muslimsk religiøs identitet. Samtidig kan vi si at dette også representerer et forsøk på normalisering av religiøsitet som sådan, i en kultur hvor sekulære virkelighetsforståelser har hegemoni. I tillegg til at den musikalske formen og de visuelle representasjonene kan sees på som forsøk på normalisering, kan man også si at den religiøsiteten som uttrykkes i denne musikken, er sterkt preget av de kulturelle endringene vi har sett i senere tid. Man snakker gjerne om «the subjective turn» og en type religiøsitet som vektlegger det følelsesmessige og den personlige gudserfaringen.¹²

Mens Sami Yusuf har vært en aktør i debatter om islam, musikk og identitet, har de andre artistene til Awakening Records ikke inntatt den samme rollen. Felles er at de har tilhørighet til både den globale muslimske *umma* og til den europeiske muslimske minoriteten i Europa, religiøst og kulturelt. Sami Yusuf og Harris J er begge britiske, Maher Zain kom til Sverige som åtteåring, og har siden vokst opp der. Som Carolyn Landau påpeker, er Sami Yusuf kanskje den artisten i dette landskapet som i størst grad har bidratt til å forme den transnasjonale, islamske popmusikken, og som har talt for en transnasjonal muslimsk identitet

¹² Her støtter jeg meg på innsikter fra bl.a. Heelas og Woodhead 2005 og Hervieu-Léger 2006, Se også Farstad 2017.

(Landau 2011: 353; se også Kvalvaag 2015). I flere intervjuer har Yusuf gitt uttrykk for en ambisjon om å forene den muslimske *umma*. Dette er en ambisjon som han deler med, og som er karakteristisk for, islamske vekkelsesbevegelser (Jacobsen 2002: 231). Samtidig er han veldig bevisst på sin britiske identitet: «I have lived all my life in the UK [...]. I would rather identify myself as a Muslim, or a British Muslim» (Rashed 2004), «I am proud to be Muslim and British and to be living and learning in Cairo. I see no contradiction in these identities» (Rahman 2006). Yusuf har flere ganger uttrykt et ønske om å gjøre muslimer stolte av å være både britiske og muslimer.¹³ I Sami Yusufs musikk (og i hans virksomhet for øvrig) ser vi at forholdet mellom religiøs, kulturell og nasjonal identitet blir tematisert. Dette skjer på ulike måter. En måte er å bevisst kombinere musikalske elementer fra ulike kulturelle kontekster, og dermed skape nye synteser.¹⁴ Her er *blanding* et sentralt stikkord, i motsetning til grenser og renhet, som gjerne er det sentrale ethos innenfor kulturelt konservative diskurser. Dette med blanding av ulike sjangre, språk og musikalske uttrykk er også til stede i musikken til f.eks. Maher Zain, men det er Sami Yusuf som har uttrykt en tydelig bevissthet rundt akkurat dette i sine tekster eller i intervjuer (se f.eks. Tusing 2010).

Forholdet mellom ulike former for muslimsk identitet forstått som tilhørighet, geografisk og kulturelt, er et hovedtema i musikkvideoen til en av Sami Yusuf største hiter, sangen *Hasbi Rabbi*. De første sekundene viser bilder fra flere ulike store metropoler: Kairo, Istanbul, Agra, og London, i korte glimt. Denne introen setter scenene som Sami Yusuf opptrer på. På alle disse stedene opptrer han som en protagonist i ulike minifortellinger; felles for dem alle er at han inntar en ledende posisjon. I London-sekvensen gestalter han en velkledd og vellykket forretningsmann, som tydeligvis har en ledende stilling i en bedrift; vi ser ham gå på gaten i dress, og holde en presentasjon for sine medarbeidere, som ser ut til å være hans underordnede. Denne sekvensen synges på engelsk. Vi ser ham også reise seg på T-banen for å gi plassen til en eldre dame, og gestalter på denne måten respekt for eldre som etisk ideal. I neste klipp er han plassert i Istanbul, her er han fiolinist på vei til orkesterprøve. I pausen ser vi ham lese i Koranen. Sekvensen synges på tyrkisk. I neste sekvens er Yusuf en barneskolelærer i India, her er språket urdu, før han i siste sekvens skifter til arabisk og er treskjærer i Kairo. Tilhørighet til ulike lokasjoner og kulturer markeres både visuelt og språklig. Den religiøse identiteten kommer fram både

13 Angående stoltheten over å være britisk, så er dette noe Yvonne Ridley angriper Yusuf for i en ramsalt kritikk av den islamske pop-musikken, og Sami Yusuf spesielt, se Ridley 2006.

