

Where ever I lay my device, that's my home

Revisiting the concept of domestication in the Age of Mobile Media and Wearable Devices

Tem Frank Andersen

PhD, Associate professor at the Institute of Communication and Psychology, Aalborg University. Andersen's research and publications focus on the social uses and meanings of mobile and wearable media technologies through critical media and user studies, and the theoretical foundations of these studies.

Thessa Jensen

PhD, Associate Professor, InDiMedia, Aalborg University. Jensen's research revolves around the ethics of Knud E. Løgstrup; and especially how design can support or constrain participation, co-creation, and generate content, as well as establish and develop relationships between the participants in fandom and social media.

Abstract

The key interest of this article is the concept of *domestication* as a central framework for both sociological and ethnographic media studies. Domestication translates into that process through which both new informations and communication technologies, interactive digital media and wearable devices are "fitted" or "knitted" into the fabric of everyday domestic life. The purpose of the article is to investigate if changes in the media technologies have any impact on the analytical framework of domestication: Does the notion of domestication still offer a meaningful account for the use of mobile media such as iPods, iPads and iPhones, and the flows of applications and content? The theoretical context of the article consists of the British tradition of *media and information technology studies* (Silverstone & Hirsch 1992, Berker et al. 2006) and the American everyday life studies of mobile telephones (Ling 2004, Ling 2008). In relation to this journal's theme on *Leisure* the article assumes that domestication is both a process that happens in the context of the domestic sphere and as such is a central part of the structural dimension of *doing lei-*

sure. Leisure is communicating with your boyfriend on a "forbidden" mobile telephone, as well as using the mobile phone in rituals of both domestic consumption and individual uses. But what happens with domestication when the dominating context for leisure use of mobile phones or touch media no longer is the home or the household, but rather the passages and inbetweens we move through in our everyday life movements?

Keywords: #domestication, #mobile media, #wearable devices, #habituating urban space, #media context

Introduktion Tæmmede medier, frigørende medier?

"The telephone is an irresistible intruder in time or space, so that high executives attain immunity to its call only when dining at head tables. In its nature the telephone is an intensely personal form that ignores all the claims of visual privacy prized by literate man." (McLuhan 1964, p. 296)

"Whether we like it or not, wearables are bringing about a social revolution. People will start wearing more electronics near, on and in their bodies." (Toh 2014, p. 14)

Senest siden Gutenberg står det stadig klart, at medier gør en forskel i menneskers liv. Den canadiske medieforsker Marshall McLuhan iagttog i sin tid, hvordan telefonen blev betragtet som en ubuden men ikke desto mindre uimodståelig gæst, der udfordrede den visuelle tv-kultur. Fremkomsten af bærbare eller direkte "ikklædbare" teknologier (eng. *wearables*) gør det muligt for brugere at kommunikere og interagere med omverdenen via medier, der enten bæres på eller er fæstnet til brugerens krop (Toh 2014, Mann 2006, 2012, Starner 2002). Vores relation til de interaktive digitale medier bliver på en gang mere intim og mindre synlig. Smartphones bliver tyndere, flere funktioner konvergeres i samme mobile medie, og selve interaktionen med den mobile enhed kan ske via tale (fx Siri) og snart også via hoved- og håndbevægelser samt kropsimpulser (fx Myo). Disse teknologiske innovationer sker ikke i noget vakuum, men er

altid del af en social kontekst. Stig Hjarvard mener at kunne iagttagende, at en lang række felter i vores samfund *medialiseres* (Hjarvard 2008). For Hjarvard indebærer dette, at den sociale kontekst ændrer karakter, fordi hvert eneste felt begynder at medreflektere, hvordan medier fungerer og øver indflydelse på relationen mellem brugere, og derved smelter sammen med feltets praksis. For Hjarvard er både politik, sprog, religion og leg som sociale felter blevet medialiserede, og har derved ændret karakter. Hjarvard indikerer også, at habitus bliver medialiseret. På den måde har medier ikke blot betydning for individets adgang til og interaktion med medier, men også for individets opmærksomhed på og forståelse af medieindholdet, af sig selv og brugssituationerne. Medier får samtidig betydning for, hvordan individet overhovedet bliver del af samfundets centrale sociale institutioner, som fx familien.

Medialiseringsteorien kan betragtes som en modsætning til *domesticeringsteorien* (Silverstone 2006, Silverstone et al. 1992). Antagelsen for domesticeringsteorien er, at ethvert mediekonsum og enhver brug af medier for det første skal ses i forhold til *hjemmet* (eller husholdningen) som en primær brugskontekst, hvor brugerne - familiedlemmerne, parret eller singlen - gør centrale primære erfaringer med medierne. For det andet er præmissen for teorien, at den enkelte medieteknologi indlemmes og tilpasses til hjemmets moralske økonomi og habitus. Denne artikel er interesseret i, 1) om og i givet fald hvordan brugen af mobile bær/iklædbare medier øver indflydelse på domesticeringsprocessen, og 2) om brugen af de nævnte medier kalder på fornyelse af teorien. Artiklen vil med afsæt i analyse af fire cases (Telenorkampagnen *Fri + Familie*, palæstinensiske unge kæresters brug af mobiltelefon i Israel, hverdagsbrug af iPod i det urbane rum, samt en kampagne for brug af mobilapplikationen *Figurerunning*).

Når medier og medieteknologier domesticeres

Begrebet *domesticering* dukker nogenlunde samtidig op med fremkomsten af det etnografiske paradigme i 1980'erne og 1990'ernes internationale medieforskning. Medieetnografien havde som mål at forstå brugeres praksis med medier ved direkte at bevæge sig ud blandt disse, og for en tid at leve sammen med dem, eller på forskellig måde indgå i deres hverdagsliv (Andersen, 2005, Rasmussen, 1989). Disse etnografiske mediestudier – som mit eget – tog gerne

afsæt i en "fikseret" social institutionel kontekst. Denne kontekst kunne være skolen (Drotner 1998, Andersen 2005), fritidsklubben (Rasmussen 1995, Jessen 2001), kammeratskabsgruppen (Jerslev 1998, Povlsen 1999) eller familien (Lull 1980, Morley 1986, Tufte 2000). En anden forklaring på begrebets opdukken er konsekvenserne af de udlejringstendenser, som flere modernitetsforskere har påpeget (Giddens, Bauman, Bech i Andersen 2005). Grænsen mellem det offentlige og det private redefineres, og bliver i nogle tilfælde porøs, i andre tilfælde befæstet. Det er præcist i *transaktionen* mellem det offentlige og det private domæne, at Roger Silverstone og Eric Hirsch iagttager, at medier og informationsteknologier kommer til at betyde noget særligt (Silverstone & Hirsch 1992).

