

JOURNALISTIEK

Detlef BRENDEL und Bernd GROBE,
Journalistisches Grundwissen.
Verlag Dokumentation, München, 1976, 264 blz.

Beide auteurs vertrekken van een 'actief' beroepsbeeld van de journalist; zij stellen dat journalistiek werk steeds 'partijdig' is. Een 'ongemanipuleerd' of 'objectief' beschrijven van de werkelijkheid is m.a.w. een fictie. De vraag is dus niet of er al dan niet gemanipuleerd wordt, maar op welke basis, vanuit welke ideologie, gemanipuleerd wordt. Het probleem is immers dat deze manipulaties niet meer als zodanig door de ontvangers (h)erkend worden.

In een eerste deel geeft Brendel een op de praktijk gericht overzicht van de journalistieke nieuwsgaring. In het tweede deel onderzoekt Grobe de redactionele verwerking en bewerking van empirische ('objectieve') feiten en methoden. De alzo bekomen resultaten geven niet noodzakelijk een 'objectief' beeld van de realiteit, besluit hij.

J.S.

P. GOLDING en P. ELIOTT,
Making the News,
Longman, London, 1979, 241 p.

Nieuws, een cruciale bron van 'beliefs' en waarden, eigenlijk een pseudo-environment voor mensen van vandaag, is het centrale thema van deze bijdrage. De auteurs, niet onbekend in het milieu van het massamediaal onderzoek, bestuderen hier de structuur van de omroepjournalistiek in sociologisch perspectief. Zij proberen een antwoord te formuleren op de langzamerhand klassiek geworden vragen: welk beeld van de wereld wordt in omroepberichten opgehangen en, hoe is dit beeld verbonden met de routine-eisen van de nieuwsproductie in omroeporganisaties. Theorieën en onderzoeken in dit verband worden verwezen met (en bevestigd door) de resultaten van een meerjarige analyse van de Zweedse, Ierse en Nigeriaanse omroepberichtsgeving. Hun hoofdstelling - dat de structuur van de nieuwsproductie bepaald en beperkt wordt door ondermeer de relatie omroep-staat, de bestaande overheersende cultuur, de nieuwsmarkt, maar vooral door de systematische routines en beroepsstradities in de omroepjournalistiek - wordt veelvuldig geïllustreerd.

Dat er in zulke situatie weinig kans is voor een 'objectieve' berichtgeving ligt volgens Golding en Elliott voor de hand. De oplossing ligt voor hen in een herdefiniëring van nieuws, meer nog, in een herziening van de rol en de structuur van de omroep als kennis-creërend medium en een radicale bevraging van het relatieweb tussen omroep en samenleving. Een oppervlakkig uitgewerkt besluit, maar

wellicht voldoende materiaal voor een nieuwe publikatie. Een zeer leesbaar, duidelijk gestructureerd boek voor iedereen die in het omroepnieuws-labyrint wat wegwijs wil worden.

L.C.

TELEVISIE

William ADAMS en Fay SCHREIBMAN, (eds.),
Television network news. Issues in content research.
George Washington University, Washington D.C., 1978, 231 blz.

Twee feiten hebben in 1968 het academisch onderzoek over televisienieuws naar de volwassenheid geleid. Enerzijds was dit de oprichting van het «Vanderbilt Television News Archive» en anderzijds het verschijnen van Epstein's boek «News from nowhere». Het Vanderbilt Television News Archive gaf aan de onderzoeker toegang tot materiaal dat moeilijk door hem zelf kon verzameld worden. Epstein verschafte een visie om televisienieuws te analyseren, wat de ontwikkeling van andere visies geruime tijd heeft afgeremd.

Dit is zowat het standpunt van Robinson, een van de 13 auteurs die in deze publikaties aan bod komen.

