Marika Lüders
Lin Prøitz
Terje Rasmussen

Personlige medier

Livet mellom skjermene

GYLDENDAL
AKADEMISK

MARIKA LÜDERS, LIN PRØITZ OG TERJE RASMUSSEN (RED.)

PERSONLIGE MEDIER

LIVET MELLOM SKJERMENE

GYLDENDAL
AKADEMISK

© Gyldendal Norsk Forlag AS 2007
1. utgave

ISBN: 978-82-05-44681-6

Sats: Laboremus Prepress AS
Brødtekst: Minion 10,5/15 pkt

Alle henvendelser om boken kan rettes til
Gyldendal Akademisk
Postboks 6730 St. Olavs plass
0130 Oslo

www.gyldendal.no/akademisk
akademisk@gyldendal.no

Det må ikke kopieres fra denne boken i strid med åndsverkloven eller avtaler om kopiering inngått med KOPINOR, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk. Kopiering i strid med lov eller avtale kan medføre erstatningsansvar og inndragning, og kan straffes med bøter eller fengsel.

Livet mellom skjermene

Hvordan forandrer nye medieteknologier hverdagslivet vårt? I hvilken grad kan vi selv påvirke ny teknologi gjennom vår bruk?

Dette er temaer som vi diskuterer fra ulike synsvinkler i denne boken. I perioden 2003–2007 ble en rekke ungdommer intervjuet om deres digitale mediebruk gjennom forskningsprosjektet «Internett i endring». Tekstmeldinger og kamerafotoer ble analysert. Dette ble tolket i sammenheng med tanker om hva som preger vårt moderne hverdagsliv. Mange av bidragene og resultatene som presenteres i denne boken, skriver seg fra dette forskningsprosjektet. Men vi har også invitert andre forskere til å se nærmere på forholdet mellom teknologibruk og -påvirkning.

Flere av forfatterne tar utgangspunkt i at det siden midten av 1990-årene har vært et nært samspill mellom medier og måter å skape identitet og sosialitet på. Omgangen med de nye tekniske innretningene har fått en betydelig plass i dagliglivet. Det er derfor nærliggende å stille spørsmål som: Hvilke medieformidlede omgangsformer og genrer utvikles og dyrkes gjennom de nye tekniske innretningene? Står vi overfor noe fundamentalt nytt, eller er det mulig å trekke linjer til historiske forløpere? I så fall, hva har endret seg og hva er stabilt i forhold til tidligere?

I boken trekkes det på ulike forskningsmessige perspektiver, fra litteraturvitenskap og idéhistorie, til medievitenskap, sosiologi og sosialantropologi. Felles for dem er erkjennelsen av den fremtredende rolle ulike medier spiller i folks dagligliv. Dessuten at mediebruk omfatter stadig nye brukesområder, sammenlignet med tidligere tider. I løpet av 1990-årene har utbredelsen og bruken av e-post, mobilsamtaler, sms, mobilkamera, mms, hjemmesider, mp3-utveksling, podcasting, meldingstjenester (MSN) blogger, pratefora og nettverkstjenester eksplodert. Sosiale og etiske grenser er blitt forskjøvet i samsvar med eksplosjonen, både mel-

lom mennesker og for enkeltmennesket. Men like viktig er endringene – de medier vi diskuterer her oppfører seg annerledes enn massemediene. Den enkelte har fått nye kanaler til å forstå seg selv og sine omgivelser, og nye arenaer for vennskap, kjærlighet og familieliv.

Et særtrekk ved de nye mediene er at de er blitt mer personlige. Dette står i kontrast til massemedienes publikumspreg, der likeartede budskap blir sendt til tusenvis av mottakere. Personlige medier er knyttet til hver og en av oss som både avsendere og mottakere, som personer. Derfor blir også innholdet ofte (men ikke alltid) mer privat og personlig enn i massemediene. Noen av de personlige mediene er mobile og bidrar til å samordne hverdagens små og store forhold. Andre typer personlige medier, gjerne basert på web, egner seg for ytringer som kan oppdateres raskt og effektivt. Disse og andre kjennetegn ved de personlige mediene gjør at de kan benyttes til en bred vifte av formål, fra spill, utveksling av musikk, selvpresentasjon på blogger, til prat, flørting og debatt. Dermed innlemmes de tettere i dagliglivet og lar seg forme av det.

