

Christian Hviid Mortensen**Klaus Bruhn Jensen (red.):
Dansk Mediehistorie 1995-2015, bind 4, 2. udgave.
Viborg: Samfundslitteratur. 2016**

MedieKultur 2016, 61, 191-193

Published by SMID | Society of Media researchers In Denmark | www.smid.dkThe online version of this text can be found open access at www.mediekultur.dk

Andenudgaven af Dansk Mediehistorie bind 4 er en tiltrængt opdatering af forgængeren, der med kronologisk sluttidspunkt i 2003 i dag fremstår som en torso, der ikke behandler den mobile revolution og fremkomsten af de sociale medier. Denne udgave fører udviklingen op til 2015 og indeholder et helt nyt kapitel om de mobile medier, mens de eksisterende kapitler er blevet opdateret med nye afsnit. I omfang er andenudgaven cirka 100 sider længere end førsteudgaven.

Bogen er en letlæst indføring i nyere dansk mediehistorie, der ikke er tynget af referencer og indforstået fagsprog. De væsentligste nøglebegreber forklares pædagogisk, efterhånden som læseren møder dem. En enkelt undtagelse er begrebet (cyber-)trolling (p. 289), hvis dobbelte betydning måske ikke er kendt af alle læsere. Trolling er som bekendt en adfærd på de sociale medier, hvor debattører bevidst forsøger at opildne deres meddebattører med provokerende holdninger. Derfor henviser trolling på engelsk både til troll, i betydningen trolde som et fjendtligt indstillet (overnaturligt) væsen, og til en fiskemetode, også kaldet dørg-fiskeri på dansk, hvor en krog med madding trækkes gennem vandet for at få nogen til at bide på. Bind 4 tilstræber en holistisk tilgang til medierne, hvor både producent-, distributør- og (for-)brugerperspektivet er repræsenteret. Udover de to introducerende kapitler om digitaliseringen og globaliseringen er der et kapitel dedikeret til hver hovedgruppe af medier: mobile medier, tv, radio, musik, reklamer, aviser, blade og magasiner, bøger, film og internet. Derfor kan mediehistorien både læses fortløbende eller med særligt fokus på en enkelt gruppe af medier. Værket indeholder en del analoge hyperlinks i

form af henvisninger til andre steder i bogen eller til de foregående tre bind, hvor det pågældende tema behandles yderligere. Det er derfor også muligt at forfølge temaer på tværs af mediegrupper. I den forbindelse er det tankevækkende, at dette kan være den sidste trykte udgave af Dansk Mediehistorie. Den næste udgave bliver formentlig i digital form, ligesom Medie- og Kommunikationsleksikon Online (red. Kolstrup m.fl.), så der bliver mulighed for at indlejre og linke direkte til audiovisuelt indhold i stedet for, som i nærværende udgave, at nøjes med screenshots. Trods denne teknologisk begrundede anke skal værket have ros for at være rigt illustreret.

Bind 4 giver et historiserende blik på de mange diskurser om medieteknologiernes udvikling, der selv udspiller sig i medierne, og som i bagklogskabens klare lys ofte fremstår som prægede af hype i betydningen overdreven promovning grænsende til det forvanskende (dictionary.com). For eksempel i den løbende debat om 'nye' versus 'gamle' medier, som jo er relative begreber, og derfor klogeligt sat i anførselstegn i overskriften til det pågældende afsnit i denne udgave. Det mest slående eksempel på en hypet mediediskurs er nok balladen om Y2K, hvor man frygtede, at årtusindskiftet ville forårsage dommedag i form af et globalt computernedbrud, hvis alle computere pludselig troede, at året var 1900 og ikke 2000. Årtusindskiftet forløb som bekendt uden de store kvaler, men vi måtte alle erkende, i hvor høj grad vores liv og samfund nu var sammenvævet med computerteknologier. Mediehistorien er en opfordring til at udvise rettidig omhu, når medierne igen begejstret fortæller om det sidste nye inden for deres egen verden – altså "Don't Believe the Hype", som den amerikanske hiphopgruppe Public Enemy rappede i 1988.

Bogen indeholder et alsidigt statistisk materiale i form af tabeller og figurer. Bag i bogen findes et nyttigt register over disse, hvor læseren hurtigt kan orientere sig om, hvorvidt de oplysninger, vedkommende søger, er repræsenteret. De vigtigste pointer fra figurerne er fornemt indarbejdet i bogens brødtekst, så læseren ikke behøver at studere og analysere hver eneste figur nærmere.

Medier behandles i bogen som dobbeltartikulerede fænomener (Silverstone) samtidigt både teknologi og symbolsk indhold. Den teknologiske udvikling gengives fyldestgørende, og på indholdssiden er de mest fremtrædende begivenheder i en dansk kontekst også beskrevet. En markant undtagelse er daværende statsminister Helle Thorning-Smiths "selfie" sammen med David Cameron og Barack Obama ved mindehøjtideligheden til Nelson Mendelas begravelse i 2013, der dagen derpå skabte forargelse og trak overskrifter i alverdens medier som Selfiegate. Selvom billedet slet ikke er en selfie, men en afbildning af personer, der tager en selfie, siger sagen meget om de nye moralske spilleregler og den etikette, som skal findes med nye medier og den nye brug af medier. Disse emner blev sat på spidsen, da tre statsoverhoveder rykkede sammen og smilede til smartphonens kamera (Miltner og Baym 2015). Sagen kunne fint have været inddraget som et eksempel i de mange små tematiske opslag og casehistorier i bogen i forbindelse med omtalen af selfies som ny mediepraksis (p. 70).

Referencer

Dictionary.com (n.d.): *Hype* (*noun*), Dictionary.com Unabridged, accessed 20.11.2016.

Kolstrup, Søren, Agger, Gunhild, Jauert, Per og Schrøder, Kim (red.): *Medie- og Kommunikationsleksikon Online*, Samfundslitteratur, www.medieogkommunikationsleksikon.dk

Miltner, Kate M., Baym, Nancy K. (2015): The Selfie of the Year of the Selfie: Reflections on a Media Scandal, *International Journal of Communication*, 9, pp. 1701-1715. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view-File/3244/1394>

Silverstone, Roger (2003) [1994]: *Television and everyday life*, Taylor & Francis e-Library ed., Routledge: London & New York.

Christian Hviid Mortensen
Museumsinspektør, Ph.d.
Mediemuseet
Odense Bys Museer
chrhm@odense.dk