

## **Fra Disney til dataficering Samtaler om en medievidenskab i forandring**

**Christoffer Bagger<sup>1</sup>  & Kirsten Drotner<sup>2</sup> **

1. Christoffer Bagger har en ph.d. i digitale medier og er postdoc ved Københavns Universitet. Hans forskning interesserer sig for, hvordan vi alle er berørte af et digitalt medieret arbejdsliv, og hvordan teknologiselskaber forsøger at retfærdige deres allestedsnærværelse. Tidligere forsker i velfærdsdigitaliseringens konsekvenser samt populærkultur.
2. Kirsten Drotner er dr.phil. og professor emerita. Hendes forskningsinteresser omfatter bl.a. mediehistorie, børn og medier, digital dannelse og digital museumskommunikation, og hun er (med)forfatter til 40 bøger og ca. 200 artikler/bogkapitler. Hun har ledet en række større forskningsprogrammer, senest *Vores Museum* (2016-21), ligesom hun har lang erfaring som international forskningsrådgiver og -bedømmer. Hun er medlem af Videnskabernes Selskab og fellow i ICA og i Academia Europaea.

## Indledning

Tidsskriftet *MedieKultur* blev søsat i 1985, ni år efter, at Sammenslutningen af Medieforskere i Danmark (SMiD) så dagens lys. Gennem alle årene har *MedieKultur* synliggjort SMiD's interne temaer og debatter for en større offentlighed. Men mere end det. *MedieKultur* har også fungeret som en seismograf for nye tendenser i medielandskabet med vigtige aftryk tilbage i SMiD's faglige miljøer.

Det er derfor en særlig glæde at bidrage til dette temanummer med et fokus på undervisning. For det fokus favner jo både interne, faglige prioriteringer og eksterne behov og tendenser. Fordi vi repræsenterer to forskellige generationer af medieforskere, er vi ekstra glade for redaktionens opfordring til både at se tilbage og frem og til at lege med artikelformatet.

Bidraget er resultat af en skriftlig dialog over otte-ni måneder (inklusive en orlov hos den ene forfatter). Formatet var et kreativt benspænd for at afsøge, hvordan to medieforskere kunne skabe en dialog i et skriftligt 'medieret' format uden at træffe hinanden fysisk. Derudover gav den langsomme samtaleform rig mulighed for at åbne for vores individuelle og fælles overvejelser om dansk medievidenskabs forandringer og kontinuiteter.

## Fortiden, eller veje ind i medieforskningen

### *Christoffer Bagger*

Kære Kirsten. Tak for denne mulighed for at tale med dig. Vores samtale skal blandt andet dreje sig om emnet "Undervisning, læring og didaktik" omkring dansk medievidenskab. Her vil jeg starte med en personlig anekdote som indledning til mine første spørgsmål.

*MedieKulturs* indledende udgivelse (nr. 1) var et temanummer om "Medieundervisning i gymnasiet, HF mv." Skribenterne var optagede af "massemediernes feberagtige udvikling" og af, hvordan uddannelser landet over var nødt til at tage stilling til denne udvikling (Poulsen et al., 1985, p. 5). Men selvom "mediefag" derfor længe har været på tapetet i danske ungdomsuddannelser og i dansk medievidenskab, så blev det aldrig udbudt på mit eget gymnasium. Til trods for dette endte jeg alligevel med at studere Film- og Medievidenskab på Københavns Universitet, både på bachelor- og kandidatniveau. Jeg tror, at en lille del af grunden skal findes i en bog, jeg fandt på et biblioteksudsalg i min (mediefagsløse) gymnasietid, og som stadig har en plads på min boghylde den dag i dag nemlig *din Disney i Danmark* (Drotner, 2003).

I modsætning til megen medieanalyse, jeg havde læst indtil da, så var din bog kendetegnet ved ikke kun at beskæftige sig med Disneyfilmenes indhold eller produktion. Hvis man har en alment kendskab til Disneyfilmen er det jo nok de to aspekter man kender mest til eller er mest interesseret i. Derimod fokuserede din bog på, hvad jeg senere skulle erfare kaldtes bruger-, publikums- eller receptionsforskning. Bogen var en øjenåbner for mig i forhold til, hvad medieforskningen – og medieforståelse – også kunne være. Interes-

sen har jeg nok aldrig helt sluppet, da jeg i mellemtiden både har beskæftiget mig med "brugere" af nye medier i organisationelle kontekster og deres erfaringer (Bagger, 2023), samt med Disney-produkter (Bagger, 2020). Dog aldrig i en skøn forening, som i dit tilfælde.