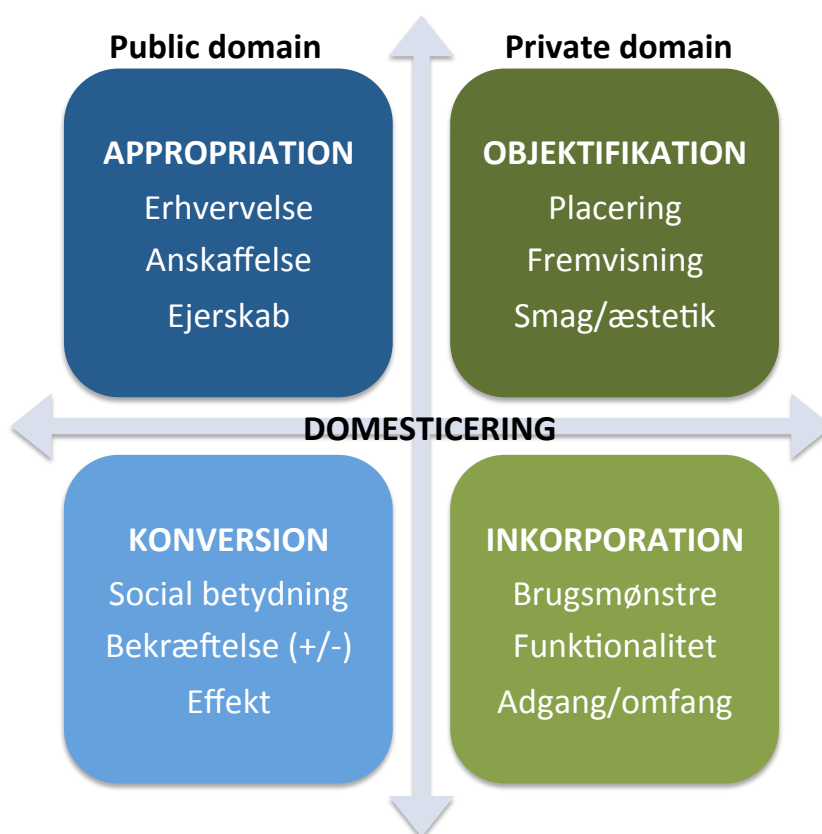
Teorien om *domesticering* tilbyder en forståelsesramme, der først og fremmest insisterer på, at det interessante ved medier som indhold og som teknologier er det, mennesker bruger dem til. Domesticering er den proces, hvor sociale enheder som familien (eller bredere "hjemmet") gør medierne til deres egne. Det interessante ved mediebrug i et domesticeringsperspektiv er, at de konkrete medier indlemmes og underlægges den sociale enheds værdier og hverdagskulturelle praksis, og bliver derved både en del af grundlaget for *at gøre fritid* med medieteknologier, og bruge disse *i fritiden*.

"[The notion of domestication] was an attempt to grasp the nettle of socio-technical change where it could be seen to be both mattering most and where it was almost entirely taken for granted: in the intimate space of the home and household. [...] Domestication was something human beings did to enhance and secure their everyday lives."
(Silverstone 2006, p. 231)

Den mediesociologiske forhistorie for begrebet *domesticering* er lang (Andersen, 2005). Som et trin i den medievidenskabelige begrebsudvikling var den eksplicite hensigt med begrebet at insistere på, at uanset hvilke pågående og persuasive former nye medieteknologier antager, så forudsætter den konkrete brug en kontekstualisering. Ifølge Roger Silverstone, Eric Hirsch og David Morley kan denne kontekstualisering netop betragtes som domesticering, eller en særlig forhandlingsproces.

“Domestication as a process of bringing things home – machines and ideas, values and information – which always involves the crossing of boundaries: above all those between the public and the private, and between proximity and distance, is a process which also involves their constant renegotiation.” (Silverstone 2006, p. 233)

Denne proces er blevet visualiseret på flere forskellige måder, og nedenstående model er at betragte som en fortolkning af grundidéen om domesticering.



Figur 1: Visualisering af Silverstone, Hirsch og Morleys domesticeringsforståelse (1992 - egen tilvirkning).

Logikken i modellen kan udlægges som en proces over tid, hvor den konkrete medieteknologi eller -produkt (eksempelvis en ny

fladskærm, en ny bærbar computer, en Pebble Steel enhed, en Jaw Bone, adgang til en programpakke eller til en musikstreamingtjeneste), så gennemgår medieproduktet de fire trin. Medieproduktet *anskaffes* på måder, som er naturlige eller giver mening for brugerne. Medieproduktet gøres til del af "hjemmet" som kontekst (rum), der etableres mønstre for brug (tid, aktører), og endelig kommunikerer medieproduktets betydning og individets eller familiens habitus eksternt.