«Television Network News» kan als een soort balans van 10 jaar onderzoek bestempeld worden. Daarbij gaat het in de eerste plaats niet om cijfermateriaal, maar veeleer om het wat en hoe van televisienieuwsonderzoek. Onder de hoofding «Current Research», «Methods and Resources» en «Future Directions» brengen Adams en Schreibman samen wat er over dit soort onderzoek te zeggen valt. Het positieve van de meeste bijdragen is dat de auteur zich niet blind staart op hetgeen bereikt werd, maar eveneens de vinger op de zwakke punten durft te leggen. Het zwakke punt van televisienieuwsonderzoek is wel dat de eigenheid van televisienieuws niet altijd volledig door de onderzoeker onderkend wordt. Zoals Patterson opmerkt kan televisienieuws niet begrepen worden «by putting a stopwatch to the network news» (blz. 177)

Alhoewel we het boek kunnen aanbevelen aan iedereen die naast het kijken naar televisienieuws ook nog interesse heeft voor onderzoek van televisienieuws zal het wellicht meer leesgenot verschaffen aan hen die reeds vertrouwd zijn met de literatuur over dit onderwerp. Voor onderzoekers op dit terrein zouden we het op het budget «noodzakelijke literatuur» plaatsen.

C.L.B.

Mariann Pezzella WINICK, Charles WINICK,
The Television Experience. What Children See.

Sage Publications, Londen, 1979, 212p.

Getrouw in het spoor van vroegere publikaties van deze auteurs over het probleem hoe kinderen met de communicatiemediën interacteren, bestudeert dit werk specifiek het TV-kijkgedrag van kinderen in de diverse stadia van hun conceptuele, logische, reflexieve en affectieve ontplooiing. Typerend is het psychologische, Piagetiaanse ontwikkelingsperspectief.

Na een algemene, beschrijvende analyse van de overeenkomsten en verschillen tussen kinderen en volwassenen inzake kijken naar en ervaren van TV, presenteren en interpreteren M.P. en C. Winick de resultaten van hun concrete onderzoek. Een zestal dimensies, belangrijk in het groeiproces van een kind, brengen duidelijk verschillen tussen het jeugdige en volwassen TV-publiek aan het licht. Iets wat uitgebreid worden deze dimensies - fantasie, geloofwaardigheid, humor, moraal, geweld en identificatie - respectievelijk afzonderlijk en correlatief besproken met de bedoeling uit dat geheel enkele aspecten van het TV-kijkgedrag bij kinderen te distilleren. Het slothoofdstuk stipt - soms nogal erg gesimplificeerd - enkele implicaties van deze studie aan en suggereert meer diepgaand gevarieerd onderzoek over hetzelfde thema.

L.C.

Carel ENKELAAR (compiler),
Behind the screen. The greatest TV stories never told.
NOS, Hilversum, 1979, 108 blz.

Iedereen beleeft wel eens iets dat hij in het dagboek van zijn geheugen neerpendt om het later aan zijn kleinkinderen of bij de poussecafé na een heerlijke maaltijd te kunnen vertellen.

TV-journalisten en cameramensen, die zich bewegen tussen een horde veiligheidsagenten, joelende toeschouwers en geweerroffel maken wellicht meer kans op een woelige belevenis dan een bureau-man. In «Behind the screen» komen zo 19 belevenissen aan bod.

Geen boek over censuur zoals de titel zou kunnen suggereren en evenmin een algemeen zicht op de dagdagelijkse werkzaamheden van een TV-informatieploeg. Het gaat veeleer om individuele belevenissen in specifieke situaties of om een tijpje van de sluijer. Zelfs geen pseudowetenschap, alleen «weet je wat ik ooit heb meegemaakt toen ik...» Prettig om lezen daar de beschreven realiteit geen deel gaat uitmaken van de lezer, noch die tot hem doordringt. Het speelt zich voor zijn ogen af als een thriller. Een niet pretentieuze geschenkenboek.

Twee negatieve punten echter: 1. een aantal

artikels zijn tweedehands, de auteur is niet hetzelfde personage als de actor(s) van het verhaal en 2. met een aantal data en mogelijkheden wordt nogal eens een loopje genomen. De wonderen zijn de wereld nog niet uit maar het lijkt nog altijd onvoorstelbaar dat één man het kan opnemen tegen een «massa» drummende mensen, ook al is dat een TV-journalist of cameraman. Of zou het toch iets met die *pousse-café* te maken hebben?

C.L.B.

COMMUNICATIE EN ORGANISATIES

H.A. DE ROODE,

Public Relations. Interne en externe communicatie voor organisatie en beleid.
Kluwer, Deventer, 1979, 262 blz.