Jeg vil derfor starte med at stille dig to spørgsmål. For det første, hvilke tanker du har om denne bog nu her tyve år senere? For det andet, om du selv har en lignende historie om et værk (eller en oplevelse eller noget lignende), der fik dig til at være overbevist om, at du selv kunne tænke dig at blive undervist i – og undervise og forske i – medier som felt?

### **Kirsten Drotner**

Det er sjovt at høre, at *Disney i Danmark* har inspireret dig som helt ung, Christoffer. For jeg har aldrig tænkt på, at bogen kunne få en "virkningshistorie" i forhold til fremtidige medieforskere. Selv blev jeg først interesseret i medier, da jeg begyndte at studere engelsk på universitetet. På det tidspunkt fandtes der ingen egentlige medieuddannelser. Jeg blev provokeret af en af mine professorer, som sagde, at engelskstudiet fokuserede på "de bøger, meget få læser". Men var de mange så ikke interessante? Og hvorfor bliver nogle værker så populære? Herfra var der ikke langt til at fokusere på "massemedier", som det blev kaldt. Og det fokus kunne man selv skabe på 1970'ernes danske universiteter, hvor man egentlig bare skulle møde op og bestå diverse eksamener.

Så *Disney i Danmark* var et led i en langvarig interesse i at undersøge sammenhængen mellem medieindholds betydning og brugerne. Konkret var jeg inspireret af min deltagelse i et internationalt projekt med 18 lande, "Evaluating global Disney audiences", som blev ledet af kolleger fra USA. Jeg fik lyst til at zoome ind på Danmark og samtidig udvide perspektivet. Så jeg undersøgte både produktionsforholdene, de tegnefilm og serier, brugerne var optaget af, og så Disneys betydning for børn og deres forældre.

På den måde er bogen måske typisk for medievidenskaben i Danmark på den tid. Mange af os havde fokus på "globalisering fra neden", dvs. hvordan mediernes organisationsformer, genrer og brugsmønstre tog farve af hinanden og udviklede sig på tværs af landegrænser. Det fokus var et skifte væk fra 1970'ernes forståelse af medieimperialisme som en ensrettet vej fra USA til resten af verden. Mange af os søgte også mod helhedsforståelser af det, vi undersøgte. Det var et alternativ til den opdeling, som international medievidenskab dengang bar præg af: politisk kommunikation, kvantitativ indholdsanalyse og studier af brugseffekter.

Den helhedsforståelse prægede i øvrigt også min tilgang, da jeg efter ti år på Film- og Medievidenskab i København blev ansat som professor på SDU i 2000 til at etablere medievidenskab der. "Konvergens" blev det begreb, som strukturerede studiet. Det var et brugbart begreb for de studerende til at analysere, og præge, den omfattende transformation, som blev skabt af digitalisering i almindelighed og udbredelsen af internettet og mobiltelefoni i særdeleshed. Multimodalitet, remediering og cyberspace blev selv-

følgelig kodeord, men vi tog også fat på konvergens i forhold til ejerforhold og i forhold til at bygge bro mellem forskellige metodiske tilgange. Endelig fyldte medieproduktion omkring en fjerdedel af grunduddannelsen, og her var vi præget af det 'unge' internets løfter om demokratisering: mediebrugere skulle ikke bare være modtagere men også skabere af indhold, der kunne deles. Vi ville gerne række ud over humanioras traditionelle fokus på analyse og også give de mediestuderende professionelle kompetencer i selv at skabe indhold.

Så hvilken faglig profil mødte du egentlig, da du startede på universitetet? Og hvilke elementer har du især kunnet bruge i dit videre arbejde?

### ***Christoffer Bagger***

På min uddannelse foregik en masse ting i både forskningen og undervisningen – fandt jeg senere ud af – som hverken dengang eller nu har fastholdt min faglige interesse. Mit svar er derfor naturligvis begrænset af både glemslens tåger og interessens lommelygte.