Sociologen Richard Ling anfører i sit arbejde med fremkomsten og brugen af mobiltelefoner i en vestlig kulturel kontekst, at processen kan tilføres nok et moment: *Imagination* eller øjeblikket, hvor medieproduktet bliver interessant og muligt at tilegne sig (Ling 2004). Pointen med dette femte moment er, at det har betydning for husholdningens moralske økonomi ("the moral economy of the household"). Dette kunne belyses yderligere ved at inddrage sociologen Everett Rogers' forskellige brugersegmenter i teorien om "diffusion of innovations" (Rogers 2003). Der er naturligvis forskel på, om hjemmets moralske økonomi indebærer, at det habituelle er orienteret imod en selvopfattelse som enten "firstmover", "tidlig majoritet" eller "dem der halter bagud" (eng. "laggards"). Dette moment inddrages ikke i denne artikel, selvom det muligt kunne indikere identitet som en potentiel dimension ved domesticeringsteorien. Betragtningen er imidlertid relevant i forhold til den særlige handling, som kendetegner alle medieteknologier og medieprodukter. De skal fra tid til anden, men altid med garanti, opdateres. Silverstone indikerer selv dette ved at pege på en særlig naivitet i domesticering, som handler om et særligt filter, svarende til Rogers diffusionsforståelse, som ikke nødvendigvis er knyttet an til kapital, men handler om en særlig vurdering i forhold til brugen af medieproduktet. Appropriationshandlingen *at opdatere* kræver en form for investering, selvstændig opmærksomhed og ikke mindst en forestilling om, hvad det vil betyde for flowet i hverdagen at opdateringen foretages.

Selvom dette korrektiv til forståelsen af domesticering har relevans, og vil kunne bidrage til at forstå konkrete empiriske eksempler på brugen af mobile medieteknologier og wearables, så indebærer grundidéen med domesticering som rammeverk, at selve processen bidrager til at udfordre grænserne mellem offentligt og privat, mellem "inde" og "ude" (socialt set), og mellem fortid og

nutid, og sidst hvordan man kan betragte mennesket i en verden af medieteknologiske produkter. Her peger Silverstone på det interessante forhold, at selvom domesticeringens konserverende funktion, for både mulige brugsmønstre og etablering af grænsen mellem "inde" og "ude", så sker der noget med "hjemmets" forestilling om sig selv.

"Home, then, is no longer singular, no longer static, no longer, in an increasingly mobile and disrupted world, capable of being taken for granted. But if the human condition requires a modicum of ontological security for its continuing possibility and its development, home – technologically enhanced as well as technologically disrupted – is a sine qua non. We cannot do without it, within or without the household. To be homeless is to be beyond reach, and to be without identity." (Silverstone 2006, p. 242f)

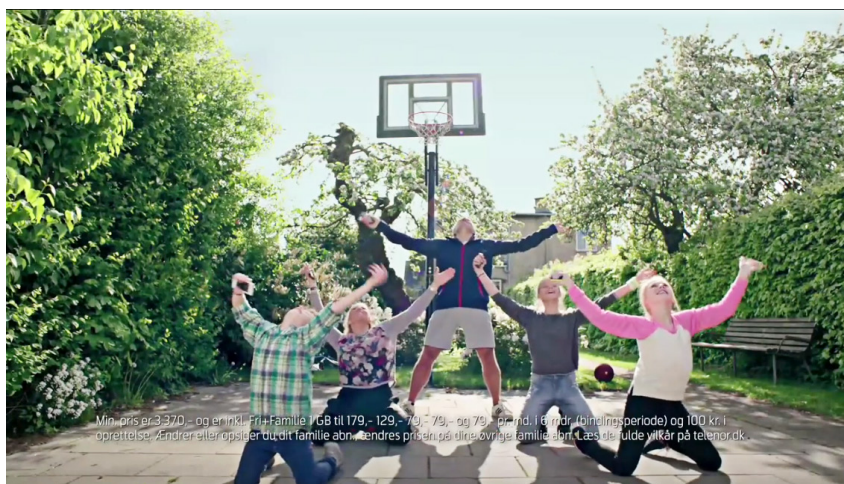
Silverstone åbner her for den betragtning, at domesticering *i sig selv* bidrager til en mulig destabilisering af "hjemmet" eller den institutionelle enhed, der stræber efter at tilpasse nye medieprodukter til en virkelighed, der i mangel af bedre kan betegnes *føjelig*. Spørgsmålet her er, om domesticering som proces i kraft af sine trin bidrager til at destabilisere grænserne for den institutionelle kontekst, fordi medieprodukterne i stigende grad bliver både mobile og "iklædbare". Ling giver med sine brugsstudier af mobiltelefoner en indikation af, at tilegnelsen og den daglige brug af og omgang med medieprodukterne om ikke har destabiliseret måderne at drage grænser på i hverdagens mikrosociale interaktion, så i det mindste har skubbet til disse grænser (Ling 2004; Ling, 2008). Ling har dokumenteret, at vi som brugere af mobiltelefoner (og smartphones) har etableret koder for og en accept af, hvordan det er muligt at føre private samtaler i offentlige rum, og hvordan det er muligt at håndtere nærvær og samvær med fysisk nære såvel som fysisk fjerne aktører i en og samme situation. Med domesticeringsbegrebet er det muligt at betragte denne accept af nye mobile medieritualer i lyset af både objektivifikation og inkorporation. Rumligt og tidsmæssigt etableres der et brugsmønster, som forhandles på plads. Forskellen er dog, at kon-

teksten for denne forhandling ikke sker i hjemmet som kontekst, men i det urbane som kontekst.

Domesticeringsteorien lægger op til at forstå brugen af medieteknologier som en særlig tilpasningsproces, der dog er åben nok til at kunne anskueliggøre, hvordan "tæmningen" af nye medieteknologier og -produkter kan indebærer en accept af en vis føjelighed, og derfor ikke er ren reproduktion af hjemmets (eller familiens) moralske økonomi. Resten af denne artikel søger gennem fire cases at vise, om domesticeringsteori kan anvendes i forhold til mobile og "ikklædbare" medieteknologier.

