

uit de literatuur

Simon NORA et Alain MINC,
L'informatisation de la société,
La Documentation Française, Paris, 1978,
163 blz.

Dit in opdracht van de Franse president uitgevoerd onderzoek wil enerzijds de impact van de communicatiemiddelen op de huidige en toekomstige maatschappij schetsen, en anderzijds een ontwerp van tekst bieden voor een nog op te richten gouvernementele studiegroep voor communicatiepolitieke problemen.

De auteurs onderzoeken de weerslag van de technologische ontwikkelingen binnen de media-industrie (vooral TV), de informatica en de satellietcommunicatie op economisch (o.a. met betrekking tot de tewerkstelling in de dienstensector en de buitenlandse handel), politiek (de decentralisatie van de macht) en sociaal (onderwijs, medische wetenschap, sociaal dienstbetoon, e.d.) vlak. Het geheel wordt door hen erg toepasselijk 'telematica' genoemd. Meer bepaald worden de mondiale verspreiding van IBM-computers, de internationale afspraken op het vlak van de satellietcommunicatie, en de aanwending van databanken in administratie en bankwezen als een bedreiging voor de zogenaamde Franse 'nationale onafhankelijkheid' ervaren.

In het tweede deel poneren de auteurs enkele communicatiepolitieke tegenvoorstellen, die in samenwerking met industrie en administratie dienen uitgewerkt te worden. Ze gaan uitvoerig in op de mogelijkheden en taken van de Télé-Diffusion de France (TDF), de Direction Générale des Télécommunications (DGT) en het Centre Nationale d'Etudes Spatiales (CNES). Verder achten ze een geünificeerde communicatiepolitiek en de oprichting van een Ministerie voor de Communicatie noodzakelijk.

In het derde deel bepleiten ze, aan de hand van twee hypothesen, dat een toekomstig cultuurbeleid in een ruimer maatschappelijk kader dient geïntegreerd te worden, en een 'socialiseren' van de informatie op alle niveaus impliceert.

J.S.

Jean-Noël KAPFERER,
Les chemins de la persuasion. Le mode d'influence des media et de la publicité sur les comportements,
Gauthier-Villars, Paris, 1978, 349 blz.

Tot nu toe werd de persuasieve functie van de communicatie voornamelijk bestudeerd m.b.t. drie aspecten: naar de structuur van de media, de inhoud van de boodschappen en de communicatieve effecten. Kapferer doet dit niet: hij vat persuasieve communicatie eerder psychologisch op, als een mentaal beïnvloedingsproces, een reeks intrapsychische operaties waardoor men de uitdrukker van een individu wil wijzigen. Alzo opgevat blijft de persuasieve communicatie niet beperkt tot het domein van de reclame, de

propaganda of de public-relations, maar beslaat ze het gehele veld van de kennisoverdracht. De auteur poogt op interdisciplinaire, structurele en selectieve basis de reeds bestaande theorieën en onderzoeken te bundelen en op originele wijze in zijn visie in te passen.

De conclusies liggen volledig in de lijn van de uitgangspunten: alhoewel er een zekere evolutie wordt vastgesteld t.a.v. de impact van de media, stelt Kapferer toch dat de persuasie vooral via interpersonele weg gebeurt, terwijl de rol van de massamedia beperkt blijft tot de agenda-setting.

J.S.

Hans FERREE,
Van mens tot marionet. Hoe imitatie de menselijke mogelijkheden beperkt tot consumptie,
Het Spectrum, Utrecht-Antwerpen, 1978, 128 blz., geïll.

"Cultuurpessimisten zien de mens verworpen tot een consumerende marionet die gemanipuleerd wordt door de reclame. In dit boek wil ik aantonen dat de consument niet het slachtoffer is van een manipulerende maffia, maar dat hij zelf de hoofdrol speelt in het 'Spel van Illusies' dat wij Het Leven moeten noemen", schrijft de auteur ter verantwoording in de introductie. Dat was misschien wel zijn opzet, maar daar is hij dan toch niet ten volle in geslaagd. Bij ons heeft het boek immers een gans andere indruk nagelaten.

