

uit de literatuur

OMROEP

Eugene S. FOSTER,
Understanding Broadcasting,
Addison-Wesley Publishing Co, Reading,
1978, 494 blz.

Dit boek kan door niemand die zich voor de Amerikaanse omroep interesseert ongelezen gelaten worden. Het is m.a.w. een basiswerk, dat dankzij zijn heldere en vlotte stijl op de koop toe lekker leest. Naast grote verdiensten vertoont het evenwel ook fundamentele gebreken. Positief is de wijze waarop de auteur de geschiedenis, werking en structuur van de Amerikaanse omroep informatief en erg accuraat beschrijft. Hij is er in geslaagd omzeggens alle aspecten van de omroepwereld aan bod te laten komen: de geschiedenis van de Amerikaanse radio en televisie van 1890 tot 1976; de werking, structuur en bevoegdheden van de Federal Communications Commission; organisatie en functioneren van de lokale stations, de networks; de functie en plaats van de reclame, de ratings, kabel-TV, educatieve omroep; de internationalisatie van de VS-omroep, enz.

Maar waar de auteur zich op interpretatieve paden begeeft, laat zijn wetenschappelijke nauwgezetheid hem al te vaak in de steek. Zijn opmerkingen i.v.m. de invloed van TV-geweld op kinderen, het effect van TV-amusement, de rol van de reclame, de relatie omroep-samenleving e.d. missen niet alleen wetenschappelijke background, soms zelfs ook alle rationaliteit. De auteur vertrekt blijkbaar van een aantal (typisch Amerikaanse?) ideologisch of politiek bepaalde axioma's, en poogt daar zijn (wetenschappelijke) visie aan op te hangen. Dit leidt dan tot pijnlijke veralgemeningen als de volgende: "There will always be different notions of how conflicting rights in free enterprise and free speech should be resolved. But in looking ahead the future appears bright. As more are willing to take the time to understand broadcasting and to understand each other, we can all continue to benefit from prosperous media in a healthy society" (sic).

J.S.

Jean-Marie PIEMME,
La télévision comme on en parle,
Collection "Dossiers Media", Editions Labor,
Fernand Nathan Brussel, 1978, 144 p. 212
B.F.

Een gemakkelijk samen te vatten polemisch essay, waarin de auteur slechts één enkele stelling tracht te bewijzen: heel de Westerse sociaal-wetenschappelijke literatuur over de massacommunicatie in het algemeen en over de televisie in het bijzonder bezondigt zich in grote mate aan een idealistische visie van de functies van de media in onze samenleving. Schuld aan deze visie, aldus Piemme, heeft het humanisme, het geloof in het subject, een ideologie die, steeds volgens de auteur, de

interne tegenstellingen van de media verbergt om des te gemakkelijker het bestaan van de klassenstrijd te verdoezelen. Deze stelling geldt ook voor de communicatiewetenschap, voegt hij er aan toe; een dergelijke wetenschap heeft geen enkel bestaansrecht want zij valt uiteindelijk terug op het geloof in het subject. "La science de la communication s'inscrit dans le droit fil d'une problématique que la bourgeoisie a élaborée dans sa montée au pouvoir..." (p. 118). Ook het linkse humanisme krijgt tussendoor nog een veeg(je) uit de pan want het beschouwt de televisie als een gewoon instrument van de klassenstrijd, terwijl dit medium veel meer is dan dat, nl. "lieu et enjeu" van deze strijd. De auteur licht zijn visie verder toe met een kritiek op de empirische stellingen van het escapisme en met een bittere aanval (het lijkt wel een wraakoefening) op de werken van de bekende Franse media-socioloog Jean Caze-neuve.

Geschreven op een toon van 'en-spreek-mij-niet-tegen-want-je-hebt-ongelijk.

G.F.

INTERPERSONALE COMMUNICATIE

L. PHELPS - S. DE WINE,
Interpersonal Communication Journal,
West Publishing Co, St-Paul, 1976, 111 p. (In-
structors Manual), 339 P. (Journal).