Domesticering af mobilen i Telenor familien

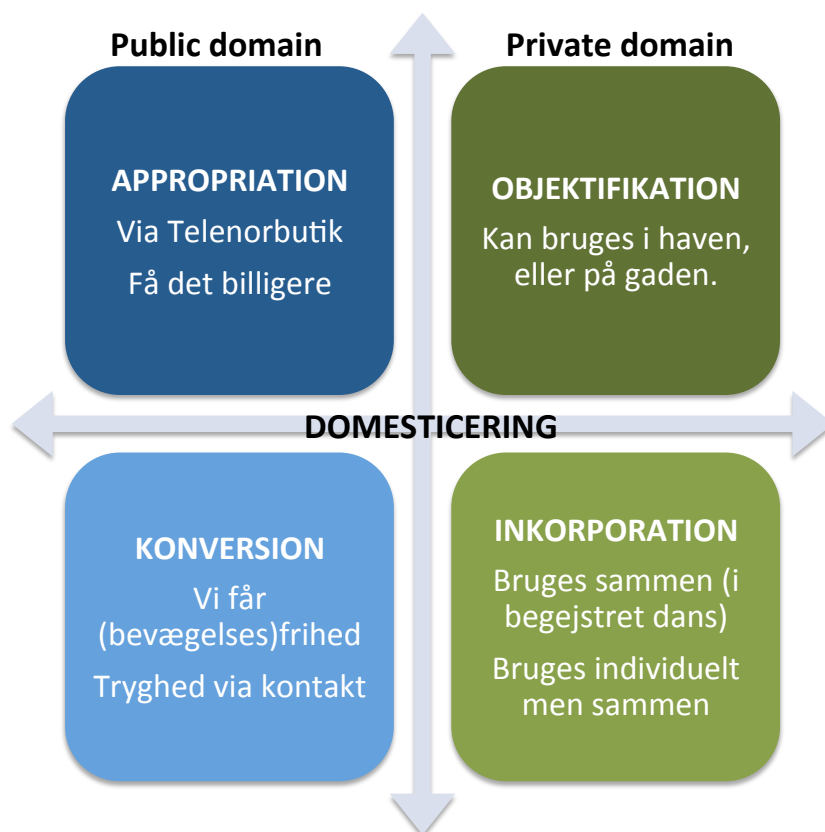
Den første case omhandler televirksomheden Telenors danske 2014-kampagne for produktet "FRI + Familie" (<http://youtu.be/rOF0jzvhyMo>). Virksomheden har i 2015 præsenteret en lignende kampagne, hvor brugergenereret indhold er det bærende for budskabet: Vores produkt giver din familie frihed, tryghed og fritid! Teknologien er en del af familien, vises og anvendes i fuld overensstemmelse med domesticeringsteorien.



Figur 2: Familien Stenholds dans for/med Telenor

Familien i kampagnevideoen er netop er i færd med at domesticere mobilteknologien. Det er ved at tæmme det "uendelige" og "vilde" inter- og telenet ved rituellet at væve både de mobile enheder og netene ind i familiens hverdagsliv, markeret med den rituelle dans. De

gør både nettene og enhederne til en del af det at *være sammen som familie*, samtidig med at de gør den en del af det at *være familie*: At have frihed til at have sin egen mobile enhed, og interagere med indhold eller tjenester, der passer den enkelte, uden at det skaber en konflikt for familien. I hvert fald på overfladen, for problemer med overforbrug af taletid, behov for spæringer og blokeringer, tilfælde af tyveri og smadrede skærme, problemer med online mobning, med oplevelser af social eksklusion, med ængstelse for at gå glip af noget, med hemmeligheder og andre personlige udfordringer præsenteres vi ikke for. Hverdagen holdes i reklamens retoriske udtryk på afstand, og der præsenteres en helt almindelig mobilforbrugende familie i harmoni med sig selv. Disse iagttagelser kan sammen-



Figur 3: Familien domesticerer de mobile medieprodukter

fattes i nedenstående figur over Familien Stenholds domesticering af de mobile medieprodukter.

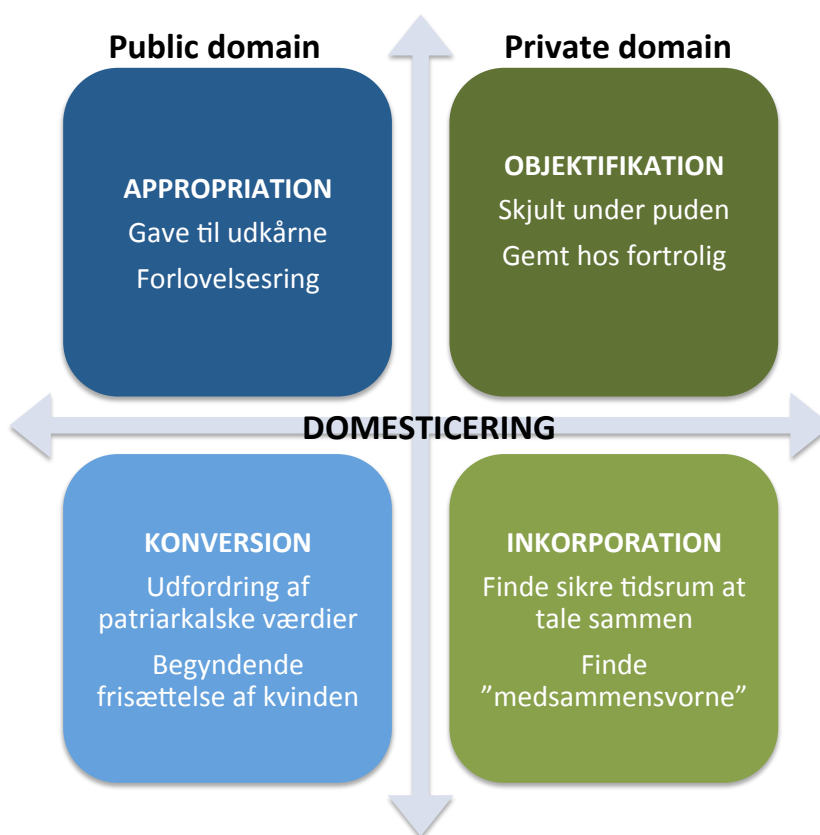
Når domesticering er en leg med mobil ild