14 Denne ambisjonen ligger bak Sami Yusufs stil som han selv har omtalt som *spiritique*, et begrep han lanserer i 2010 og som han bruker bevisst i markedsføringen av platen som kom i februar 2016. «*Spiritique is more spiritual than religious... It incorporates and utilises Middle Eastern and Western harmonics, underpinned by spirituality. It's all-encompassing, all-inclusive... it will utilise music as a facilitator for spiritual appreciation, regardless of race and religion*» (Sami Yusuf sitert i Tusing 2010).

av innholdet, i versene og det arabiske refrenget,¹⁵ og visuelt i enkelte scener, mens posisjonen som integrert og velfungerende markeres ved å presentere Yusuf som leder, lærer og hjelper. Hans personlige egenskaper som vennlig, hjelpsom og sympatisk understrekes i alle de ulike scenene. I denne sangen ser vi at det lekes med transnasjonal og lokal muslimsk identitet, det musikalske uttrykket i denne sangen er imidlertid utpreget tradisjonelt østlig, med et refreng på arabisk.

I flere av sangene og videoene kan vi finne ulike varianter av heltenarrativer, hvor artisten inntar roller som legemliggjør ulike dyder og etiske idealer. Harris Js video til sangen *Salam Alaikum* er et annet interessant eksempel på en visuell og narrativ presentasjon av en idealmuslim. Det musikalske uttrykket er hipt og R&B-aktig, og kunne godt ha passert som listepop i USA eller Europa. Harris J har rollen som hjelpsom og fredsmeklende servitør, teksten handler om fred og harmoni, og refrenget er basert på den tradisjonelle, muslimske hilsen *al-salamu alaykum*, som også betyr «fred være med dere». Harris plasseres i ulike typer konstellasjoner, i samhandling med mennesker av ulik alder, kjønn og etnisk bakgrunn. Mens gjennomgangstemaet i teksten er fred, så ser vi at dette temaet i videoen settes opp som kontrast til ufred. Dette foregår på det visuelle planet, og er ikke reflektert i teksten. I en scene i videoen ser vi et par som krangler åpenlyst i den samme kafeen. Dette paret ser europeiske ut. Denne scenen med ufred fungerer som en kontrast til det dominerende budskapet om fred. Harris J har rollen som fredsmekler og brobygger; han nærmer seg paret, setter en meny på bordet mellom de to kranglende gjestene, hvor det står skrevet *Salam Alaikum*. Resultatet er at de stopper opp, smiler, og etter hvert er med og synger på refrenget. Her snus negative stereotyper på hodet: muslimske Harris J er den fredelige hjelperen, som viser vei til det kranglende paret. Fred og ufred kobles på denne måten både til etnisitet og til religion i videoen.

Fred og harmoni er i det hele tatt dominerende tema i mange av sangene fra Awakening Records. Maher Zains sang *Hold my hand* er et annet eksempel. Teksten er nesten fri for eksplisitte religiøse referanser, det eneste er en oppfordring om å «be for denne vakre verden jeg deler med deg». Refrenget er bygget rundt temaet: vi er alle hverandres naboer, og vi deler den samme jorda. Derfor må vi elske hverandre, i stedet for å krige. Videoen er statisk, kun en serie med stillbilder av Zain, men med tekst i karaokestil, slik at man lett kan synge med. Dette er et eksempel på hvordan fokuset på det etiske i enkelte sanger framstår som det viktigste, mens det eksplisitt religiøse, eller islamske, noen ganger tones kraftig ned.