Å karakterisere vårt samfunn som komplekst og uoversiktlig, er ikke uvanlig. Er disse «små» meddelelsenes og samtalenes medier svar på et påtrengende behov for å få overblikk i et komplekst samfunn? Dette er også noe som undersøkes nærmere i denne boken.

Oppsummert kan vi si at essayene som er samlet i denne boken handler om de personlige mediene, bruken av dem og hvilke sosiale sammenhenger de inngår i. Det er den trivielle, medierte kommunikasjonen som står i sentrum. Man bør også se essayene som bidrag til en større og viktig diskusjon om hvordan hverdagslivet vårt endrer seg i en «digital» tid.

Om bidragene

Jo Helle-Valle tar opp domestiseringen av ny teknologi. Domestisering handler om hvordan ny teknologi tilpasses brukeren og sosiale forhold. Helle-Valle kritiserer etablerte tanker om domestisering og viser med eksempler hvordan dette er en fundamentalt sosial, og i stor grad også en språklig, prosess.

Beathe Due diskuterer hvordan forventninger til mulige bruksområder for teknologier sjelden samsvarer med hvordan teknologier faktisk tas i bruk. Dette er typisk både for telefonen da den ble innført og for Internett i dag. Due diskuterer forventninger og uforutsigbar bruk av nye teknologier ut fra Hannah Arendts

begreper om handling og adferd. En av forutsetningene for handling er individualitet og spontanitet, noe som kan resultere i uventende konsekvenser. Adferd er derimot knyttet til det konforme og ikke-unike. Ved å knytte Arendts begreper til teknologiutvikling, viser Due hvor viktig det er å se på dominerende forestillinger om bruk, ikke bare på bruken selv.

Kristin Ørjasæter diskuterer privatbrevet som personlig medium og argumenterer for at det, med sin lagring av budskapet i skrift, også rommer en ikke-privat dimensjon mellom linjene. Brevet som privat medium må forholde seg til at andre enn adressaten kanskje en gang kan komme til å lese det. Nettopp dette gir brevet et gjenskinn av offentlighet som kan avleses i teksten.

Lin Prøitz setter søkelyset på familiens representasjon av seg selv med familiefotografier, visittportretter og kameramobilbilder. Fremdeles er den livslange kjernefamilieformen idealet i vårt samfunn, og dette kommer til uttrykk gjennom familiers fotoalbum. Men fra tiden med ett felles familiekamera som foreldrene forvaltet, har vår tid med den personlige kameramobiltelefonen endret motiver og fotografiske valg. Prøitz viser hvordan kameramobilbilder representerer en endring i forhold til den tradisjonelle familiære selvfremstillingen.

Knut Ove Eliassen og *Yngve Sandhei Jacobsen* griper saken an mediehistorisk, og følger et dobbelt spor; de ser på den faktiske medieutviklingen, men legger fremfor alt vekten på mediebegrepets endringer. Selve mediebegrepets historie forteller noe om hvordan mediene er utviklet og brukt, og hvordan man har vurdert deres status vis-à-vis virkeligheten. I likhet med Ørjasæter bidrar de med et perspektiv på hvordan dagens digitale medieendringer, medieteoretisk sett, kan føres tilbake til en tid da et «medium» var noe ganske annet enn i dag.

Susanne Nordbakke, Randi Hjorthol, Mona Hovland Jakobsen og *Rich Ling* rapporterer fra et forskningsprosjekt om hvordan familier i Norge ordner sitt hverdagsliv ved hjelp av mobiltelefonen og bilen. De viser blant annet hvordan mobilen som redskap for samordning gir en annen form for fleksibilitet og trygghet. Dette endrer i neste omgang mønstre for planlegging og avtaler. De viser hvor tett sammenknyttet familie, bil og mobil er blitt.