I modsætning til reklamekampagnen for Telenors mobilprodukt viser Hiyam Hijazi-Omari og Rivka Ribaks *"Playing with fire"* et kvalitativt mikrosocialt studie af, hvordan palæstinensiske unge i Israel domesticerer mobiltelefonen (Hijazi-Omari & Ribak 2008). Det interessante ved studiet er, at domesticering ikke nødvendigvis er en ligetil proces, men ofte indebærer skjulte handlinger, der på punkter modarbejder værdier, der er indeholdt i hjemmets moralske økonomi, men paradoksalt også understøtter særlige kulturelle værdier og handle-mønstre (fx maskulinitet). For Hijazi-Omari og Ribak er domesticering alt andet end en kollektiv glædesdans, men en intim og risikofuld gemmeleg. Deres analyse rammesættes på følgende måde:

"[...] we are invited to explore both the significance of secretly owning a medium of communication that can ring, that requires charging, that has a memory that can be transferred from one machine to the next, etc.: at the same time, we are invited to study its evolving uses and the practices that are involved in ensuring its availability; the meanings of unprecedented long cross-gender conversations; and the negotiations over gender and cultural identities that are occasioned by the use of the mobile phone."
(Hijazi-Omari & Ribak 2008 p. 151)

Forfatterne anvender eksplicit domesticeringsmodellens fire hovedfaser til at identificere, hvordan de unge palæstinensere praktiserer "irregular courtship", altså emotionelle relationer og kærlighedsliv så at sige under forældrenes moralske "radar". Konteksten er unik på den måde, at sociale relationer i Israel er under et kulturelt og socialt pres, der direkte skyldes konflikterne i den mellemøstlige region. Kæresteforhold på tværs af kulturelle skel er i case-studiet en prekær affære, og dette forhold er en aktiv faktor til, at brugen af mobiltelefonen i intime relationer holdes skjult. Hovedpunkterne i forfatterens analyse fremgår af nedenstående figur.

Appropriationen sker ikke ved, at den unge kvinde selv anskaffer sig en mobiltelefon, men får den foræret af den mandlige kæreste, og at eje en mobiltelefon som ung kvinde betyder i casen *de facto* at have en kæreste. Mobiltelefonen antager derfor form af en slags digital forlovelsesring, hvor karakteren af romancen på den ene side er knyttet til den unge mands indkomst (råd til at købe en



Figur 4: Palæstinensiske unges gemmeleg med mobiltelefonen

ekstra mobiltelefon), og på den anden side repræsenterer en mulig åbning for den unge kvinde til at bidrage til forholdet, ved konkret at have råd til at købe taletid. *Objektifikationen* handler for den unge kvinde om løbende at finde passende skjulesteder til mobiltelefonen, at finde sikre gemmesteder, når den ikke er i brug. I casen beskrives også, hvordan den unge kvinde beder veninder om at passe på mobilen i de tilfælde, hvor forældrene måske har fået

mistanke om det intime forhold. På den måde indebærer objektifikationen af mobiltelefonen også aktivering af tillid; tillid til at vensindens forældre ikke finder mobiltelefonen og giver hende et forklaringsproblemer. Denne særlige praksis for objektifikation (at skulle placere eller gemme "irregulære" artefakter i "irregulære" relationer) er også dokumenteret i dansk medieforskning fx i forhold til praksis omkring piratkopiering og fildeling, selvom præmisserne åbenlyst er forskellige (Andersen 2005).

For unge palæstinensiske kærestepar tager *inkorporation* hovedsageligt form af særlige uforstyrrede og sikre tidsrum, hvor forældrene enten sover, eller i stunder, hvor parret fra hver deres lokation i overensstemmelse med deres hverdagsritualer kan tale sammen. I denne fase peger forfatterne imidlertid på det interessante forhold, at den mandlige part i parret har formuleret regler for brugen af mobilen. Det gælder ikke mindst, at mobilen ikke må bruges til at tale med andre, især andre unge mænd. En del af inkorporationen for disse unges særlige praksis med mobiltelefonen har således et klart magt- eller kontrolaspekt, der på den ene side spejler de kulturelle værdier for både samfundet og de konkrete hjem, men også indikerer, at modstand samtidig sker indenfor en genkendelig kulturel kode; manden bestemmer over brugen *i brugen*.

Det sidste moment, *konversion*, handler for de unge palæstinensere om en særlig form for ambivalens. På den ene side gør mobiltelefonen det muligt for de unge at etablere intime, romantiske relationer, men for den unge kvinde giver mobiltelefonen på trods af forskrifter om ikke at gøre det, en mulighed for at udvide sit potentielle netværk, også af andre kærester: "Thus using a mobile phone connoted both involvement in romantic relationships and membership in a loyal network, which paradoxically both resisted and perpetuated the patriarchal order from which it derived its raison d'être." (Ibid, p. 161)

Denne case illustrerer, at domesticering for unge ikke kun handler om eksplícit at forhandle sig til en legitim måde at anvende mobiletelefonen på, men netop implicit handler om at kunne skabe relationer på trods af hjemmets moralske økonomi. Casen illustrerer videre, at domesticeringens indre linjer (objektifikation og inkorporation) trækkes udenfor hjemmet, og at disse linjer indebærer en mulighed for at kunne etablere sin identitet (som kæreste/par).

