

LARS HOLMGAARD CHRISTENSEN



Hvad gør vi med medieteknologier?

En kritisk introduktion til domesticeringsteori

Syddansk Universitetsforlag 2019



Lars Holmgaard Christensen (f. 1971) har en ph.d. i medier, kommunikation og kultur fra Aalborg Universitet med fokus på domesticering af digitale medieteknologier og digitale mediers sociologi. Herfra har Lars etableret sig som empirisk medieforsker, hvor også samarbejde med praksis og branchenære relationer har været et omdrejningspunkt.

I sin forskerkarriere har Lars været omkring Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, hvor han som forskningschef har haft fokus på, hvordan nye digitale medier påvirker professionelt journalistisk arbejde. Senest har Lars undersøgt nyhedsredaktioners ibrugtagning af sociale medier i det daglige redaktionsarbejde, og hvordan nyhedskredsløbet påvirkes af digitalisering.

Lars arbejder i dag med forskningsledelse, men derudover underviser han som ekstern lektor på SDU og på CBS i digitale kommunikationsstrategier og i sociologiske tilgange til forståelse af medieteknologier i hverdagslivet.

Indhold

1. INTRODUKTION	6
<i>Hvad betyder 'domesticering'?</i>	
Et britisk perspektiv på medieforbrug	8
Teknologiforbrug som et moralsk projekt	10
Fra receptionsteori til teknologi- og medieforbrugsstudier	14
Bogens struktur	18
2. MEDIETEKNOLOGI SOM SPROG	21
<i>En problematisk dobbelt artikulation</i>	
Domesticeringsteoriens teknologiforståelse	23
En antropologisk vej ind i strukturel lingvistik	25
Medieteknologiernes dobbelte artikulation	29
En misforstået artikulation?	32
Medieteknologiers forskellige tegnpositioner	38
3. DOMESTICERING AF DET VILDE	42
<i>Med kulturen ind i teknologien</i>	
Den vilde medieteknologi	42
Konstruktivisme og kulturel kannibalisme?	48
Medieteknologiernes kulturelle biografier	50
4. MORALSK ØKONOMI	57
<i>I familiens og kollektivets tjeneste</i>	
'Solidarnosc' i husholdningen	60
Familiens moralske subsistensetik	63
Moralsk økonomi i et bredere perspektiv	65

5. DOMESTICERINGS-PROCESSEN	70
<i>Forskellige faser i forbruget af medieteknologier</i>	
Appropriation	71
Objectification	72
Incorporation	76
Conversion	79
Medieforbrugets vekselvirkning	81
6. EN GENSIDIG PÅVIRKNING	85
<i>Den sociale konstruktion af teknologier</i>	
SCOT	85
Domesticering som et aktør-netværk	88
7. NYE MEDIER TIL HVERDAG	93
<i>En hverdagsfænomenologisk domesticering</i>	
Medieteknologier i en commonsense verden	95
Nye Medieteknologier i et system af relevanser	110
Indstillinger og 'jeg kan domesticere igen'-idealiserings	115
En kritik af hverdagsfænomenologisk domesticering	120
Domesticering som praksis og livskompetence	123
Litteratur	125

*Til min familie og alle de medieteknologier,
som har været en del af vores hverdagsliv.*

1. INTRODUKTION

Hvad betyder 'domesticering'?

To domesticate

1. To cause to feel comfortable at home; make domestic.
2. To adopt or make fit for domestic use or life.
3. a) To train or adapt (an animal or plant) to live in a human environment and be of use to humans.
b) To introduce and accustom (an animal or plant) into another region; naturalize.
4. To bring down to the level of the ordinary person. (thesaurus.com).

Domesticering

1. Tilvænnning til hjemmet, tæmning. (ordbogen.com).
2. At gøre en vild art til et husdyr eller til en kulturplante. (netleksikon.dk).

'Domestication' eller 'domesticering', som er ordets direkte danske oversættelse, vil i denne bog blive behandlet som et særligt begreb, der blev hentet ind i medie- og teknologiforskning i starten af 1990'erne. At domesticere handler på mange måder om at gøre teknologi til noget hjemligt og familiært.