David Brake utvikler i sitt bidrag en typologi for å forstå hvordan bloggere forholder seg til sitt publikum. Det handler ikke bare om at bloggere alltid er interessert i et størst mulig publikum, selv om tekstene deres er tilgjengelige for i prinsippet millioner av lesere. Brakes analyse av bloggere viser at det finnes svært forskjellige forståelser av hva som foregår mellom aktørene i kommunikasjonsprosessen. Selv om

teknologien tillater visse praksiser og utelukker andre, benytter ikke brukerne alltid teknologien på den «naturlige» eller forventede måten (se også Beathe Dues bidrag).

Anders Fagerjord diskuterer hvilke muligheter og begrensninger som ligger innbakt i malene vi arbeider med når vi lager hjemmesider, weblogger og digitale filmer. Slike maler er designet for å gjøre det mulig å lage profesjonelle uttrykk selv uten særlig digital eller designmessig kompetanse, men de legger samtidig sterke føringer på den kreative prosessen. Fagerjord introduserer begrepet «preskripter» for å beskrive malenes innhold, eller det som er skrevet før brukeren setter i gang med å skape ut fra malen. Preskriptene er en uunngåelig del av systemer for personlige fremstilling som påvirker det endelige uttrykket.

Gunnar Sæbø har intervjuet ungdommer om deres syn og praksis når det gjelder nedlasting av musikk fra Internett. Sæbø viser hvordan dette er blitt en selvfølgelig side av de fleste ungdommers liv, og som endrer oppfatninger av musikk som gode og vare.

Rich Ling påviser at spredningen av mobile medier i befolkningen også fremkaller et dilemma. Et digitalt skille har manifestert seg mellom eldre og den øvrige befolkningen når det gjelder bestemte former for mobilbruk.

Marika Lüders tar utgangspunkt i at mediesamfunnet preges av at grensene mellom det private og offentlige er flytende. Digitale nettverksmedier ser ut til å støtte opp under dette. Våre muligheter til å skape medierte representasjoner av oss selv har økt betraktelig, og det finnes mange eksempler på at mennesker blottlegger private aspekter ved egne liv på nettet (se også David Brakes bidrag). I dette kapitlet diskuterer Marika Lüders det hun kaller det nettmedierte subjektet. Gjennom intervjuer med unge brukere viser hun hvordan forventningene til nettmedierte subjektfremstillinger skiller seg fra hva vi er vant til fra ansikt til ansikt-situasjoner.

Terje Rasmussen setter utviklingen av personlige medier inn i en større sosiologisk diskusjon om sosial integrasjon, dvs. om det som skaper et samfunn av mange individer. Han skjelner mellom ulike former for sosial integrasjon, og går særlig inn på det han kaller nettverksintegrasjon. Dette er en form for integrasjon som blir stadig viktigere i avanserte, komplekse samfunn, ikke minst i kjølvannet av digitale personlige medier. Det innebærer også at samfunnet mister noe av den stabiliteten som det verdi-integrerte samfunnet hadde.

Oslo, januar 2007
Marika Lüders, Lin Prøitz og Terje Rasmussen

Innhold

LIVET MELLOM SKJERMENE 5
Om bidragene 6

KONTEKSTUALISERTE MEDIER, KONTEKSTUALISERTE MENNESKER 15
– ET ANNET BLIKK PÅ MEDIEBRUK
Jo Helle-Valle
Medieforbruk og domestisering 16
Språkspill og en revisjon av 'domestisering' 23
Mediebrukere som divider? 27
Avslutning 31
Litteratur 33

VIKTIGE OVERRASKELSER 36
IDEER OM UFORUTSIGBAR TEKNOLOGIBRUK
Beathe Due
Handling, adferd og betydningen av uforutsigbarhet 38
Trangen til forutsigbarhet 40
Visjoner for bruk av telefoner 40
Visjoner for IKT-bruk 44
Fra «kvinnesladder» til «gretne gamle gubber» 46
Rom for overraskelser – konklusjoner og oppsummering 50
Litteratur 52