Het moeilijke van het bespreken van goede boeken is dat er zo weinig over te zeggen valt. Deze publikatie van de Roode verdient de stempel «goed boek».

Ingewijden zien hun dagelijkse activiteiten, bedenkingen of theoretische kennis bladzijde na bladzijde opduiken. Ze weten het allemaal al wel: public relations is een werk van lange adem, het vraagt planning, beleid, strategie, actie, evaluatie. Ze weten eveneens dat public relations niet altijd rozengeur en maneschajin is en dat de noodzaak aan public relations voor elk bedrijf nog maar tot enkele «happy few» is doorgedrongen. Ze beseffen dat de strijd tegen het gezegde «he's a public relations man, which means liar in anyone's language» (blz. 234) nog lang niet gestreden is.

Uit hetgeen op de achterflap geschreven staat is echter op te maken dat deze publikatie niet op de eerste plaats geschreven is voor de ingewijden. «Het boek is een integrale kennismaking met een communicatievlak in ontwikkeling... Het boek voldoet aan de behoefte aan informatie over het jonge vak public relations bij managers en studerende». De auteur geeft informatie. Hij heeft voldoende stenen bijeengebracht om er een huis mee te bouwen. Met een basisschema en een aantal richtlijnen kan er een kast van een villa of een huis in de rij van gemaakt worden. De ingrediënten zijn dezelfde. Een korte schets van interne en externe communicatie bij 20 Nederlandse organisaties kunnen als voorbeeld dienen.

Als man van het vak vergeet de Roode niet er nog een wegwijzer in de public relations aan toe te voegen: opleidingsmogelijkheden, verenigingen, vakbladen, literatuur, en zo meer.

C.L.B.

P. KUIN, J.A.A. VAN DOORN, P.E. DE HEN, K.J. HINDRIKS, J.J. VAN RAALTE, H. SCHRÖDER, G. VAN DEN BRINK, e.a.
Onderneming en media.
Stichting Maatschappij en Onderneming, Scheveningen, 1977, 98 blz.

Deze bundel is de neerslag van een door de Nederlandse Stichting Bedrijfskunde rond dit onderwerp georganiseerd seminarie. Ondernemers, journalisten en wetenschappers bespreken de taak van en relatie tussen on-

derneming en media. Af en toe komt het tot een harde confrontatie die berust op uiteenlopende opvattingen over de maatschappelijke taak van de onderneming enerzijds en de media anderzijds. Maar, zoals dit voor de meeste van dergelijke bijeenkomsten het geval is, worden er meer vragen gesteld, dan beantwoord. Een inleidend werkje met weinig diepgang.

J.S.

RETORIEK

Gordon I. ZIMMERMAN et al.

Speech Communication. A Contemporary Introduction
West Publishing Company, St. Paul, 1977, 384 blz., geïll.

Richard en Linda HEUN

Public Speaking. A New Speech Book
West Publishing Company, St. Paul, 1979, 315 blz., geïll.

James R. ANDREWS

Essentials of Public Communication
John Wiley & Sons, New York, 1979

ARISTOTELES

Rhetorik. Uebersetzt, mit einer Bibliographie, Erläuterungen und einem Nachwort von Franz G. SIEVEKE
Wilhelm Fink Verlag, München, 1980, 354 blz.

Er lijkt geen enkel «Speech Communication Department» van een Amerikaanse universiteit te bestaan dat zich niet geroepen voelt een handboek of een inleiding tot de nobele kunst van de redevoering te produceren. Dat al deze boeken en boekjes op elkaar lijken, vormt blijkbaar geen bezwaar, noch voor de auteurs, noch voor de uitgevers. Duidelijk voortgekomen uit de collegenota's van de auteur en (hoopvol) bestemd om ook aan andere universiteiten als handboek gebruikt te worden (voor zover die er uiteraard zelf geen hebben geproduceerd), zijn al deze inleidingen op een irritante manier didactisch-pedagogisch overgestructureerd. Door middel van ontelbare voorbeelden, te maken oefeningen, te beantwoorden vragen, te lezen samenvattingen, te volgen raadgevingen en met een zo beperkt mogelijk aantal theoretische concepten, wordt de lezer geleerd een «speech» op te bouwen, haar/zijn publiek te motiveren, zo efficiënt mogelijk te spreken. Onderhuids is hierbij steeds de ideologie van de liberale democratie werkzaam: iedere burger heeft het recht en de plicht een eigen mening te vormen en die zo efficiënt mogelijk aan zijn medeburgers mee te delen.