Domesticering af medieteknologier handler kort fortalt om at tæmme en vildskab og om medieteknologiers uforudsigelighed. Medieteknologierne skal gøres 'renlige'. De skal transformeres til tæmmede kulturelle praksis. De nye medieteknologier skal tilpasses og vokse ind i en kulturel betydning, hvor de bliver en naturlig og fortrolig del af livet i konkrete hjem.

De teknologiske fænomener, som ansporede til perspektivet, var da tidens nye informations- og kommunikationsteknologier. Radio- og tv-mediet samt stationære computere var på det tidspunkt de førende og mest foretrukne informations- og kommunikationsteknologiske forbrugsobjekter.

Begrebet 'domestic', hentet fra det latinske 'domus', betyder 'hjem', og det peger helt konkret mod den fænomenologiske virkelighed, som også var i fokus i den britiske medieforskning, nemlig folks private hjem. Hjemmet er ramme for dels familien som en socialt konstrueret institution, men dels også for husstandens økonomiske virkelighed, når den som husholdning optræder og indgår i opgørelser over samfundsmæssigt forbrug.

Det private liv i folks hjem er på den måde forskelligt fra det offentlige rum og markedspladsen, men er ikke desto mindre bundet op i selvsamme via de forbrugsaktiviteter, som foregår i hjemmet. Denne flertydighed er med til at mudre en direkte oversættelse af det engelske begreb 'household', som det anvendes i domesticeringsteorien. Løsningen bliver, at 'husholdning', 'husstand', 'hjem' og 'familie' alle er begrebslige orienteringer, som er spundet ind i hinanden.

Jeg kommer i denne introduktion til domesticeringsteori til at bruge begreberne lidt i flæng, men jeg anvender i stor stil begrebet 'familie', mens jeg samtidig er klar over, at domesticeringsteorien normativt har fokus på kernefamilien som idealtypisk. Det betyder ikke, at jeg ekskluderer 'afvigende' familieformer.

Jeg kommer også til somme tider at bruge 'husstand' frem for 'husholdning', som nok ville være den direkte oversættelse af 'household'. Det gør jeg ikke for at udelade det økonomiske ved 'at holde hus', men jeg finder, at 'husstand' er det begreb, som bedst bygger bro mellem

det sociokulturelle og den økonomiske virkelighed, når et levet liv på en matrikel bliver opgjort i statistikker.¹

Et britisk perspektiv på medieforbrug

Domesticeringsbegrebet er blevet udviklet i forskellige sammenhænge og med afsæt i forskellige videnskabelige positioner. Disse nuancer og alternative perspektiver vil blive behandlet i de følgende kapitler, men udgangspunktet er et særligt angelsaksisk perspektiv på domesticering.

Konturerne til domesticeringstankegangen blev tegnet op i medieforskningen allerede sidst i 1980'erne som en åbenlys viderebygning på forskelligartede etnografiske og semi-etnografiske undersøgelser af faktiske menneskers medieforbrug. Det var undersøgelser, som havde været udbredt i Storbritannien op gennem 1980'erne, og de mest omfattende studier fandtes indenfor Cultural Studies traditionen. I denne tradition havde det levede liv i private hjem et fokus som et særligt mikrokosmos.

Med et koncentreret afsæt i hjemmets forbrugsvaner, rutiner og ritualer var en teori om domesticeringen af nye medieteknologier et forsøg på at sammentænke mediets egenskab af forbrugsobjekt med mediets evne til at mediere kommunikativt indhold. Teoriens formål har indledningsvis været at understrege, hvordan informations- og kommunikationsteknologier faktisk adskiller sig fra andre teknologiske forbrugs-

¹ Hjemmet er begrebsmæssigt forskelligt fra husholdning, så af begrebshygieniske grunde skelner Roger Silverstone også mellem husholdninger og hjem, hvor hjemmet er: *"mere end blot huse. Hjemmet er produktet af vores praktiske og følelsesmæssige engagement på et givet sted og kan som sådan ses som en fænomenologisk virkelighed, hvori vores identiteter formes og vores sikkerhed bevares [...]. Husholdninger er de sociale, økonomiske og politiske systemer hvor indenfor dette produktive arbejde foregår* (Silverstone 1994:45; min oversættelse). Silverstone understreger, at hjemmet er en fænomenologisk virkelighed, mens man er efterladt med en lidt mere generel forståelse af husholdninger.