

REDACTIONEEL

Het *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* jubileert. Vijftien jaar is voor een gemiddeld tijdschrift doorgaans geen uitzonderlijk hoge leeftijd, maar gelet op de nog jonge mediahistorische discipline toch een respectabel iets. Het is verleidelijk vooruit te kijken en de vraag te stellen, hoe dit tijdschrift er over vijftien jaar uitziet. Is het tijdschrift dan volledig en uitsluitend digitaal verkrijgbaar? En meer in het algemeen: op welke manieren zullen huidige en toekomstige innovaties in de media industrie hun weerslag krijgen op academische tijdschriften? Vragen die voor de redactie van *TMG* de komende tijd ongetwijfeld aan belang gaan winnen en waarop, in samenspraak met uitgeverij Boom en onze andere partners, ook antwoorden zullen moeten worden gevonden.

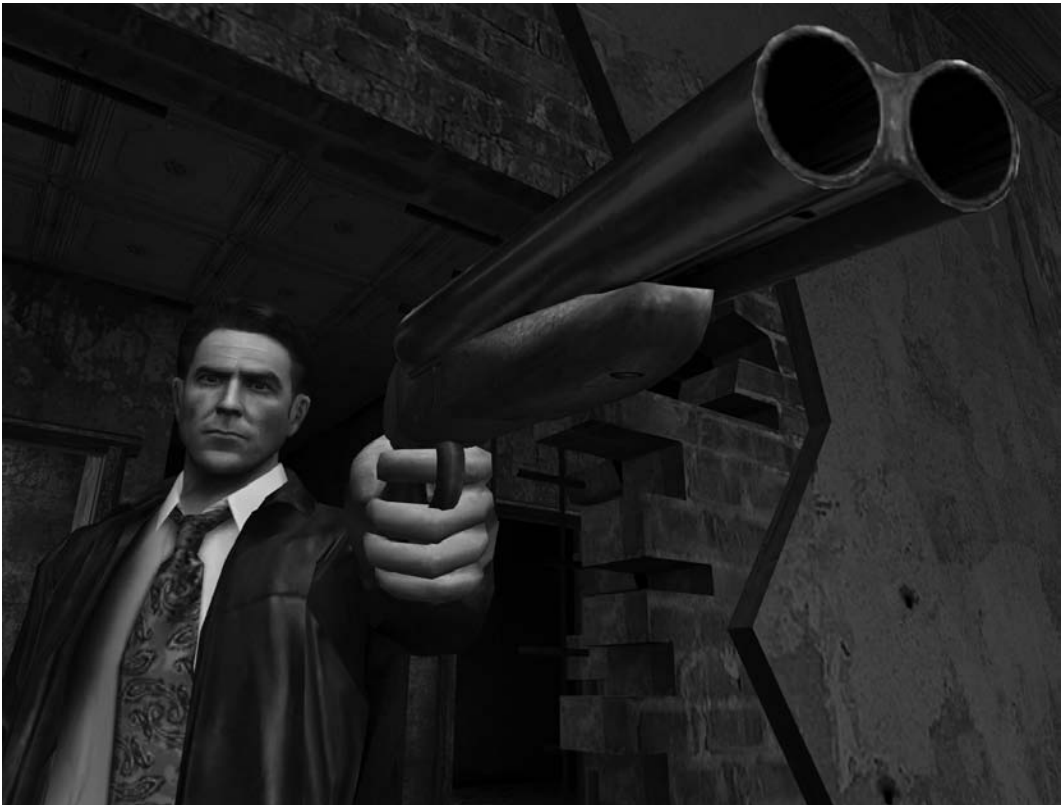
Vooruitblikken is leuk. De ervaring leert echter dat in vijftien jaar tijd de wereld niet meer dezelfde is. Vijftien jaar geleden bestonden er nog geen megabioscopen, was *KPN* nog gewoon *PTT*, bezat niemand een *GSM*, was de afkorting *ADSL* onbekend, waren particuliere schotelantennes nog science fiction, en telde nog geen twintig procent van de Nederlandse huishoudens een *PC*. Tegelijkertijd was in 1989 de derde televisiezender Nederland 3 van start gegaan, werden de eerste beelden van *RTL-Véronique* uitgezonden, kon voor het eerst via de kabel naar commerciële radiostations geluisterd worden, telde *Sijthoff Pers* nog liefst 1400 werknemers, en ging *Theo van Goghs* controversiële film *Loos* in première (maar niet dan nadat de omroep *Veronica* zich als producent in een eerder stadium had teruggetrokken). In vijftien jaar tijd is het Nederlandse medialandschap zo goed als onherkenbaar veranderd, en dat maakt vooruitblikken een hachelijke zaak. In zekere zin is terugblikken makkelijker, omdat we weten hoe het afgelopen is. Toch blijven er voldoende verrassingen over. Zeker in de mediageschiedenis conflicteren onbegrensde mogelijkheden, hooggespannen verwachtingen en jobstijdingen maar al te vaak met de praktijk van het dagelijks leven. In de dagelijkse omgang worden nieuwe media vaak opnieuw uitgevonden, en is niets meer wat het eens leek te zijn.

Dit fascinerende, continue proces staat centraal tijdens de tentoonstelling *FF terugspoelen. Een interactieve reis langs ruim 100 jaar 'nieuwe' media*. Het Universiteitsmuseum Utrecht laat met deze tentoonstelling zien hoe film, radio, tv, telefoon, video, *PC* en *DVD* onze maatschappij veroverden en veranderden, en biedt daarmee een van de eerste Nederlandse museale presentaties van de brede mediahistorische veranderingen van de afgelopen eeuw. De tentoonstelling memoreert de woorden uit 1977 van *Ken Olsen*, president van *Digital Equipment Corporation* (het latere *Compaq Computer*): 'There is no reason anyone

would want a computer in the home'. Niet alleen *FF terugspoelen*, maar ook dit themanummer van *TMG* over computergames laat zien waarom het iets anders liep.

Overigens laten de inzendingen voor de *TMF-Game Award* van afgelopen november zien dat intussen niet alleen de (hier uitvoerig behandelde) *wargames* de mens hebben veroverd, maar dat ook de 'life and reality sim(ulation) games', de simulatiespellen waarin sociale situaties worden nagespeeld (bijvoorbeeld *DE SIMS*) sinds enkele jaren een enorme markt bedienen.

Onno de Wit
Redactievoorzitter *TMG*



Screenshot uit *MAX PAYNE 2* (Remedy, 2003)