Med det in mente, så oplevede jeg et klart skel mellem hhv. den æstetiske og sociologiske gren af uddannelsen. Som studerende blev det udtrykt i spørgsmålet "er du til film eller er du til medier?" Alt dette er selvfølgelig en påmindelse om, at man kan have nok så mange forestillinger som underviser, studieleder og kursusdesigner for, hvordan man vil forme en uddannelse. I sidste ende tror jeg dog, at de afgørende faktorer bliver de studerendes egne interesser (og med rette), og at de studerende også socialiserer hinanden (Gregersen og Holmegaard, 2022). Dette er måske særligt tydeligt på et studie og et forskningsfelt, hvor der tilsyneladende kan være et stort skel imellem de lystbetonede aspekter af at være mediebruger (eks. selvbestaltet cinefil, filmnørd, serienarkoman osv.), og at være forskningsmæssigt interesseret. Dette skel har særligt David Bordwell (2011) skrevet indgående om, men det er også blevet behandlet i dette tidsskrift (fx Jerslev, 1987) (nr. 6).

Selv oplevede jeg en ret så brat overgang fra en dyb interesse i filmvidenskabens æstetiske debatter som studerende (Bagger, 2020) til en interesse i medie- og kommunikationsvidenskabens livsverden som yngre forsker (Bagger, 2018) for så nu at være endt tættere på en interesse i, hvordan medier, kommunikation, og organisationer hænger sammen (Bagger, 2025).

Mit spørgsmål til dig kommer derfor i forlængelse af det, du sagde før om helhedsforståelser: Hvordan ser du på tværfagligheden i dag, eller måske snarere medievidenskabens rolle i det større videnskabelige landskab i dag? Som en nødvendighed, en strategi eller måske en udfordring?

## **Nutiden, eller medievidenskabens status**

### ***Kirsten Drotner***

Det er vanskeligt at tale om medievidenskab som en helhed i dag. Jeg ser heller ikke et felt præget af bestræbelser på at skabe forsknings- eller undervisningsmæssige helhedsfor-

ståelser på tværs af teoretiske og empiriske traditioner. Den øgede fragmentering skyldes mindst to forhold.

For det første gennemvæver digitalt medieret kommunikation jo nu alle porer af det private og offentlige liv, så det er nærmest umuligt at forestille sig helhedsforståelser af den kompleksitet, selv om de forskellige versioner af medialiseringsteori gør forsøget.

For det andet forstås digitale medier i dag i vidt omfang som en teknologi med data, infrastruktur og oplevelsesøkonomi som omdrejningspunkter. Det levner ikke megen interesse for at undersøge historisk forskellige former for, hvordan institutioner, indhold og brug hænger sammen – altså netop de relationer, dansk medievidenskab udviklede fra 1970'erne og frem.

Selv hører jeg til de medieforskere, der i 1990'erne plæderede for et tættere samarbejde mellem medievidenskab og datalogi (Drotner, 2002). Men her undervurderede vi helt det teknologifokus, som en magtfuld tech-industri fik på både samfundets og forskningens diskurser. Den skærmdebat, som med mellemrum blusser op herhjemme og i udlandet, viser med al tydelighed, at medievidenskabens nuancerede analyser af institution, indhold og brug har svært ved at trænge igennem (Lieberoth, 2023). Det samme gælder historiske perspektiver. Mediehistorie fylder kun lidt på nutidens medieuddannelser, og det ser jeg som et tegn på en udvikling, hvor medievidenskabens som et veldefineret felt er under pres.

Men måske er du med din forskergenerations erfaring mere optimistisk?

### **Christoffer Bagger**

Det er ikke fordi, jeg er optimistisk omkring medievidenskabens egenart. Men her ser jeg glasset som halvt fyldt. Medievidenskabens har med sit emnefelt og sine metoder meget at byde på, netop fordi dens emnefelt er så uomgængeligt. Det er der nok mange på tværs af discipliner, der har fået øjnene op for. Det medierede er blevet et grundvilkår, som du også selv peger på. Dette er noget, jeg synes er særligt godt illustreret ved det *metodiske* og det *emnemæssige*, altså hvordan digitale medier især er blevet både selvfølgelige værktøjer og har udvidet horisonten for, hvad vi kan spørge om.