DET SKRIFTLIGE MØTET 56

OM PRIVATBREVET SOM EN POTENSIELT OFFENTLIG SAMTALE
Kristin Ørjasæter
Et metonymisk, halvoffentlig møte 58
Et medium for selvrefleksjon 59
Betydningen av avstand 65
Privatbrevet – et offentlig anliggende? 70
Litteratur 72

«ALLE HAR SITT FAMILIETRE – OG HER ER MITT:» Å SKRIVE SIN EGEN HISTORIE. EN STUDIE AV FAMILIEBILDEPRAKSIS VIA FAMILIEALBUM TIL MMS 73
Lin Prøitz
Mediering av den lykkelige kjernefamilie 75
Ny teknologi, nye familiehistorier? 78
Ukoreografert hverdag 79
Familiens arv. Arkivering og memorering 83
Å skrive sin egen historie 88
Epilog 89
Litteratur 90

HVOR VAR MEDIA FØR SAMUEL MORSE? 93
Knut Ove Eliassen og Yngve Sandhei Jacobsen
Medier av første og annen orden 96
Begrepet medium 100
Trekk av mediumbegrepets historie 102
De første medieteknologiene 105
Systemer av diskrete symboler 108
Universitetsmedier 111
Minnet som daguerreotypi 113
Litteratur 117

DET MOBILE HVERDAGSLIV 119

KOMMUNIKASJON OG KOORDINERING I MODERNE BARNEFAMILIER
Susanne Nordbakke, Randi Hjorthol, Mona Hovland Jakobsen og Rich Ling
Det komplekse familieliv 119
Organisering og kommunikasjon i hverdagslivet 120
Medievalg 122
Rutiner – en del av fundamentet i barnefamilien 124
Mer kommunikasjon – mindre planlegging 126

Mobilen i bilen 128
Mobilen gir trygghet (med visse modifikasjoner) 129
Samlivsbruddmobilen 131
Telefonsamtalen – den nære, umiddelbare og entydige kommunikasjonen 133
Tekst som «beskyttelse» 135
Tekst som en bakdør 137
Konklusjon 137
Litteratur 139

PERSONLIGE BLOGGERE OG DERES PUBLIKUM: HVEM TROR BLOGGERNE AT DE SNAKKER MED? 141
David Brake
1. Blogger som «nærkringkasting» 145
Å holde venner og bekjente oppdaterte 145
Uttrykke egne meninger 147
Den personlige bloggen som en mediekanal 148
2. Dialogisk blogging – å holde kontakten med venner 151
3. Telelogisk sosialitet 152
4. A-kommunikativ blogging 153
Terapi 154
Kvasisosialitet 156
Uttrykk for kreativitet 158
Konklusjon 159
Litteratur 160

Å SKAPE FRA EN MAL: PRESKRIPTER I PERSONLIGE MEDIER 164
Anders Fagerjord
Ingen blanke ark 164
Maler i små medier 165
Hjemmesider 167
Blogg 171
Hjemmevideo 177
Grensesnittpreskripter 180
Designpreskripter 181
Sjangerpreskripter 182
Preskripter og digital kompetanse 183
Litteratur 184

FLEKSIBLE MEDIER OG KONTROLLERT KOMMUNIKASJON 186

OM UNGES BRUK OG FORSTÅELSE AV PEER-TO-PEER (P2P)-TEKNOLOGI

Gunnar Sæbø

Datamateriale 188
Individualisering og nettverksbasert erfaring 189
Fildeling ved hjelp av P2P-teknologi 190
Fleksible medier 191
Bruksmåter 192
Overflod og ordensutfordringer 195
Valg av fildelingsprogrammer 196
Formatpreferanser 198
Mobil musikk 200
Kontrollert kommunikasjon 204
En ny forståelsesform? 208
Litteratur 209

SMS OG HVORDAN ELDRE BLIR UTESTENGT 211

Rich Ling

Kommunikasjon mellom generasjonene 214
Mobiltelefonens rolle i eldre menneskers liv 215
Eldre mennesker og mobilkommunikasjon: status 218
Utestengning av de eldre fra SMS 221
Konklusjon 222
Litteratur 224