¹⁵ *Hasbi rabbi jalla-llah, ma fi qalbi ghayru-llah*, (Min herre er nok for meg, mektige Gud, det er ikke noe annet enn Gud i hjertet mitt) er et formular som er mye brukt i sufi-kretser og populært i folkelig religiøs praksis, det brukes mye som bønn eller i folkelige religiøse sanger.

AVSLUTNING

I en situasjon hvor dominerende fortellinger om «muslimene» i media og offentlig debatt blir sterkt preget av hendelser som skaper stor frykt, og hvor muslimer blir sett på som et problem og en potensiell trussel for vestlig kultur, tilbyr fortellingene som Awakening Records formidler gjennom den religiøse popmusikken semiotiske ressurser som muliggjør alternative, og positive, vurderinger av muslimsk identitet. Gjennom iscenesettelsen av artister som Sami Yusuf, Maher Zain og Harris J formes rollemodeller som forener det å være muslim og religiøs med en moderne, vestlig livsstil. Det musikalske uttrykket i mye av musikken er i samsvar med vestlig popmusikk, og det religiøse budskapet som presenteres, er i samsvar med strømninger innenfor moderne religiøsitet med en sterk vektlegging av etikk og en personlig og inderlig gudserfaring. Artistene gestalter roller som fredselskende brobyggere, hjelpsomme og vennlige. Temaer som enhet, fred og harmoni, medmenneskelighet og omsorg er tilbakevendende i mye av denne musikken, de utbroderes både i tekstene og i visuelle former. Samtidig ser vi at man også har markører som signaliserer at dette er *halal*-pop i både artistenes fremtoning, kjønn og tekstenes innhold. Dette viser at det pågår en forhandling om nettopp islamske verdier, og hvordan dette skal forstås. Å gi ut perkusjonsutgaver er for eksempel en måte å komme kritikken fra salafisthold i møte, og kan sees som en tilpasning til en kulturelt konservativ islamtolkning. Men det at Awakening Records i stor grad også tar aktivt i bruk vestlig pop som et av sine «musikalske språk» tyder på en åpenhet mot ulike kulturelle uttrykk. Når denne musikken har blitt så populær verden over, kan det kanskje forklares med at de har klart å treffe noen av behovene hos sitt publikum. Kanskje kan vi si at de har klart å skape en troverdig «coolness», en religiøs pop-musikk som på den ene siden passer inn i vestlig populærkultur, samtidig som det stadig finnes enkelte markører som sier at dette er særegent og islamsk.

LITTERATUR

- Abber, Caitlin. 2015. «This Band Explains why Identifying as Muslim Punks is a reminder of where they stand in America», MTV news, <http://www.mtv.com/news/2051062/kominas-interview/> (lesedato: 20.09.2016)
- Abdel-Fadil, Mona. 2005. «Truede identiteter», i: *Somaliere i Norge: Perspektiver på språk, religion og integrering*. Vallset: Opplandske Bokforlag, s. 91–113.
- Al-Faruqi, Lois I. 1985. «Music, Musicians and Muslim Law» i *Asian Music* 17/1, s. 3–36.
- Ali, Salma Hasan. 2015. «Centred: The Music and Passion of Sami Yusuf», i: *The Islamic Monthly*, 6. Februar 2015. <http://theislamicmonthly.com/centered-the-music-and-passion-of-sami-yusuf/> (lesedato: 29.01.2016).