Van de drie hierboven vernoemde «speech books» het beste aanduiden, is een moeilijke taak. Zimmerman et al. is het meest volledig vermits het zowel de interpersonele als de publieke communicatie behandelt. Meer nog dan de andere (voor zover dit mogelijk is) verstikt het evenwel in het didactische. Bij Heun en Heun vindt men hier en daar enige theoretische diepgang. Beide boeken hebben een «Instructor's Manual», die nog maar eens het doel van dergelijke werken onderstrepen. Andrews' boek is het meest luxueus uitgegeven en bezit de meest uitgebreide bi-

biografie, waarvan men zich echter wel afvraagt wat die komt doen in een werk dat op theoretisch vlak zo pover is.

Een leetuur van dergelijke werken levert wel een duidelijk beeld op van wat deze «Speech Communication» in feite is: het is toegepaste retoriek waarin, zonder veel problemen of vragen, gebruik gemaakt wordt van wat gedurende de laatste decennia door de theorie van de persuasieve communicatie en de «New Rhetorics» werd geformuleerd. Daar deze laatste, impliciet of expliciet, niet zelden teruggrijpen naar de klassieke retoriek, zal men ook in de «Speech Communication», zij het dan sterk vereenvoudigd, heel wat klassieke retorische principes aantreffen. Het kan dan ook nooit kwaad even terug te grijpen naar een van de belangrijkste bronnen van de Westerse retorische traditie, nl. de Aristotelische retoriek. In dit verband kan nu een nieuwe tekstuitgave, in een vlotte Duitse vertaling, gesignaleerd worden. Mede dank zij een uitvoerige en gedegen bibliografie en voetnotenapparaat en een kort maar interessant nawoord - alle van de hand van de vertaler - biedt deze uitgave de geïnteresseerden in de retoriek de gelegenheid kennis te maken met de volledige retoriek van Aristoteles. Op die manier kan men ook nagaan wat van deze retoriek, die ingebed was in een uitgewerkte filosofie en maatschappijbeeld en op die manier dient gelezen te worden, in feite is overgebleven in de nieuwe retoriek.

L.V.P.

SEMIOTIEK

Thomas A. SEBEOK (Ed.),

A Perfusion of Signs.
Indiana University Press, Bloomington/London, 1977, 212 blz.

Thomas A. SEBEOK (Ed.),

Sight, Sound, and Sense.
Indiana University Press, Bloomington/London, 1978, 289 blz.

Umberto ECO,

The Role of the Reader. Explorations in the Semiotics of Texts.
Indiana University Press, Bloomington/London, 1979, 273 blz.

Charles S. HARWICK (Ed.),

Semiotic and Significs. The Correspondence between Charles S. Peirce, and Victoria Lady Welby.
Indiana University Press, Bloomington/London, 1977, 201 blz.

De twee door Sebeok uitgegeven readers zijn de neerslag van colloquia, waarvan ze telkens een aantal bijdragen bevatten. Beide colloquia hadden, blijkens de inleidingen op de readers, een initieel doel: het oprichten van een «Semiotic Society of America» (**A Perfusion of Signs**) enerzijds, het opnemen van de semiotiek in het programma van de Indiana University (**Sight, Sound, Sense**) anderzijds. Wie echter, hierop voortgaande, nu meent een inleidend overzicht te krijgen in de semiotiek, komt bedrogen uit. De verschillende artikelen, waarvan sommige algemeen theoretische of methodologische, andere

weer historische problemen behandelen, terwijl weer andere behoren tot de toegepaste semiotiek (het medisch onderzoek, de godsdienst, de architectuur, het circus...), zijn hoogst gespecialiseerd te noemen en vragen een gedegen voorkennis. Hierbij komt nog dat het door de diverse auteurs gebruikte conceptenapparaat zo uiteenlopend is en de gekozen invalshoeken en basisopstellingen zo dispaars, zelfs contradictorisch zijn, dat de lezer zich alras omgeven voelt door een duisternis waarin geen enkele semiologische kat nog haar jongen terugvindt. Een constante in beide readers is er nochtans wel: Peirce, de vader van de Amerikaanse semiotiek en het pragmatisme. Deze dominante aanwezigheid is echter nog geen leidraad: fragmentarisch geciteerd, uiteenlopend geïnterpreteerd, blijft Peirce ook hier wat hij steeds is geweest: een semiotische bijbel waarmee men exegetisch alle wegen uit kan.