Et godt eksempel er vores arbejdsmåde i dette bidrag. Et asynkront interview foretaget over et delt dokument og koordineret over e-mail. Vi skal ikke særligt langt tilbage i tiden, før e-mail-, telefon- eller videointerviews var noget, der skulle retfærdiggøres (Meho, 2006). Måske var COVID-19-pandemien også et skelsættende øjeblik her, men rent anekdotisk fornemmer jeg en større åbenhed over for digitale og medierede metoder på tværs af en lang række fagligheder.

Personligt har jeg været særligt interesseret i, hvordan nye medier omformer vores arbejdsliv og vores måder at organisere os på. Som jeg ser det, er det en bevægelse, der har fundet sted både ved, at organisations- og arbejdsvidenskabens har "genfundet" deres interesse for medier (Andrijasevic et al., 2021; Beverungen og Beyer, 2019), men også ved at medieforskere har fået øjnene op for den rolle, medier spiller i det almindelige arbejds-

liv (fx Fast og Jansson, 2019 og *MedieKultur* 53, 2012), og ikke bare for arbejdere i mediebranchen (Fast et al., 2016), eller ved at mediebrugernes handlen tælles som 'arbejde' (fx Smythe, 2009 [1981]).

Udviklinger som disse illustrerer en forståelse af, at medievidenskab er i stadig forandring og har meget at byde på endnu. Og det tror jeg kunne danne en god ramme for sidste del af vores samtale. Netop hvor vi ser medievidenskaben bevæge os hen, eller hvad vi håber for den?

## “Fremtiden”

### *Kirsten Drotner*

Som mediehistoriker vil jeg gerne tro, at mediernes betydning ændrer sig over tid – og dermed også medievidenskabens betydning. Og her er vi jo mange, der vurderer, at generativ kunstig intelligens (eller GenAI: *generative artificial intelligence*) indebærer dramatiske ændringer både for undervisningen og forskningen i medier.

Som alle andre studier påvirkes medieundervisningen allerede af GenAI, både når det gælder de studerendes læring, undervisernes forberedelse og eksamensformerne. Der er allerede ændringer af eksamen undervejs på flere studier, så de studerende testes i at bruge GenAI som et hjælperedskab i deres egen skriveproces og ikke kun som en nem besvarelsesmaskine. For undervisningen på medievidenskab håber jeg, de studerende også lærer, ikke bare hvordan, men også hvorfor GenAI fungerer, som den gør, i forskellige sammenhænge - altså et metaperspektiv, som vil være en kvalifikation for kandidater, der skal arbejde med medier og kommunikation. Og helt konkret håber jeg, at de dele af medievidenskaben, der fastholder et produktionsperspektiv, virkelig vil fokusere på den kreative proces, når man skaber indhold: er der forskel på selv at udvikle og møde modstand og så at skabe ved hjælp af GenAI, og kan det ses på resultatet?

Når det gælder forskningen, tror jeg, GenAI kan medvirke til at give medievidenskab en mere central plads, end den har i dag. Det skyldes først og fremmest, at GenAI for brugere jo fremstår som et kommunikationsmedie med serier af spørgsmål (*prompts*) og svar eller med kommunikation med AI chatbots (*companions*). Den interaktion udfordrer den herskende forståelse af, at digitalisering kan bruges, undersøges og udvikles som en neutral teknologi. Vi kan nu genbesøge gamle medievidenskabelige teorier og teste dem i analyser af GenAI. Det gælder eksempelvis teorier om parasocial interaktion (Horton & Wohl, 1956/1997) (*MedieKultur* nr. 26) og ikke-mediecentreret forskning (fx Drotner, 1994; Morley, 2009). I den bedste af alle verdener vil GenAI medføre nye forbindelser mellem teknologi- og medieforskere og resultere i dybere og mere nuancerede forståelser. Men måske er jeg her ligeså naiv som i 1990'erne, hvor jeg fremhævede brobygning mellem medievidenskab og datalogi.

**Christoffer Bagger**

Fremtiden i medieforskningen er, som fremtiden alle andre steder, hvad vi gør den til.

Det er fristende at sige, at det afgørende bliver, *hvilke* nye medier der optræder, og hvordan disse vil vende op og ned på alting. Det er et populært emne, hvad enten det handler om 'metaverset', 'blockchain', eller senest GenAI, som du selv er inde på. Særligt GenAI stiller i skrivende stund store udfordringer til, hvordan vi tænker både uddannelse, organisering og forskning.