- Armbrust, Walter. 2005. «What would Sayyid Qutb Say: Some Reflections on Video Clips», i: *Transnational Broadcasting Studies* 14, Spring 2005. <http://tbsjournal.arab-mediasociety.com/Archives/Spring05/armbrust.html> (lesedato 26.01.2017).
- Axner, Marta. 2016. «Stuck in a Rut? Representation of Muslims in Swedish Media Still Stereotypical», i: *Religion going public*, <http://religiongoingpublic.com/archive/2016/stuck-in-a-rut-representation-of-muslims-in-swedish-media-still-stereotypical>, (lesedato: 18.02.2017).
- Cranny-Francis, Anne. 2005. *Multimedia: Texts and Contexts*. London, SAGE.
- Farstad, Mona Helen. 2013. «Lyden av Guds ord: Koranresitasjon som estetisk virksomhet og erfaring», i: *Religion i skrift: Mellom mystikk og materialitet*. (Red.) Ingvild S: Gilhus & Lisbeth Mikaelsson, Oslo: Universitetsforlaget, s. 110–132.
- Farstad, Mona H. 2017. «Sami Yusuf og den islamske pop-musikken: Fra folkelig Muhammad-fromhet til universell spiritualitet», i: *DIN: tidsskrift for religion og kultur* 1/2017, kommende publikasjon.
- Frith, Simon. 1996. «Music and Identity», i: *Questions of Cultural Identity*. (Red.) Stuart Hall & Paul du Gay. London: SAGE Publications, s. 108–127.
- Gazzah, Miriam. 2011. «European Muslim Youth: Towards a Cool Islam?», i: *Arab Youth: Social Mobilisation in Times of Risk*. (Red.) Samir Khalaf & Roseanne Saad Khalaf. London: SAQI, s. 319–336.
- Hervieu-Léger, Danièle. 2006. «In Search of Certainties: The Paradoxes of Religiosity in Societies of High Modernity», i: *The Hedgehog Review*, spring & summer 2006, s. 59–68.
- Hosman, Sarah S. 2009. *Muslim Punk Rock in the United States: A Social History of the Taqwacores*. MA Thesis, University of North Carolina, Greensboro.
- IMDi. 2010. Innvandrere i norske medier: Medieskapt islamfrykt og usynlig hverdagsliv. Årsrapport 2009. Oslo: Integrerings- og mangfoldsdirektoratet.
- Ingalls, Monique M & Amos Young (red.). 2015. *The Spirit of Praise: Music and Worship in Global Pentecostal-Charismatic Christianity*. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press.
- Jacobsen, Christine M. 2002. *Tilhørighetens mange former: Unge muslimer i Norge*. Oslo: Unipax.
- Kubala, Patricia. 2005. «The Other face of the video clip: Sami Yusuf and the call for al-Fann al-Hadif», i: *Transnational Broadcasting Studies* 14. <http://tbsjournal.arab-mediasociety.com/Archives/Spring05/armbrust.html> (lesedato: 23.01.2017).
- Kvalvaag, Robert W. 2015. «'Ya habibi ya Muhammad' – Sami Yusuf og fremveksten av en global muslimsk ungdomskultur», i *Kirke og kultur* 1/2015, s. 50–70.
- Landau, Carolyn. 2011. «Music Consumption and the Navigation of Identities» i *Arab Youth: Social Mobilisation in Times of Risk*. (Red.) Samir Khalaf & Roseanne Saad Khalaf. London: Saqi, s. 337–358.