Dat het concept "interpersonale communicatie" alle mogelijke ladingen kan dekken (vooral als het om Amerikaanse literatuur gaat) is onderhands wel geweten, maar toch kan zo'n boek nog verrassingen inhouden. Het hier voorliggende werk lijkt wel een handboek voor het oplappen van gestoorde huwelijken of voor de restauratie van rust en vrede bij kibbelende chiro-meisjes (of jongens...). Toch is het geschreven - zo staat het vermeld in de inleiding - ten behoeve van professoren en studenten in interpersonale communicatie. De eerste les moet de studenten helpen aan mekaar te wennen; daarom moeten zij, gezeten in een kringetje en met de rug naar mekaar, alles opschrijven wat zij van mekaar weten. In de volgende lessen komt de "self-disclosure" aan bod: door jezelf voor anderen te ontsluiten kom je tot een "open and honest relationship" and "a greater feeling of trust, understanding and acceptance". Ook technieken van niet-verbale communicatie mogen niet vergeten worden onder het stimulerende toezicht van de professor moeten de studenten mekaar in de ogen kijken en mekaars handen aanraken. Verder moeten zij uiteraard ook naar mekaar leren luisteren en mekaars diepste gevoelens ontdekken. En nog gaat het crescendo: er moet nog vertrouwen gecreëerd worden want "to learn to trust is to grow interpersonally" (p. 213).

Met een dergelijke cursus wordt het voor de hoogleraren zalig-les-geven: er wordt immers haarfijn uitgelegd wanneer de studenten in groepjes moeten gaan zitten, in een

vierkant of een cirkel, met de ogen open of toe (sic!) enz.

Ook voor de studenten wordt het een klusje: zij moeten hun "Journal" maar invullen. Er wordt helaas niet vermeld of dit laatste met de ogen open moet gebeuren. Je weet nooit...

G.F.

PUBLIC RELATIONS

Frans RONNEBERGER (Hrsg.),
Public Relations des Politischen Systems,
Nürnberg Forschungsbereiche Band 11,
Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung, Nürnberg, 1978, 91 blz.

Frans RONNEBERGER,
Public Relations der Politischen Parteien,
Nürnberg Forschungsbereiche Band 12,
Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung, Nürnberg, 1978, 91 blz.

Public Relations heeft als modewoord ingang gevonden in het dagelijkse taalgebruik. Wat er precies moet onder verstaan worden, meer nog, waar in de praktijk de grenzen en mogelijkheden liggen voor public relations blijft voor leken een eerder duistere zaak. Dit is nog meer het geval voor de non-profit sector. Indien er dan nog politieke partijen en systemen mee gemoeid zijn zal public relations wel ergens in het straatje van stemmenronselarij of verkiezingspropaganda thuishoren.

De afdeling politieke en communicatiewetenschap van de universiteit Erlangen-Nürnberg in de gemeente-academie Rummelsberg meende via een aantal seminars duidelijk te kunnen maken dat public relations van politieke instellingen meer is dan een werktuig tijdens verkiezingscampagnes. Voorliggende publikaties zijn de neerslag van de gehouden referaten, discussies en vragen van de seminars in 1977 en 1978. Terwijl in 1977 gepoogd werd een theoretisch concept uit te bouwen van public relations voor politieke systemen op het niveau van de staat, gemeente en vereniging werd in 1978 meer ingepikt op een praktische benadering van het thema en ervaringen toegelicht.

Voor ingewijden biedt Ronneberger niets nieuws aan. De verdienste van de publikaties zouden we dan ook veeleer willen zien in het samenbundelen van hetgeen in theoretische en praktische werken over public relations, stadssociologie en publikaties over informatierecht en -plicht van burger en overheid, terug te vinden is. Het samenbrengen van her en der verspreide informatie heeft echter aan de publikaties meer waarde gegeven dan een louter optelsommetje.

De synthese werpt een nieuw licht op public relations voor politieke organismen. We zouden het dan ook niet betreuren indien - naast al dan niet wetenschappelijk geïnteresseerden in public relations - beide publikaties eveneens een weg zouden vinden naar de Belgische politieke mandatarissen.

C.L.B.

INTERNATIONALE INFORMATIE-ORDE

X,
Current views on the World Information Order.

International Organization of Journalists,
Prague, 1977, 155 blz.

Oldfich BUREŠ (ed.)
Towards a New World Information Order,
IOJ, Prague, z.d. (1978), 76 blz.

Paul DE MAESENEER,
De Nieuwe Internationale Informatie Orde,
Eindverhandeling RUG, Gent, 1978, 170 blz.