Når mobile medier skaber eksistentielle ikke-rum udenfor hjemmet

I de to tidligere cases har konteksten enten direkte eller indirekte været hjemmet. Michael Bull peger med sit studie "No Dead Air" The iPod and the Culture of Mobile Listening" på, at studier af mobile medier og brug af musik som mobile medieprodukter er nødt til at ændre fokus fra "domestic consumption" til nye processer, der handler om at bebo eller skabe egen-kontekst i det urbane rum (Bull 2004). Selvom Bull ikke direkte anvender begrebet *wearable media technology*, så peger hans analyse af brugernes etablering af en intim relation til medieproduktet (iPod enheden og playlisterne) i den retning. Bull skriver:

"The use of these mobile sound technologies informs us about how users attempt to 'inhabit' the spaces within which they move. The use of these technologies appears to bind the disparate threads of much urban movement together, both 'filling' the spaces 'in-between' communication or meetings and structuring the spaces thus occupied. (...) the iPod user struggles to achieve a level of autonomy over time and place through the creation of a privatised auditory bubble." (Bull, 2006 p. 344)

Denne særlige brugsform ser Bull som noget andet end "domestic consumption", og derfor som noget, der muligvis ligger ud over domesticeringsbegrebets forklaringsramme (Ibid, p. 345). Selvom fokus her er på iPod og personlige *playlist*, så er denne artikels pointe, at noget lignende gør sig gældende for brugerens interaktion med andet medieindhold (som brug af taletid til samtaler mellem fortrolige, som forældre eller andre myndigheds personer ikke skal vide noget om), når konteksten er bevægelsesstier i det urbane rum. Spørgsmålet er imidlertid om dette ikke fortsat kan beskrives som et sammenfald mellem domesticeringens objektifikation, inkorporation og konversion, eller om der er noget andet på spil, end at etablere et mønster, der kan bidrage til såvel reproduktion som stabilisering af de værdier, der knyttes til mobile medier? Her præsenterer Bull et alternativ til at forstå, hvordan brugen af mobile medier både forudsætter og indebærer noget andet end domesticering:

"iPod use re-orientates and re-spatialises experience which users of the describe in solipsistic and aesthetic terms. (...) iPod use functions to simplify the user's environment thus enabling them to focus more clearly on their own state of being precisely by minimising the contingency of the street (...)." (Bull 2004, p. 348)

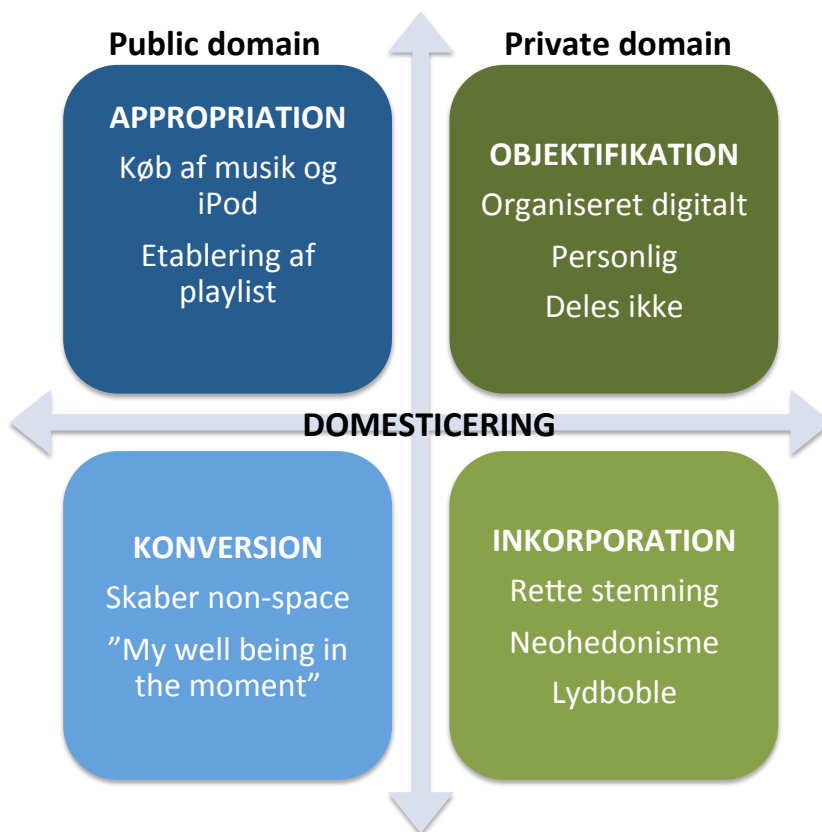
Bull uddyber dette ved at understrege, at brugere oplever et særligt velvære ved at være, "(...) warmly wrapped up in their own personalised space (...)" (Ibid.) Dette særlige træk ved brugen af mobile medier er noget andet, end den stabiliserende funktion som domesticeringsteorien beskriver, selv når føjelighedsaspektet medtages. At skabe et kollektivt eller individuelt rum til at inkorporere medieteknologien i hjemmet som kontekst er noget andet end at skabe "lyd-bobler" og at føle sig hjemme på de stier, der markerer vores bevægelse i hverdagen.

"It appears that as users become immersed in their mobile media sound bubbles, so those spaces they habitually pass through in their daily lives may increasingly lose significance for them and progressively turn into the 'non-spaces' of daily lives which they try, through those self same technologies, to transcend." (Ibid, p. 353f)

Netop dette "non-space" indikerer, at der er noget andet end domesticering på spil. Noget der er knyttet til det mobile medie og det særlige medieindhold, som brugeren vælger at aktivere i konteksten "at være på vej". Nedenstående figur søger at præsentere Bulls analyse som domesticering, selvom det måske netop handler om noget andet.

Når løb med mobile medier skaber iklædbare medieprodukter

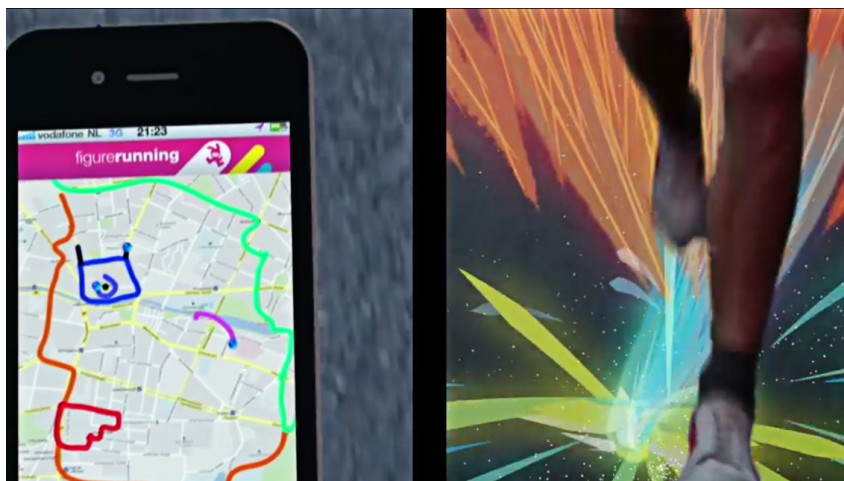
Bevægelse og motion ikke mindst i form af løb er en af de store sundheds- og motionstrends i såvel en dansk som en international kontekst. I den kontekst giver mobilapplikationen *Figurerunning*, som blev frigivet i 2012, god mening. *Figurerunning* er i denne artikel det, der kommer tættest på en *wearable technology*, fordi der designes løbeudstyr, som gør det muligt at iklæde sig produktet (fx