Hvor jeg ser medieforskere bidrage i særdeleshed er i spørgsmål, hvor det både gælder om at analysere, hvordan sådanne nye medier *tales om*, ligeså meget som hvad der *gøres med* dem.

Her tænker jeg for tiden på kommunikationshistorikeren Fred Turners (2017) pointe om, at medier ikke blot er teknologier med eget indhold. De er også bærere af ideologiske visioner. Både teknologier og visioner er ofte udformet af mennesker med deres egne strategiske mål. Hvis alverdens udviklere af nye medieteknologier ikke følte det nødvendigt at styre, hvorledes deres opfindelser blev *opfattet* og *omtalt*, så ville de næppe bruge tid på at formulere manifeste i stride strømme, der beskriver deres fremtidsvisioner (Fritsch et al., 2018; Little og Winch, 2021; Taşkale, 2025).

Jeg vil udtrykke tre håb for medieforskningens fremtid. For det første håber jeg, at medieforskningen ikke vil føle sig tilbøjelig til at overvurdere *forandring* og *nyskabelse* som grundvilkår. Som blandt andet påpeget af Driessens (2023) må vi også huske på, at det vedvarende har en plads ved bordet. Du nævnte selv, hvordan medievidenskaben risikerer at miste sit historiske perspektiv. Måske er vi en ung disciplin, født af en "feberagtig" udvikling (Poulsen, 1985, p. 5) (*MedieKultur* nr. 1), men der er ingen grund til at lade fortiden fortabe sig i en febevildelse.

For det andet håber jeg, at det *tekstuelle* eller *representationelle* aspekt ikke forsvinder fra medieforskningen. Dataficeringen og de datadrevne medier har gjort deres indtog, og de *operationelle* (Andrejevic, 2020) eller *logistiske* (Peters, 2015) elementer af medier fylder mere og mere, som også diskuteres i bl.a. *MedieKultur* nr. 69 (Lai og Flensburg, 2020). Ikke desto mindre håber jeg, at denne interesse for det infrastrukturelle kan leve i symbiose med en interesse for det indholdsmæssige og ideologiske, og jeg har gjort mine egne forsøg på at træde denne nål i *MedieKultur* nr. 76 (Bagger, 2024b). Dette er ikke mindst på grund af, hvad jeg nævnte ovenfor, at hvis ikke vi selv tager stilling til vores mediers indhold og betydning, er jeg bange for, at vi lader andre gøre det for os.

Endelig håber jeg, at der stadig kan være plads til en medieforskning, der stiller sig kritisk over for mediernes berettigelse, eller i det mindste ikke accepterer medierne selv som grundvilkår. Ideen om at "decentrere" medierne har en lang tradition (Morley, 2009), som du også selv har bidraget til og reflekteret over (Drotner et al., 2018; Drotner, 2020). Hvad jeg ser som et særkende for nogle af de mest skeptiske blandt de seneste femten års medieforskere er, at medier ikke blot skal decentreres, men måske ligefrem skal afskaffes. Dette er et synspunkt, vi ser særligt udbredt med fremkomsten af de sociale medier



(Bagger, 2024a; Portwood-Stacer, 2013) eller det nye barn i klassen, GenAI (Ananny, 2024; Shata, 2025). Sådanne tanker har dog en lang forhistorie hos blandt andre maskinstornerne, som nu får en sympatisk revurdering af medie- og kommunikationsforskere (fx Mueller, 2021). For mig at se er dette en stærk kontrast til, hvordan forskere tidligere har fremhævet eksempelvis receptionsforskningens nuancer som trumf imod mediekritiske røster (fx Bang, 1989 i *MedieKultur* nr. 11). Denne nyere skepsis gælder særligt i forhold til ikke at bruge medierne selv som målestok for, hvordan vi deltager "rigtigt" i samfundet (Singh, 2020).

Hvordan det præcist arter sig, kan jeg kun sige, at jeg er spændt på at se, og spændt på at give mit eget bidrag til. Tak for muligheden for at reflektere over dette.