Het lijken meer, op onderhoudende, bijwijlen grappige, maar veelal gevatte wijze neergeschreven en aan elkaar gelijmde 'cursiefjes' die aantonen hoe het individu fijn gemalen wordt door een alles overwoekerende 'illusie-industrie'. Tussendoor worden ook enkele recent ontwikkelde reclamefenomenen - zoals de merchandising, de trendsetting, de terug-naar-de-natuur-reclame en de anti-publiciteit - uit de doeken gedaan. Veel wetenschappelijke diepgang moet de lezer niet verwachten. Zo zal hij tevergeefs naar een structurele of economische duiding zoeken. Maar indien hij een vrije avond leesrijk wil zoekmaken, kunnen we hem deze ontmaskering van de 'instantcultuur en creatieve destructie' ten volle aanbevelen.

J.S.

Norman SHRAPNEL, **The performers. Politics as theatre,**
Constable, London, 1978, 213 blz.

De auteur was meer dan twintig jaar politiek journalist voor het gezaghebbende Britse dagblad The Guardian. Gedurende deze periode heeft hij vele parlementen- en regeringsleden zien komen, en nog meer zien gaan. De meest succesvolle en leidende figuren, meent Shrapnel, waren vooral goede toneelspelers of showmannen. Niet wat ze te vertellen hadden was van belang; ze danken hun succes vooral aan het

hoe, de wijze waarop ze hun politieke visie (o.a. via de media) aan de man konden brengen.

Shrapnel's conclusie stemt in grote lijnen overeen met deze van Schwartzberg in zijn 'L'état spectacle'.

B.H. SLICHER VAN BATH en A.C. VAN OSE,
Geschiedenis van maatschappij en cultuur.
Basisboeken Ambo, Baarn, 1978, 231 blz.

De auteurs streven er naar om in de Latijnse Amerikaanse beschavingsgeschiedenis cultuur te integreren met het sociale en economische leven. Uitgaande van deze veronderstelling, nl. dat er een verband bestaat tussen de geestelijke en materiële cultuur, worden twee grote vraagstukken waarvoor ze zich geplaatst zien: (1) hoe verwerkt de cultuur, waaronder verstaan wordt godsdienstwetenschap en kunst, grote veranderingen op het gebied van de economie, de sociale structuur en de demografie?, en (2) welk invloed hebben godsdienst, wetenschap en kunst op de economische, sociale en demografische denkbeelden en situaties? Aan de hand van een aantal case-studies presenteren ze deze problematiek m.b.t. Latijns-Amerika uit te werken.

J.S.

George GERBNER, (ED.),
Mass media policies in changing cultures,
John Wiley & Sons, New York, 1977, 291 blz.

Deze reader bevat een aantal belangrijke bijdragen die de discussie over de Nieuwe Internationale Informatie Orde meer diepgang kunnen geven. Naast een overzicht van de internationale ontwikkelingen op het mondiale communicatievlak en de impact van transnationale ondernemingen en politieke grootmachten hierop, worden een reeks van nieuwere experimenten op communicatiepolitiek gebied in transitieve, transitionele en revolutionaire maatschappijen (waaronder Zweden, Cuba, Peru, India, Maleisië, Thailand, Nigeria en Zuid-Afrika) beschreven. In een derde deel worden enkele theoretische visies en onderzoeksresultaten gepresenteerd die een intraculturele en vergelijkende mediadiscussie kunnen bevuchten.

J.S.

John HOHENBERG,
A Crisis for the American Press,
Columbia University Press, New York, 1978,
316 blz.

De zogenaamde 'persvrijheid' staat in de Verenigde Staten op het spel. Door een aantal gouvernementele maatregelen en juridische restricties, uitlopers van de Watergate-affaire, leven regering en pers enerzijds, en pers en publiek anderzijds, op erg gespannen voet met elkaar. De auteur vreest dat de lezers en de 'democratie' daar uiteindelijk de dupe van zullen worden.

J.S.