Figur 5: Domesticering af ikke-rum og lyd-bobler i hverdagens urbane bevægelsesstier

på håndled, på hofte, i løbeskoen, som pandekamera). Thad Starner (2002) og Steve Mann (2006, 2012) præsenterer en række alternative eksempler på *wearables* (eller "wearable computing") som fx *eye-wear* teknologi. Denne medieteknologi lover at kunne hjælpe brugeren i situationer, både behagelige men også situationer, der truer brugerens autonomi (som Bull også berører). I en dansk kontekst er produktet *Jaw Bone* et eksempel, der ikke handler om at kunne interagere med medieteknologier på andre måde end *touch and swipe*, men tilbyder brugeren at kunne iagttage egne fysiske præstationer gennem biometriske data (fx puls, perspiration, tid). Et centralt element ved denne medieteknologi er dens selv-persuasive og performative træk. Dette teknologiske medieprodukt lover brugeren at hjælpe med at minde om, at det er tid til at bevæge sig (i en

lavteknologisk form, skridttælleren) samtidig med, at dette selv-indhold lader sig dele og kommunikere via andre medieprodukter (som Endomondo, Nike+ Running, RunKeeper).

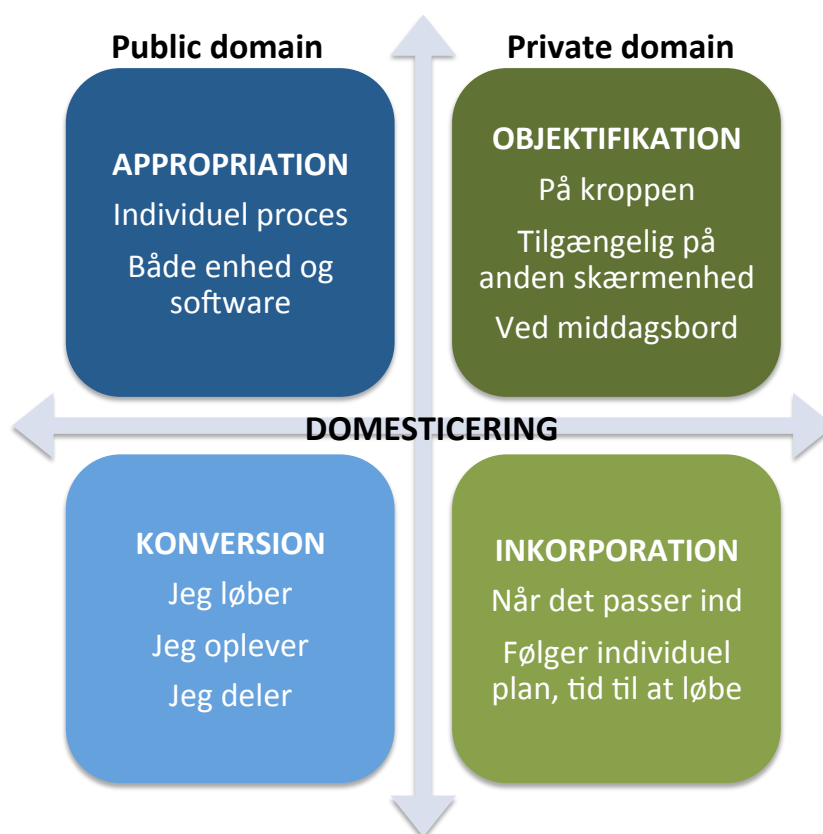


Figur 6: Billede af Figurerunning, in motion

Der foreligger hverken empiriske data for hvor mange brugere, der konkret anvender denne applikation, eller hvad FigureRunning reelt bliver brugt til og betyder for brugerne. Men kampagnevideoen præsenterer Figurerunning som et produkt, der gør det muligt for brugerne, at dokumentere sin bestræbelse på at føre en bevægelsesrig og sund tilværelse, og samtidig at gøre løbeturen til noget sjovt, ved at tegne figurer med sine fødder og lade det være styrende i modsætningen til en fast rute. Disse handlinger - at løbe, at tegne og at dele sin performance - har ikke samme karakter af boble eller "non-space", som Bull beskriver. Netop fordi løbeturen (via den digitale repræsentation) kan deles, også med personer i hjemmet, har processen en social konversionsdimension, der taler ind i den moralske økonomi.

I materialet italesættes Figurerunning applikationens brugsværdi ved at antage, at løb i mange tilfælde er en ensom affære, og til tider surt slid. På den anden side præsenteres applikationen imidlertid som en mulighed for at dele dette "sure slid" og gøre det til noget andet, den netop surt slid. Som det fremgår af illustrationen, gør applikationen det muligt at sætte kulør løbeturen, der i præsentationsvideoen (<https://youtu.be/R0RPJ7FLDo4>) netop sker i gan-

ske grå og dunkle omgivelser. Denne anvendelse af mobiltelefonen og applikationen, kan uden problemer forstås ud fra både objektivering (mobiltelefonen har en plads på løbeture, ud over at kunne levere et *soundtrack* eller et *sound mood* til handlingen) og inkorporation (det er selvfølgelig at dele handlingen som digitale kreationer). Dertil kan den betydningsmæssige værdi (underholdning, selv-persuasion) forstås som en form for konversion (at løbe er sjovt, også for dig, der ikke løber). Dette understreges i videoen med en sekvens, hvor "løbefiguren" ses af personer i hjemmet.