### **Kirsten Drotner**

Jeg kan godt lide din henvisning til de ultraskeptiske kolleger, Christoffer. For de minder os om, at medievidenskaben også rummer et normativt element: er medier dybest set af det gode? Og hvordan vil det mon kunne afgøres? Alle videnskaber rummer jo en erkendelsesinteresse (Habermas, 1973), og ingen videnskabelige spørgsmål stilles i et værdimæssigt tomrum. Det betyder naturligvis ikke, at alle svar er lige gode, eller at videnskabelig viden svarer til en hvilken som helst mening. Alle forskere er forpligtet på dokumentation, systematik og transparens. Men medieforskere har måske særlig brug for at tale om vores normative udgangspunkt, netop fordi medier i dag fordrer, at vi kan integrere de tre typer erkendelsesinteresse, som Habermas identificerede: den tekniske, humanistiske og samfundsvidenskabelige.

Og så er vi på en måde tilbage til udgangspunktet for dansk medievidenskabs afsæt i 1970'erne, hvor "massemedier" af mange etablerede forskere blev afskrevet som fordummende eller udtryk for ideologisk manipulation. Dengang som nu svarede medieforfatterne, at medier er for vigtige til bare at blive afskrevet. De må undersøges. Og undervejs er det afgørende, at vi har fora, hvor vi kan drøfte, og udfordre, vores egne ståsteder. Det har vores samtale givet anledning til. Tak for den mulighed.

## **Referencer**

- Ananny, M. (2024). Making Generative Artificial Intelligence a Public Problem. Seeing Publics and Sociotechnical Problem-Making in Three Scenes of AI Failure. *Javnost - The Public*, 31(1), 89-105.  
<https://doi.org/10.1080/13183222.2024.2319000>
- Andrejevic, M. (2019). *Automated Media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429242595>
- Andrijasevic, R., Chen, Y., Gregg, M., & Steinberg, M. (2021). *Media and management*.  
<https://meson.press/books/media-and-management>
- Bagger, C. (2018). Digital dannelse for ældre: Undervisning af ældre i it efter Digitaliseringsstrategien [Digital Literacy for Older Adults: IT Training for Older Adults in the Wake of the Digitalization Strategy]. *Nordisk Tidsskrift for Informationsvidenskab Og Kulturformidling*, 7(1), 33-48.



- Bagger, C. (2020). Superheroes or Group of Heroes?: The Avengers as Multiple Protagonist Superhero Cinema. *Akademisk Kvarter*, 20(1), 1. <https://doi.org/10.5278/ojs.academicquarter.vi20.5847>
- Bagger, C. (2023). Professional Transmedia Selves: Finding a Place for Enterprise Social Media. In J. Dalby & M. Freeman (Eds.), *Transmedia Selves: Identity and Persona Creation in the Age of Mobile and Multi-platform Media* (pp. 39-51). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003134015-5>
- Bagger, C. (2024a). A decade of digital disconnection research in review: Where, what, how, and who? In K. Albris, K. Fast, F. Karlsen, A. Kaun, S. Lomborg, & T. Syvertsen (Eds.), *The Digital Backlash and the paradoxes of disconnection* (pp. 109-128). Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855961-6>
- Bagger, C. (2024b). The Absent Algorithm: Communicating around artificial intelligence in enterprise social media. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 40(76), 77-99. <https://doi.org/10.7146/mk.v40i76.143577>
- Bagger, C. (2025). Connectivity as productivity: Workplace from Meta and organizational datafication. *Media, Culture & Society*, 47(1), 171-188. <https://doi.org/10.1177/01634437241270941>
- Bang, J. (1989). Den mediepædagogiske udfordring. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 5(11). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v5i11.826>
- Beverungen, A., Beyes, T., & Conrad, L. (2019). The organizational powers of (digital) media. *Organization*, 26(5), 621-635. <https://doi.org/10.1177/1350508419867206>
- Bordwell, D. (2011). Never the Twain: Why can't cinephiles and academics just get along? *Film Comment*, 47(3), 38-41.
- Driessens, O. (2023). Not everything is changing: On the relative neglect and meanings of continuity in communication and social change research. *Communication Theory*, 33(1), 32-41. [doi.org/10.1093/ct/qtac022](https://doi.org/10.1093/ct/qtac022)
- Drotner, K. (2002). New Media, New Options, New Communities? Towards A Convergent Media and ICT Research. *Nordicom Review*, 23(1-2), 11-22. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0315>
- Drotner, K. (2003). *Disney i Danmark: At vokse op med en global medie gigant*. Høst.
- Drotner, K. (2020). Media Studies the Nordic Way: Formations and futures. *Nordic Journal of Media Studies*, 2(1), 13-22. <https://doi.org/10.2478/njms-2020-0002>
- Drotner, K., Dziekan, V., Parry, R., & Schröder, K. C. (2018). Media, mediatization and museums: A new ensemble. In *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*. Routledge.
- Drotner, K., & Højbjerg, L. (1994). Medieetnografi: Om grænser i kvalitativ medieforskning. I *Levende billeder* (pp. 147-173). Akademisk Forlag.
- Fast, K., & Jansson, A. (2019). *Transmedia work: Privilege and precariousness in digital modernity*. Routledge.
- Fast, K., Örnebring, H., & Karlsson, M. (2016). Metaphors of free labor: A typology of unpaid work in the media sector. *Media, Culture & Society*, 38(7), 963-978. [doi.org/10.1177/0163443716635861](https://doi.org/10.1177/0163443716635861)
- Fritsch, E., Shklovski, I., & Douglas-Jones, R. (2018). Calling for a Revolution: An Analysis of IoT Manifestos. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-13. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173876>
- Gregersen, A. F. M., Holmegaard, H. T., & Ulriksen, L. (2021). Transitioning into higher education: Rituals and implied expectations. *Journal of Further and Higher Education*, 45(10), 1356-1370. <https://doi.org/10.1080/0309877X.2020.1870942>
- Habermas, J. (1973). *Erkenntnis und Interesse* (17. Auflage). Suhrkamp.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1997). Massekommunikation og parasocial interaktion: Et indlæg om intimitet på afstand. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 13(26), 27-39. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v13i26.1088>