Marja VAN LOON en Gijs VAN DEN HEUVEL,
**Met Superman naar Sesame Street. Een
verkennde literatuurstudie naar de be-
heersing van de massamedia in Latijns-
Amerika door VS-multinationals,**
Instituut voor Ontwikkelingsvraagstukken,
Tilburg, 1978, 250 blz.

Vooraf vanuit de zogenaamde Derde Wereld
wordt het denken over en zoeken naar een
Nieuwe Internationale Informatie Orde sterk
gestimuleerd. In samenhang met de econo-
mische en politieke emancipatie dienen im-
mers ook een hoop culturele en ideologische
drempels overwonnen. De recente werken
over deze problematiek zijn in zoverre inte-
ressant dat het stadium van de inventarisatie
stilaan als afgerond beschouwd wordt, en
men start met het uitwerken van (edel-) al-
ternatieven.

Het eerst geciteerde boek is de herdruk van
een (in België moeilijk, zo niet geheel on-
vindbaar) themanummer van het Finse tijds-
chrift 'Instant Research on Peace and
Violence' (vol. VI, nr. 4, 1976). T. Varis opent
met een overzicht van de congressen en stu-
dies over de informatie-afhankelijkheid van
de derde Wereld; P. Harris werkt deze pro-
blematiek nader uit m.b.t. de internationale
nieuwsvoorziening. A. Mattelart handelt over
de manipulaties en mechanismen van het
culturele imperialisme; H.I. Schiller il-
lustreert Mattelarts conclusies aan de hand
van het internationale reclamewezen. Verder
bevat deze bundel nog een korte notitie van
V. Pietilä over het geweld in de media. Het is
o.i. spijtig dat de in het tijdschrift opgenomen
structuur- en produktanalyse van de Nige-
riaanse media niet in de IOJ-bundel staat.
Deze studie is namelijk één van de weinige
ons bekende degelijke onderzoekingen naar
de rol en beperktheden van door de overheid
geleide media in een Afrikaans ontwik-
kelingsland.

Het tweede werk sluit nauw bij het voor-
gaande aan. Ook hier zijn een aantal losse
studies rond het thema van de Nieuwe Inter-
nationale Informatie Orde verzameld. Naast
een geschiedkundig overzicht van de ver-
schillende conferenties terzake (tot en met
de Conferentie van Ministers van de Niet-Ge-
bonden landen in New Delhi in juli 1976),
wordt in twee afzonderlijke (voornamelijk
theoretische) artikels de situatie in de kapita-
listische en socialistische wereld samen-
gevat.

In een laatste bijdrage wordt de, met de steun
van het Joegoslavische nieuwsagentschap
Tanjug opgerichte, nieuwspool van de niet-
gebonden landen ten voeten uit behandeld.

Ook in het nederlandsstalige gebied zijn twee
studies vermeldenswaard. Zich basierend op
de structurele imperialismetheorie van J.
Galtung inventariseert P. De Maeseneer de
belangrijkste studies, zowel op het vlak van
de soft- als de hard-ware, m.b.t. het cultureel
media-imperialisme. Vooral het hoofdstuk
over de wereldnieuwsagentschappen is
grondig uitgewerkt. Hij beklemtoont o.i. iets
teveel de structurele aspecten, en schetst te
weinig de genese van bepaalde structuren. In
een laatste deel vat hij de discussie over de
Nieuwe Internationale Informatie Orde sa-
men.

Voor wie dieper wil graven naar het (Noord
Amerikaans) cultureel imperialisme in La-
tijns-Amerika wordt de studie van M. Van
Loon en G. Van den Heuvel warm aanbevo-
len. Hierin worden m.n. de United States In-
formation Agency (USIA), de reclame, de
televisie, de satellietcommunicatie en het
elektronische onderwijs uitvoerig behan-
deld.

J.S.

ALLERLEI

Günter WALLRAFF,
Le journaliste indésirable,
Maspéro, Paris, 1978, 275 blz., geïll.

Dit is een speciaal voor de franstalige lezer
ter kennismaking samengestelde bloemle-
zing artikels van G. Wallraff. Het boek bevat
een verhelderende inleiding waarin dieper
ingegaan wordt op de journalistieke wer-
wijze, de politieke visie en de maatschap-
pelijke invloed van deze bekende Duitse
journalist en essayist.