PRIVATE SUBJEKTER I DIGITALE MILJØER: ISCENESETTELSE I ENDRING? . 226

Marika Lüders

Det refleksive subjektet 228
Det sosiale subjektet 232
Det private/offentlige subjektet og grenser for offentlighet 237
Konklusjon 243
Litteratur 244

NETTVERKSINTEGRASJON OG PERSONLIGE MEDIER 247
Terje Rasmussen
Nettverksintegrasjon 254
Nettverksnytte 256
Medier uten masse 259
Sosial kapital 260
Metastabilitet? 264
Litteratur 267

OM FORFATTERNE 271

Kontekstualiserte medier, kontekstualiserte mennesker

– et annet blikk på mediebruk[1]

Jo Helle-Valle

En håndfull fremstående akademikere, med Roger Silverstone som den mest profilerte, utviklet på slutten av 1980-tallet et perspektiv på mediebruk som har fått betegnelsen domestiseringsperspektivet. Til grunn for dette synet ligger Stuart Halls godt innarbeidete poeng at selv om mediert budskap langt på vei er formet av budskapets produsenter, vil det likevel alltid være rom for ulike tolkninger hos mediekonsumentene (Hall 1980). Domestiseringsperspektivet faller innenfor den vide betegnelsen resepsjonsanalyse, eller kanskje mer presist resepsjonsetnografi. Et basalt premiss i dette perspektivet er at medieforbruk alltid involverer tre elementer: et subjekt, et objekt og et sosialt omland – altså mediebrukere, medieteknologi og innhold, og den sosiale konteksten forbruket skjer i. 'Domestisering' er definert på en tvetydig måte som er koplet til begrepets etymologiske fundament: Det refererer til det å temme noe vilt, og til det å «hjemliggjøre» – altså tilpasse – medier og medieinnhold til den hjemlige sfære. Videre er hjemmesfæren analytisk koplet til det private, som en motsats til den offentlige sfæren.

1 Takk til Dag Slettemeås, en dyktig og viktig samarbeidspartner, til Ardis Storm-Mathisen, til NFRs generøsitet og til denne bokens redaktører.

I dette kapitlet skal jeg med utgangspunkt i domestiseringsperspektivet, som jeg betrakter som et sentralt og verdifullt perspektiv, presentere to relaterte argumenter. For det første vil jeg påpeke en analytisk svakhet ved perspektivet, og foreslå en definitorisk og perspektivmessig revisjon. Mer konkret mener jeg at *definisjonen* av domestiseringsprosesser bør frikoples fra hjemmet og det private fordi denne koplingen reduserer perspektivets analytiske verdi. Utdypingen av denne påstanden vil være et sentralt anliggende i første hoveddel av dette kapitlet.

Det andre argumentet følger av det første: Om en reviderer domestiseringsperspektivet på den måten jeg ønsker å gjøre, vil en analytisk følge være at vi også må revidere våre forestillinger om hvordan vi skal forstå og forklare menneskelig adferd. Mer presist: Hvis det er slik at den samme personen kan oppfatte et gitt medieinnhold (eller et hvilket som helst uttrykk for den saks skyld) på forskjellige måter, avhengig av den kommunikative konteksten forbruket skjer i, så følger det at det er nyttig å forstå enkeltmennesker ikke bare som individer, men også som divider. Etymologisk refererer 'individ' til at noe er udelelig. Det er vi selvfølgelig – først og fremst i fysisk forstand, men også som meningsbærende vesener – men trolig er våre forestillinger om identitetsmessig konsistens overdrevne. Argumentet er at når subjektet skifter kontekst, skifter vedkommende også perspektiv, og dermed i en forstand også personlighet. Det er denne kontekstavhengige variasjonen, eller inkonsistensen, 'divid' er ment å skulle fange. Analytisk kan det være nyttig å se personen som et evig spenningsfelt mellom individuelle og dividuelle aspekter. Som en side ved dette hevder jeg at det vil være nyttig å analysere mediebruk med et slikt analytisk blikk.