Een opstel over Peirce vormt ook in Eco's nieuwste boek, **The Role of the Reader**, een van de belangrijkste delen - een boek dat overigens voor het grootste gedeelte bestaat uit Engelse vertalingen van oudere artikels (waarvan sommige teruggaan tot 1965). Het thema van dit boek is de bekende oppositie die door Eco ooit werd gemaakt tussen open en gesloten teksten en dit op basis van het criterium van de al dan niet betrokkenheid van de ontvanger. Ook hier zou een zekere economie van de concepten - die echter door de grote tijdsverschillen tussen de hoofdstukken onmogelijk wordt gemaakt - de efficiëntie van het boek hebben verhoogd.

Wie, tot slot, een zeker inzicht wenst te krijgen in de semiotiek van Peirce, kan misschien naar de heruitgave grijpen van de correspondentie die Peirce tussen 1903 en 1911 voerde met Lady Welby, een dame uit de betere kringen die niet onsuccesvol liefhebberde in de semiotiek ("significs"). Het voordeel van van deze correspondentie is, dat door de aard van het gehanteerde genre, Peirce de gelegenheid krijgt in een meer levendige en didactische stijl zijn theorieën te verduidelijken, alhoewel men zich in dit opzicht geen al te grote illusies moet maken. Als inleiding op het denken van Peirce, lijkt mij deze correspondentie dan ook al bij al niet geschikt.

Zij dient veeleer gelezen te worden in bovengenoemde zin, nl. door ze als verduidelijking naast de **Collected Papers** te leggen.

L.V.P.

VERBALE EN NIET-VERBALE COMMUNICATIE

G.M. PHILIPS - N.J. METZGER,
Intimate Communication,
A.LLYN AND Bacon, Boston 1976, 454 p.

L. ROSENFELD - L. HAYES - Th. FRENTZ,
The Communicative Experience,
Allyn and Bacon, Boston, 1976, 452 p.

Twee typische voorbeelden van het soort literatuur dat de Amerikaanse "speech communication"-centra thans produceren. Een van de meest recenten en bijzonder geliefde thema's in deze literatuur zijn vriendschap,

waardering, zelfkennis en vooral "self-disclosure" of het (meestal) onbewust verstrekken van boodschappen over zichzelf terwijl men met anderen praat. Vandaar naar de "intimacy" in de communicatie toe, is maar een klein stapje: in het gesprek komen eigen, intieme meningen en gevoelens naar boven en worden wel eens de diepste roerselen van de menselijke ziel blootgelegd!

Vertrekkend van een overzicht van de theorieën uit de 'rhetorics' die betrekking hebben op de intimiteit, gaan Philips en Metzger op zoek naar een strategie om de zelfwaardering te bevorderen, waarna zij belanden bij hun hoofdthema: de vriendschap, die zij als studie-object, proces, en mythologie onderzoeken.

Geschreven in de typisch "softe" stijl van zoveel recente Amerikaanse (min of meer) psycho-therapeutische werken. Zelfs de vriendelijke schouderklopjes, de vaderlijke raadgevingen, de aanmoedigingen en de 'personal exercises' zijn niet vergeten. Een gelijkaardige aanpak in toon vinden wij in het boek van Rosenfield-Hayes en Frentz. Hier wordt alle interpersonele communicatie beschouwd als een "game", een spel van sociale interactie. Er zijn dus spelregels en speltactieken. Het boek bevat dan ook vele dialoogteksten waarin alle "game"-aspecten in detail worden toegelicht.