- Lewis, Justin, Paul Mason & Kerry Moore. 2013. «Images of Islam in the UK», i: Petley, Julian og Robin Richardson (red.). 2013. *Pointing the Finger: Islam and Muslims in the British Media*. London 2013z: Oneworld, s. 40–65.
- Otterbeck, Jonas. 2008. «Battling over the public sphere: Islamic reactions to the music of today», i: *Contemporary Islam: Dynamics of Muslim life* 2, s. 211–228.
- Petley, Julian & Robin Richardson (red.). 2013. *Pointing the Finger: Islam and Muslims in the British Media*. London: Oneworld.
- Pond, Christian. 2006. «The Appeal of Sami Yusuf and the Search for Islamic Authenticity». <http://tbsjournal.arabmediasociety.com/Pond.html>, (lesedato: 18.01.2017).
- Rahman, Samia. 2006. «The Biggest star in the Middle East is a Brit», i *The Guardian*, 27. April 2006. <https://www.theguardian.com/music/2006/apr/27/1> (lesedato 03.10.2016)
- Rashed, Dena. 2004. «For the love of God.» (intervju med Sami Yusuf). *Al-Ahram*, nr. 715, November 2004. <http://weekly.ahram.org.eg/Archive/2004/715/feature.htm> (lesedato 03.10.2016).
- Repstad, Pål. 2013. «Fra ordet alene til sanselig populærkultur?», i: *Fra Forsakelse til Feelgood: Musikk, sang og dans i religiøst liv*. (Red.). Pål Repstad & Irene Trysnes, Oslo 2013: Cappelen Damm Akademisk, s. 11–40.
- Ricoeur, Paul. 1991a. «Life in Quest of Narrative», i: *On Paul Ricoeur: Narrative and Interpretation*. (Red.) David Wood, London: Routledge, s. 20–33.
- Ricoeur, Paul. 1991b. «Narrative Identity» i *Philosophy Today* 35/1, s. 73–81.
- Richardson, Robin. 2013. «Big Pictures and Daily Details», i: Petley, Julian og Robin Richardson (red.). 2013. *Pointing the Finger: Islam and Muslims in the British Media*. London: Oneworld, s. 21–39.
- Ridley, Yvonne. 2006. «Pop Culture in the Name of Islam», først publisert i *Muslim Weekly* mandag 24. april 2006 (online). <http://yvonneridley.org/analysis-and-opinion/pop-culture-in-name-of-islam/> (lesedato: 23.01.2017).
- Sarkissian, Margaret. 2005. «‘Religion Never Had It so Good’: Contemporary Nasyid and the Growth of Islamic Popular Music in Malaysia», i: *Yearbook for Traditional Music* 37, s. 124–152.
- Solomon, Thomas. 2011. «Hardcore Muslims: Islamic Themes in Turkish Rap Between Diaspora and Homeland», i: *Muslim Rap, Halal Soaps, and Revolutionary Theater*. (Red.) Karin van Nieuwkerk, Austin: University of Texas Press, s. 27–53.
- Sunier, Thijl. 2011. «The Making of Muslim Youth Culture», i: *Mediating Faiths: Religion and Socio-Cultural Change in the Twenty-First Century*. Farnham: Ashgate, s. 147–188.
- Taqwacores, *the Birth of Punk Islam*. Dokumentar av Omar Majeed. Canada: EyeSteelFilm 2009.

- Tarrant, Mark. 2002. «Youth identity and music», i: *Musical Identities*, (Red.) Raymond A.R. MacDonald, David J. Hargreaves & Dorothy Miell. Oxford: Oxford University Press, s. 134–150.
- Tartoussieh, Karim. 2009. «Islam, media and cultural policy: a preliminary investigation», i: *International Journal of Cultural Policy* 15/2, s. 171–178
- Tusing, David. 2010. «Sami Yusuf talks about spiritique, his new sound». <http://gulfnews.com/life-style/music/sami-yusuf-talks-about-spiritique-his-new-sound-1.666404> (lesedato: 23.01.2017).
- Utvik, Bjørn Olav. 2013. *Islamismen*. Oslo: Fagbokforlaget.
- Van der Lippe, Marie. 2013. Hvordan snakker ungdom om religion – og hvorfor snakker de sånn? », i: *DIN: Tidsskrift for religion og kultur* 2/2013, s. 7–31.
- Yusuf, Sami. 2006. Open letter to Yvonne Ridley. <http://www.mujahideenryder.net/2006/06/17/sami-yusuf-responds-to-yvonne-ridley/> (lesedato: 23.01.2017).
- Yusuf, Sami. 2016. «What is Islamic Music?». <http://themuslim500.com/what-is-islamic-music> (lesedato 23.01.2017).
- Østberg, Sissel. 2003. *Muslim i Norge: Religion og hverdagsliv blant unge norsk-pakistannere*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Østberg, Sissel. 2006. «Islamic Nurture and Identity Management: The Lifeworld of Muslim Children and Young People in Norway», i: *International Handbook of the Religious, Moral Spiritual Dimensions in Education* 1, Dordrecht: Springer, s. 501–512.