Medieforbruk og domestisering

Roger Silverstone, David Morley, Eric Hirsch og Leslie Haddon har vært sentrale personer i utviklingen av domestiseringsperspektivet – en forskningsretning som har hentet viktig inspirasjon fra antropologi og cultural studies. Sentralt i perspektivet står påstanden om at for å forstå og analysere mediebruk, er det utilstrekkelig å forholde seg til medier som funksjonelle teknologier – de er meningsbærende både som objekter og som medier og må for brukerne integreres på meningsfulle måter i de sosiale kontekstene de brukes i (Silverstone mfl. 1992). Til grunn for dette synet ligger den antropologiske antagelsen om at vi som «kulturelle dyr» trenger å skape orden og mening i omgivelsene våre. Hendelser, hand-

linger og objekter må i en grunnleggende forstand passe inn i slike kognitive ordener (se f.eks. Douglas og Isherwood 1979). Rent konkret betyr det at medier ikke er medier i en funksjonell forstand før de er klassifisert og akseptert innenfor en kulturell orden. Dette er ikke det samme som å si at alle innenfor en kulturtradisjon har samme holdning til en medieteknologi. Foreldres og barns kamp om bruken av fjernsynet er et velkjent eksempel på daglig uenighet mellom brukerne. Men under slik uenighet ligger felles forestillinger om hva et fjernsyn er: Det er en akseptert del av hjemmet, det er situasjoner hvor det ikke skal brukes, det er konvensjoner knyttet til hvor det kan plasseres, osv.

Siden medier på slike måter er deler av kulturelle ordener betyr det at mediebruk sjelden er amoralsk. Medieinnholdet blir rutinemessig vurdert normativt når det gjelder barns bruk, men også voksne imellom. Blir det for mye stillesitting foran fjernsynet? Er bruken av pc-en verdt tidsbruken? Passer tv-programmet til brukerens kulturelle kapital? Og så videre. Silverstone og hans kollegaers analytiske grep er å insistere på at mediebruk ikke er en dyadisk relasjon mellom en bruker og mediet, men at de sosiokulturelle kontekstene bruken foregår i. Dette er en vesentlig faktor som må med i analysen om en skal få en god forståelse av mediebruk.

Det meste av forskningen domestiseringsperspektivet bygger på har vært fjernsynsbruk. Fjernsynsbruken er i hovedsak knyttet til hjemmet, og det kan synes som om det analytiske apparatet domestiseringsforskerne har utviklet, er preget av denne hjemmebindingen av mediebruken. For sentralt i deres analytiske apparat finner vi begrepene hushold (og dets moralske økonomi), hjem, familie og domestisering. De tre første begrepene refererer direkte til egenskaper ved hjemmesfæren. Det interessante i denne sammenhengen er at hjemmet både er en økonomisk og en kulturell enhet. Den er økonomisk i den forstand at et hushold må tilveiebringe tilstrekkelige ressurser til at det kan fortsette å fungere som den økonomiske enheten det vitterlig er. Ellers opphører det å eksistere som et autonomt hushold. Men samtidig er hjemmet en viktig kulturell enhet. Hjemmets økonomiske aktiviteter er ikke styrt av markedslogikk. Riktignok skaffer husholdets produsenter de nødvendige inntektene i et marked, men innad er hjemmet ikke styrt av en markedsøkonomisk rasjonalitet. Snarere kan vi snakke om en moralsk økonomi, hvor moralen er preget av at hjemmet står frem som kjærligheten, intimiteten og solidaritetens arnested (se f.eks. Luhmann 1986). Den gave- og redistribusjonsøkonomien som husholdet faktisk er preget av, er altså ikke å få mest mulig igjen for minst mulig innsats, men av sterke forestillinger om likhet og rettferdig-

het (Mauss 1995, Sahlins 1974). Kort sagt er handlinger formet av det en kan kalle familieideologi. Slik Silverstone og kollegaer presenterer dette (1992) henger begrepene hjem, familie og hushold tett sammen: Hjemmet er den fenomenologiske totaliteten som er skapt av at det er en økonomisk enhet (husholdet) som er formet av en gitt type ideologi (familien). I hvilken grad den enkelte enheten realiserer denne fenomenologiske totaliteten er en annen sak (se også Morley 2000).