Figur 7: Domesticering af løbeture med wearables?

Analysen af denne case i forhold til domesticeringsteorien er sammenfattet i ovenstående figur. På punkter minder den præsenterede brug af Figurerunning om Bulls pointer omkring brugen og betydningen af musik og iPod medieteknologi, når brugeren bevæger

sig i det urbane rum. Om Figurerunning konceptet har helt samme æstetiske og eksistentielle (transcendente) karakter som Bull lægger op til (at reducere kontingens, at skabe "own sense of being", at skabe et "non-space") er en helt ny diskussion.

Konklusion **Domesticering i de mobile og** **wearable mediers tidsalder?**

Denne artikel har søgt at belyse brug og betydning af mobile og iklædbare medier ud fra et domesticeringsperspektiv. Hensigten har været at undersøge, 1) om og i givet fald hvordan brugen af mobile iklædbare medier øver indflydelse på domesticeringsprocessen, og 2) om brugen af de nævnte medieteknologier kalder på fornyelse af teorien. Baseret på analysen af de fire cases er konklusionen, at domesticeringsteorien fortsat kan fungere som en ramme til at forstå, hvordan vi gør mobile og iklædbare medieteknologier meningsfulde og får dem vævet ind i vores hverdagsliv og ikke mindst som del af en "moralske økonomi". Spørgsmålet er imidlertid om denne "moralske økonomi" med de mobile medieteknologier og -produkter forskydes fra hjemmet som kontekst til de biografiske bevægelsesruter.

Analysen af casene med musik/iPod samt Figurerunning konceptet indikerer, at der er et individuelt, måske endog eksistentielt moment, som domesticeringsteorien ikke klart har eller kan anskueliggøre med sine begreber. Spørgsmålet er derfor, om handlingen at "gribe sig selv" som individ i bevægelse i det urbane rum kan begribes af en (del af) domesticeringsprocessen? Skaber brugen af disse medieteknologier en kontekst *i* eller rettere *ved siden af* hjemmet som kontekst, eller er domesticering af medieteknologierne en forudsætning for, at vi kan skabe mening for os selv, når vi bruger dem uden for hjemmet? Tager vi reelt hjemmets moralske økonomi med os, når vi bevæger os ad stier i det urbane rum, eller skaber vi noget helt andet end en moralsk økonomi? Disse spørgsmål indikerer, at selvom mobile og iklædbare medieteknologier anvendes *naturligt* og i stigende grad, så er den mening, vi skaber med dem for os selv og andre, ikke helt åbenlys.

Litteraturhenvisninger

- Andersen, Tem Frank. 2005. *Unge og Computerkultur. Ambivalenser og socialt spillerum i gymnasieelevers computerbrug*. Aalborg Universitet: Institut for læring (PhD afhandling).
- Barker, Thomas et al. 2006. *Domestication of Media and Technology*. New York: Open University Press.
- Bull, Michael. 2006. No Dead Air! The iPod and the Culture of Mobile Listening. *Leisure Studies*, 24:4, p. 343-355.
- Hijazi-Omari, Hiyam & Rivka Ribak. 2008. Playing with Fire: On the Domestication of the Mobile Phone among Palestinian Teenage Girls in Israel. In *Information, Communication & Society*, Vol. 11(2), pp. 149-166. Taylor & Francis.
- Hjarvard, Stig. 2008. *En verden af medier. Medialiseringen af politik, sprog, religion og leg*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Jerslev, Anne. 1999. *Det er bare film – unges videofællesskaber og vold på film*. København: Gyldendal.
- Jessen, Carsten. 2001. *Børn, Leg og Computerspil*. Odense Universitetsforlag.
- Ling, Richard. 2008. *New Tech, New Ties. How Mobile Communication Is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge: The MIT Press.
- Ling, Richard. 2008. ICT and Tension between Social and Individual Impulses. In *Ling: New Tech, New Ties. How Mobile Communication Is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge: The MIT Press.
- Ling, Richard. 2004. Making Sense of Mobile Telephone Adoption. In *Ling: The Mobile Connection. The Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco: Morgan Kaufmann.
- Ling, Richard. 2004. *The Mobile Connection. The Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco: Morgan Kaufmann.
- Lull, James. 1980. The social uses of television. I *Human Communication Research* 6: 197-209.
- Mann, Steve. 2006. Learning by Being: Thirty Years of Cyborg Existemology. *The International Handbook of Virtual Learning Environments*, s. 1571-1592.
- Mann, Steve. 2012. "GlassEyes": The Theory of EyeTap Digital Eye Glass. *IEEE Technology and Society*, 31(3), s. 1-6.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media. The extensions of man*. London and New York: Routledge.

- McLuhan, Marshall. 1964. The Telephone. Sounding Brass or Tinkling Symbol? In McLuhan: *Understanding Media. The extensions of man*. London and New York: Routledge.
- Povlsen, Karen Klitgaard. 1999. *Beverly Hills 90210 – soaps, ironi og danske unge*. Århus: Klim.
- Rasmussen, Tove Arendt. 1995. *Actionfilm og drengekultur*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Rogers, Everett. 2003. *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Silverstone, Roger. 2006. Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept. In: Thomas Berker et al.: *Domestication of Media and Technology*. New York: Open University Press.
- Silverstone, Roger & Erich Hirsch, David Morley. 1992. Information and communication technologies and the moral economy of the household. In Roger Silverstone & Eric Hirsch: *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.
- Silverstone, Roger & Eric Hirsch. 1992. *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.
- Starner, Thad. 2002. Wearable Computers: No Longer Science Fiction. *Wearable Computing*, 86-88.
- Tufte, Thomas. 2000. *Living with the Rubbish Queen: Telenovelas, Culture and Modernity in Brazil*. Luton: University of Luton Press.
- Ziehe, Thomas. 2004. *Øer af intensitet i et hav af rutine. Nye tekster om ungdom, skole og kultur*. København: Politisk Revy.