Aan de verkennende gesprekssituaties, formele en informele conversaties, intieme en onpersoonlijke, openbare gesprekken, poëtische namen (theoretische reclame), conversaties, en zelfs politieke dialogen wordt telkens een volledig heffdstuk gewijd. Geschreven in de 'I and Youstijl' en opgeleusterd met veel humanistische (of als dusdanig bedoelde tekeningen IRRITEREND NAIEF!

G.F.

William E. ARNOLD en Robert O. HIRSCH
(Eds.)

Communicating Through Behavior
West Publishing Company, St. Paul, 1977,
315 blz., geill.

Een reader die duidelijk de bedoeling heeft werkelijk alles over communicatie te vertellen. Het resultaat is navenant. In zowat veertig, vaak verbluffend korte «artikels», die gelicht zijn uit alle mogelijke en onmogelijke boeken en tijdschriften (van «Playboy» over «Design en Environment» tot «Psychology Today»), wordt een allesomvattend en derhalve nietszeggend overzicht gegeven van alle mogelijke vormen van communicatie. Er moeten alleszins betere inleidingen of overzichten te schrijven zijn dan dit hybridisch geheel waarin nergens de visie of de hand van de samenstellers merkbaar is.

L.V.P.

CULTUUR EN COMMUNICATIE

Edmund LEACH,
Cultuur en communicatie. Een inleiding tot de analyse van culturele gebruiken,
Ambo, Baarn, 1978, 118 blz.

Leach poogt de overvloed aan sociaal-antropologisch materiaal m.b.t. verbale en niet-verbale interpersoonlijke en intrapersonele communicatievormen voor een "kandidatuurstudent die enigszins ervaring begint op te doen met sociaal-antropologische literatuur" te duiden en van commentaar te voorzien. Zijn algemene opvatting is dat cultuur communiceert; dat de gecompliceerde onderlinge samenhang van culturele gebeurtenissen zelf informatie verschaft aan diegenen die eraan deelnemen.

Daar waar men in de literatuur twee verklaringswijzen terugvindt - nl. een rationeel of structureel standpunt en een empiristische of functionalistische positie - gaat Leach's voorkeur naar de structuralistische benadering uit. Na een afbakenen van het formeel referentiekader, met de daarmee gepaard gaande terminologische problemen, gaat hij vervolgens in op de 'gramatica van het culturele gedrag' (theorieën over magie en hekserie, de relatie tussen ritueel en taal, de betekenis van alledaagse conventionele symbolen, enz.). Hij komt tot de conclusie dat men de culturele context grondig moet kennen, alvorens men aan het decoderen van de boodschap kan beginnen.

J.S.

IDEOLOGIETHEORIE

Te Elfder Ure 24,
Ideologietheorie,
SUN, Nijmegen, 1978, 279 blz.

De Franse structuralist Louis Althusser kan de verdienste niet ontzegd worden dat hij de marxistische discussie over basis en bovenbouw en de rol en plaats van de ideologische apparaten (waaronder de massamedia) nieuw voedsel heeft gegeven. Volgens de samenstellers kan Althusser's theorie van de ideologie in het algemeen in een viertal stellingen samengevat worden:

1. De ideologie is eeuwig, dat wil zeggen is niet gekoppeld aan het kapitalisme, maar aan het bestaan van een symbolische orde.
2. De ideologie is een voorstelling van de imaginaire verhouding van de individuen tot hun bestaansvoorwaarden.
3. De ideologie heeft een materieel bestaan, d.w.z. bestaat niet als bewustzijn maar als materiële praktijken.
4. De ideologie spreekt de individuen als subjecten aan, waardoor zij hun determinatie beleven als vrijheid.

Naast de belangrijkste teksten van Althusser zelf m.b.t. de hier behandelde problematiek, worden een aantal artikels verzameld die enerzijds Althusser's inspiratiebronnen (o.a. Gramsci, Spinoza en Freud) verduidelijken en anderzijds de hogergenoemde stellingen a.h.v. bepaalde deelaspecten uitwerken en illustreren.

De bijdrage van M. van Nieuwstad «Media, klassebewustzijn, marxisme» staat enigszins los van hogergeschetste problematiek. Hij baseert zich eerder op enkele 'vrije interpreten' van de Kritische Theorie (vnl. Haug, Negt en Kluge), en gaat met Baudrillard Enzensberger's technicistisch optimisme te lijf.

J.S.