Videre er et sentralt analytisk poeng hos domestiseringsteoretikerne at det ideologiske skillet mellom det private og det offentlige er grunnleggende, og at hjemmet på viktige måter representerer det arketypisk private. I vår kulturelle logikk er det private og det offentlige så å si definert som hverandres negasjoner; det offentlige er markedet og byråkratiets arena, et sted hvor formålsrasjonaliteten dominerer (Habermas 1971). Som en grunnleggende kulturell ordenslogikk blir da hjemmet det motsatte; det er arenaen for kjærlighet, inderlighet og solidaritet (jf. også Sørhaug 1995, Helle-Valle og Talle 2000).

Et slikt blikk skaper det en kan kalle en kulturell grenseproblematikk. Siden hushold eksisterer nærmest som øyer i et hav av offentlighet, samtidig som offentligheten stadig invaderer det private – i form av både ting og impulser – er det av stor kulturell betydning at det privates grenser voktes, som et viktig middel for nettopp å opprettholde denne tilgrunnliggende kulturelle logikken vår modernitet er bygget opp rundt. Og det er her domestiseringsbegrepet kommer inn. Ifølge Silverstone innebærer domestisering at en bringer «objects in from the wild: from the public places. The transition, which is also a translation, of objects across the boundary that separates public and private spaces is at the heart of what I mean by domestication» (1994 s. 98). Som vi ser følger definisjonen begrepets etymologi; å domestisere viser både til det å temme, og til det hjemlige.

Cruxet i dette er da at både medieteknologier og mediert innhold er noe som må domestiseres – det må temmes, i den forstand at det må tilpasses det kulturelle univers et hjem er. Slik sett er mediebruk i hjemmet moralsk; skal den passe i et kulturelt rammeverk, vil det alltid være et potensielt «bør ikke» som lurer i bakgrunnen. Vellykket domestisering innebærer at familiemedlemmene føler at mediene bidrar til hjemmets ve og vel, at det medierte innholdet bygger opp under etablerte verdier, og at selve bruken fremmer hjemmets sosialitet. På den annen side vil mediert innhold produsert i den offentlige sfære alltid innebære en form for trussel. Vold, porno og fordummende innhold er typiske «bør ikke» knyttet til tv-bruk, og datamaskinens interaktivitet gir foreldre lett en følelse av mindre kon-

troll. Overdreven bruk og alenebruk kan også oppfattes som trusler mot hjemmets sosialitet.

Dette analytiske apparatet griper etter min mening fatt i noe sentralt ved mediebruk. Ikke bare vektlegger det betydningen av kontekstenes plass i forståelsen av mediebruk, men det representerer også et begrepsett som synes å være godt tilpasset mye av den mediebruken vi opplever rundt oss i det daglige. Men når det er sagt, skal jeg også komme med malurten: Domestiseringsbegrepet er definert på en tvetydig måte, og denne tvetydigheten er analytisk uheldig. Jeg skal straks bruke et dobbelteksempel for å illustrere hva jeg mener med dette, men først skal jeg i korte trekk skissere hva min kritikk går ut på.