- Jerslev, A. (1987). Sluk lyset! En historie om piger, drenge og Film- og TV-kundskab i gymnasiet. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 3(6). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v3i6.756>
- Lai, S. S., & Flensburg, S. (2020). Appscapes in everyday life: Studying Mobile Datafication from an Infrastructural User Perspective. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 36(69), 029-051. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v36i69.121018>
- Lieberoth, A. (2023). *Den store skærmkamp: En far og forskers syn på, hvordan vi slutter fred med vores børn, os selv og alle de forbandede skærme* (1. udgave). Dansk Psykologisk Forlag.
- Little, B., & Winch, A. (2021). *The new patriarchs of digital capitalism: Celebrity tech founders and networks of power*. Routledge.
- Meho, L. I. (2006). E-mail interviewing in qualitative research: A methodological discussion. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(10), 1284-1295. <https://doi.org/10.1002/asi.20416>
- Morley, D. (2009). For a Materialist, Non—Media-centric Media Studies. *Television & New Media*, 10(1), 114-116. <https://doi.org/10.1177/1527476408327173>
- Mueller, G. (2021). *Breaking Things at Work: The Luddites Are Right about Why You Hate Your Job*. Verso Books.
- Peters, J. D. (2015). *The marvelous clouds*. University of Chicago Press.
- Portwood-Stacer, L. (2013). Media refusal and conspicuous non-consumption: The performative and political dimensions of Facebook abstention. *New Media & Society*, 15(7), 1041-1057. <https://doi.org/10.1177/1461444812465139>
- Poulsen, J., Bang, J., Hansen, C., Hjort, A., Korsgaard, E., & Schrøder, K. (1985). Forord. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 1(1). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v1i1.658>
- Shata, A. (2025). "Opting Out of AI": Exploring perceptions, reasons, and concerns behind faculty resistance to generative AI. *Frontiers in Communication*, 10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1614804>
- Singh, R. (2020). Resistance in a minor key: Care, survival and convening on the margins. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v25i5.10631>
- Smythe, D. W. (2009). On the audience commodity and its work. In M. G. Durham & D. M. Kellner (Eds.), *Media and Cultural Studies: Keywords*. John Wiley & Sons.
- Taşkale, A. R. (2025). Manufacturing the Leviathan: Palantir's 'Technological republic' and the nationalist faction of the tech oligarchy. *Science as Culture*, 0(0), 1-11. <https://doi.org/10.1080/09505431.2025.2607360>
- Turner, F. (2017). Can we write a cultural history of the Internet? If so, how? *Internet Histories*, 1(1-2), 39-46. <https://doi.org/10.1080/24701475.2017.1307540>