J.S.

Gerrit KOMRIJ,
Papieren tijgers,
De Arbeiderspers, Amsterdam, 1978, 233 blz.

Nadat Komrij in zijn "Horen, zien en zwijgen"
met een jaar treurbuiskijken afrekende, zet
hij zijn tanden nu in enkele meer 'literaire' en
'artistieke' vormen van cultuuroverdracht. In
zijn typische stijl mijmert hij over prentbrief-
kaarten, stripverhalen, 'hormonenblaadjes'
als Story en Privé, de Art Deco en 'spulletjes'-
kunst, de wereld van de Nederlandse 'thee-
waterliteratuur' en 'hopfaldera'-poëzie, en
nog 'veel' meer. Een boek om Gerd de Ley
een leven lang zoet te houden.

J.S.

Dieter PROKOP,
**Faszination und Langeweile. Die populären
Medien,**
Deutscher Taschenbuch Verlag, München/
Ferdinand Enke Verlag, Stuttgart, 1979, 212
blz.

De moderne massacultuur (vanaf 1930)
wordt volgens Dieter Prokop gekenmerkt
door een intensieve mediaconsumptie en een
toenemende mediaconcentratie, die de
'monopolieproducten' doen ontstaan.

Een belangrijk deel van de studie centreert
zich rond de inhoud en de structuur van de
mediaproducten. Via een collage van be-
staande empirische studies en inhoudsanal-
yses worden de klassieke topics en stereoty-
pes opnieuw bevestigd.

Verder in het werk wordt het mediapubliek
centraal gesteld. Op de vraag 'wat doet het
publiek met het media-aanbod?' volgt een
gekend antwoord door te verwijzen naar
vroegere 'uses and gratifications' - en andere
functiestudies.

Het geheel wordt afgerond met een uitge-
breide en interessante bibliografie.

K.H.

Christien BRINKGREVE en Michel KORZEC,
**"Margriet Weet Raad". Gevoel, gedrag,
moraal in Nederland 1938-1978.**
Het Spectrum, Utrecht/Antwerpen, 1978, 157
blz., geïll.

Opzet van deze studie was na te gaan hoe de
veranderingen die zich tussen 1938 en 1978
in Nederland hebben voltrokken op het vlak
van gevoel, gedrag en moraal, gereflecteerd
werden in de adviesrubriek van het weekblad
'Margriet'. Een kwalitatieve analyse van de
raadgevingen verstrekt door de redactie aan
brieffschrijvers reveleerde een drievoudige
ontwikkeling: een verkleining van de
machtsverschillen tussen mannen en
vrouwen, tussen ouders en kinderen, tussen
sociale klassen, een verschuiving van mora-
liserende naar psychologiserende adviezen
en een uitbreiding van de gedragsmogelijk-
heden. Deze culturele veranderingen werden
vervolgens in verband gebracht met sociale
veranderingsprocessen in Nederland tijdens
de bestudeerde periode.

M.C.

Reiner DIEDERICH en Richard GRÜBLING,
**"Unter die Schere mit den Geiern!" Politi-
sche Fotomontage in der Bundesrepublik
und Westberlin,**
Elefant Press, Berlin, 1978, 94 blz., geïll.

De auteurs stellen dat de fotomontage sinds
1968 opnieuw ontdekt is mede door de op-
komst van de poster-rage en de visuele re-
clamevoering. Nochtans zet de fotomontage
zich van beide inspiratiebronnen duidelijk en
fundamenteel af. Door het samenvoegen van
verschillende beeldelementen tot nieuwe,
nog niet geziene of gedachte eenheden, kan
de maatschappelijke werkelijkheid in ha-
tegenstellingen en complexiteit immers be-
ter worden aangetoond. Daarom ook is de
fotomontage door hogergenoemde medi-
niet te 'recupereren'.

Het boek bestaat uit twee delen. In een eerste
worden de meest representatieve fotomont-
ages aan de hand van een aantal thema's
(zoals verkiezingen, imperialisme, reclame
en politiek, e.d.) gepubliceerd; in een tweede
deel wordt het werk van enkele voraan-
staande Westduitse fotomonteurs systema-
tisch besproken.

J.S.