Tvetydigheten i begrepsdefinisjonen, både prosessen å temme noe vilt og konverteringen fra den offentlige til den private sfære, er i mange empiriske tilfeller analytisk uproblematisk – særlig i forbindelse med analyser av et så familiesentrert medium som fjernsynet. Men tvetydigheten skaper analytisk dissonans i mange andre tilfeller. Hva med bruk av mobiltelefon på gutterommet – er det en mediebruk hvor hjemmet er den relevante konteksten? Hvor kommer familieverdiene inn her? Og, innebærer en slik mediesituasjon en sfæreoverskridelse fra det offentlige til det private? Og en mer fundamental innvending: Det er gode grunner for å hevde at den grunnleggende distinksjonen mellom privat og offentlig (hvor hjemmet tilhører det private) er et ganske spesifikt historisk og kulturelt fenomen – tilhørende vestlig modernitet. Habermas (1971) har på overbevisende måter argumentert for at det oppsto med den borgerlige offentligheten. I andre tider og i mange andre samfunn er skillet mellom det offentlige og det private mer uklart, og har ikke den sentrale kulturelle posisjonen som det hevdes at det har i den vestlige kulturelle tradisjonen i vår tid. Som et lite eksempel kan nevnes at Tanja Winther, en norsk sosialantropolog, i en landsby på Zanzibar fant en nokså annerledes fjernsynsbruk enn den de fleste av oss kjenner til. Tv-apparatene var plassert i ulike familiers hus, men en klar majoritet av seerne tilhørte ikke husholdet. I snitt var det mer enn ti seere som ikke tilhørte husholdet. Det var ikke uvanlig at vertskapet hadde lagt seg lenge før den siste seeren slo av fjernsynet (Winther 2005 s. 142ff). En skal selvfølgelig være forsiktig med å lese for mye inn i slike forskjeller, men det er rimelig å anta at forestillinger om husholdet som et arnested for en privathet som representerer motsatsen til en byråkratisert og markedsstyrt offentlighet, ikke finnes i landsbyen. Av det følger det videre at det er lite fruktbart å operere med en analytisk modell som forutsetter at mediebruk i hjemmet er en privat

praksis. Og i vår globaliserte verden, hvor folk med vidt forskjellig bakgrunn lever side om side, betyr det at en modell som forutsetter at distinksjonen mellom det private og det offentlige er tilgrunnliggende for analysen, er lite heldig. Mitt argument er at som en generell analytisk modell bidrar ikke tvetydigheten i definisjonen av begrepet domestisering i en positiv retning, og vi klarer oss mye bedre med å begrense betydningen av ordet til prosesser knyttet til det å temme – det å gjøre objekter og mediert innhold familiært, ikke nødvendigvis å bringe det inn i familien. For å vise forskjellen på de to måtene å forstå 'domestisering' på, skal jeg komme med et dobbelteksempel hentet fra egen forskning.

I 2002 ble fire familier invitert til Telenors Fremtidshus på Fornebu som del av et forskningsprosjekt jeg ledet.[2] Hensikten var å skape en mest mulig realistisk brukskontekst for det nyeste av digitale teknologier. Hver familie skulle tilbringe en ettermiddag sammen med forskere i Fremtidshuset, for å bruke mediene sammen, som en familie. Alle familiene besto av foreldre og minst to barn. Et element i denne bruks- og intervjusituasjonen var at de skulle prøve ut en pengespillpilot som var utviklet av Norsk Tipping. I korthet var ideen bak piloten at en skulle utnytte fremtidens interaktive tv på måter som skulle kombinere fjernsynets dominerende posisjon som avkoplingsmedium, med spenningen ved å spille og kanskje vinne mange penger. Piloten var ikke selv interaktiv, men den var laget som et realistisk eksempel på hvordan det ville være å spille på denne måten. Den fiktive spilleren i piloten var registrert som kunde hos Norsk Tipping, og en ville ved direktesendte sportsbegivenheter få opp en meny nederst på tv-skjermen. Så lenge det var penger på ens konto og en holdt seg innenfor tidsfristene, kunne en så spille på forskjellige aspekter ved kampen. Videoen viste en kamp fra fotball-EM i 2000, og det var lagt inn forskjellige typer veddemål: hvilket lag som ville vinne og hva resultatet ville bli, resultatet ved halvtid, om et straffespark ville gå i mål, osv. Menyen viste til enhver tid hvor mye penger du hadde på kontoen, hva oddsene for de forskjellige veddemålene var, tiden du hadde på deg for å sette en innsats, osv. (se Helle-Valle 2003).

2 Fra 2003 til 2006 ledet jeg et NFR-finansiert forskningsprosjekt om bruk av digitale medier i norske hjem (prosj.nr. 152 836/220, se www.sifo.no/digiadvent). En bit av datainnsamlingen til dette prosjektet ble lagt til Telenors Fremtidshus. Dette stedet, som nå er revet, var et hus som var spekket med det siste innen teknologier som kunne tenkes å benyttes i hus. Tanken var at det skulle fungere som et slags laboratorium hvor en kunne teste ut både teknologiene og bruken av dem.