

Klaus Bruhn Jensen: *Medier og samfund*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur, 2008

Det må sies å være en begivenhet når en så vel etablert og ansett medieforsker som Klaus Bruhn Jensen presenterer en ny innføringsbok i medievitenskap, med sikte på studenter og andre interesserte. Rett nok er dette en videre bearbeidelse av Bruhn Jensens bidrag i Drotner m.fl. *Medier og kultur* fra 1996. Men *Medier og samfund* framstår som en helhetlig og gjennomarbeidet tekst.

Bruhn Jensen har som uttalt mål å kombinere samfunnsvitenskapelige og humanvitenskapelige perspektiver på kommunikasjon. Det har han veldig lagt på vei lykkes med. Utvalget av tilnærminger og teorier virker hele tiden gjennomtenkt og rimelig, og selv om forfatteren kanskje viser litt ulikt engasjement i presentasjonen av de ulike teoriene, legges det ikke inn noen overordnede vurderinger til fordel for den ene eller andre retningen – alt presenteres på en gjennomført hederlig måte.

Det er vakker bok. Det er ikke bare forfatteren som har lagt ned mye arbeid i den, også forlaget og det layout-folk kan være fornøyd med resultatet. Firfargetrykk og glanset papir er ikke hverdagskost for nordiske lærebøker i medievitenskap. Likevel har en greid å holde en pris som, i hvert fall sett fra norsk side, er gunstig for studenter og andre som vil sette seg inn i fagfeltet.

Teksten er delt inn i en løpende hovedtekst og flere avsluttede «bokser» med fordypelse på enkelte tema. De fleste temaene henger nøye sammen med hovedteksten, men forfatteren har også som ambisjon å gi en innføring i metode, og disse bitene blir lett en avsporing i forhold til framdriften i boka, uten at til sammen ca. 20 sider metode blir nok til å gi studentene grunnlag for en kritisk holdning til metodene og forskningen. I hvert fall i ett tilfelle blir det litt vanskelig å se sammenhengen mellom de metodene som presenteres sammen: Publikumsanalyse på Internett ved hjelp av logfiler er plassert under samme overskrift som innholdsanalyse ved hjelp av «content analysis». Bortsett fra at begge er eksempler på kvantitativ analyse, er det ikke så lett å se koblingen.

En mulig svakhet ved boka er at mediene og medievitenskapen ikke settes inn i en systematisk historisk sammenheng. I framstillingen av noen teorier (f eks effektforskningen) gis en kort historikk, mens andre teorier ikke i samme grad plasseres inn på en tidsakse. Dette er forståelig fordi et systematisk tidsperspektiv lett ville føre til at boka måtte bli mye lenger. Mens tidsperspektivet bakover altså er noe varierende til stede, er boka veldig godt oppdatert på nye medier og ny teknologi. Det er da heller ikke mediene, men teorier om mediene, som står i forgrunnen. Konkret informasjon om mediene og mediebruken presenteres bare dersom det brukes til å illustrere en teori.

Selv om det er en relativt kort bok (170 sider), er det ikke en tabloid framstilling. Forfatteren går ganske rett på tunge resonnementer og teorier. For de mange i målgruppen som kommer til boka uten særlig skoloring i samfunnsvitenskap eller humaniora, vil det nok kreves en ganske bratt læringskurve for å få med seg innholdet i de første kapitlene. De enkelte temaene er godt forklart, men det er ofte kompliserte tema som tas opp. Det enkleste kapitlet er nok det siste, det som handler om publikum. Kanskje hadde det vært lettere å få med seg leserne hvis boka hadde begynt med de erfaringene som vi alle har, nemlig erfaringen som mediebruker.

Selv uten spesielt kjennskap til hvordan mediestudiene i Danmark er bygd opp, trenger en neppe å være spesielt klarsynt for å komme med en antagelse om at denne lille, men svært innholdsrike boka kommer til å få en solid posisjon. Og hvis de studentene

som har denne boka som grunntekst i et innføringskurs, faktisk får med seg rikdommen i innholdet, skulle det være gode muligheter for at dansk medieforskning fortsatt vil holde en høy standard.

*Helge Østbye, Professor i medievitenskap
Universitetet i Bergen*