

uit de literatuur

FILM

Nestor ALMENDROS,
Un homme a la camera
Parijs, Hatier, 1980.

Het behoort zeker tot de schoolse opmerkingen te beweren dat de film uitgedroefd is tot een uiterst complexe techniek, maar het gebeurt maar zelden dat er over die techniek geïnformeerd, laat staan gedacht wordt. Hoe vaak gaan technische hoogstandjes niet blindelings door voor oorspronkelijk filmwerk? De verwachtingen zijn dan ook groot als één van de huidige top-cameramensen zijn ontwikkelingen te boek stelt.

Nestor Almendros (de cameraman van onder meer: *Le Dernier Métro*, *The blue Lagoon*, *Kramer Versus Kramer*, *Général Idi Amin Dada*, *Ma nuit chez Maud*, enz.) debuteerde bij de Nouvelle Vague die in Frankrijk in de begin jaren 60 zijn weg vond in goedkope produktiemethodes (klein budget, natuurlijke locatie, beperkte opnameploeg) en een wegglijden van een al te nadrukkelijke en narratieve mise-en-scène. Voor de man achter de camera betekende dat veelal draaien met zoveel mogelijk «natuurlijk» licht in plaats van kunstlicht, met de goedkope, licht hanteerbare en beweeglijke 16 mm filmcamera, enz. Een gedwongen economie in middelen vaak die verantwoord werd door een polemische en principiële aversie van de sfeervolle, expressionistische belichting en van de al te esthetische beeldcomposities van de klassieke Hollywoodfilm. Het authenticiteits, natuurlijke beeld vormde het watermerk van de Nouvelle Vague en van Almendros camera- en lichtopstelling.

Maar tussen die principiële opstelling en de dagelijkse praktijk van het camerawerk liggen een hele reeks gradaties. Wanneer Almendros in zijn boek, film na film, zijn werk beschrijft dan duikt toch altijd weer in hem de professionele vakman op. Gedwongen tot en gepassioneerd door het oplossen van telkens weer nieuwe, liefst alsmaar ingewikkelder problemen bij telkens veranderende, soms extreme opnamesituaties. Het is in die extremen en hun oplossing dat de vakman zich herkent en dat Almendros zich opzichtelijk weet te vergenoegen; niet zelden ten koste van zijn oorspronkelijke principes. Maar het is tegelijk die spanning tussen zijn algemeen principiële instelling en de concrete eisen van het vak, die van Almendros een boeiend verteller maakt.

W.D.G.

Colin MACCABE,
Godard: images, sounds, politics,
Londen, British Film Institute, 1980.

Godard heeft nooit films gemaakt voor het grote publiek. Wie of wat is dat overigens: het publiek? Kan dat echt wel meer zijn dan die grote anonieme massa; onherkenbaar en dus ook onberekenbaar? Kan een filmmaker aan zijn publiek echt wel anders denken dan in termen van x-miljoen kijkers aan zoveel frank per bioscoopzetel? Dat is tenminste reëel. Dat is in elk geval een tastbare en berekenbare relatie. Trouwens, wie zich niet tot die relatie bekeert plaatst zichzelf buiten spel. Godard bijvoorbeeld.

De films van Godard zijn precies gericht. Geadresseerd aan diegenen die in staat zijn dezelfde intellectuele emoties te ervaren als hijzelf. Films voor enkelen dus, voor insiders. Geen wonder ook dat hij sinds 68 van het scherm verdween. Niet dat Godard al die jaren stil gezeten heeft (sinds 68 maakte hij 12 films en 18 uur TV-programma's), maar binnen het commerciële productie- en distributiecircuit, binnen het net dat zijn publiek in termen van verkochte bioscoopzetels denkt, werd Godard onverkoopbaar.

Dat hij al die jaren heeft doorgewerkt bewijst nu Colin MacCabe. Geordend volgens een vijftal thema's en aan de hand van een reeks interviews, toont hij, film na film, aan dat Godard al die jaren intensief gebruikt heeft om zichzelf te verdiepen, om datgene waarmee hij bezig was te onderwerpen en te toetsen aan nieuwe ervaringen en inzichten. Het is nog steeds dezelfde Godard van voor 68 die MacCabe portretteert. De filmmaker met nog steeds dezelfde interesses voor de cinema, montage, beeld en klank; met dezelfde, tegelijk weemoedige en intellectuele gevoeligheden voor de consumptiemaatschappij, vrouwen, sex, geld en liefde. Godard is niet van onderwerp veranderd, maar hij probeert datgene wat hem altijd heeft beziggehouden opnieuw te bevragen, anders te formuleren. Een uitermate boeiend boek voor al diegenen die in Godard meer willen zien dan een moeilijk of onverstaanbaar filmauteur. Rijkelijk geïllustreerd en aangevuld met uittreksels uit het scenario van zijn toekomstige film.

W.D.G.

Neorealisme: mythe of werkelijkheid,
Amsterdam, Stichting Cinemathema, 1980.

Dit naar aanleiding van het derde Cinemathemafestival (november 1980, Amsterdam) uitgegeven boek heeft ontgensprekelijk de verdienste een Nederlandstalig lezerspubliek te confronteren met een uitgestrekt gebied van filmkritiek dat door taalbarrières doorgaans voor haar gesloten blijft. Op één uitzondering na zijn de in deze bundel opgenomen essays allemaal uit het Italiaans vertaald. Een tweede verdienste geldt alleszins ook de keuze van de teksten. Zij vormen een veelzijdige illustratie van de passionele pro's en contra's die het Neorealisme onder de Italiaanse filmkritiek heeft opgeroepen en nog

oproept. Als filmschool en misschien nog meer als politiek-ethische strijdleuze is het Neorealisme tot op vandaag het referentiekader bij uitstek van de Italiaanse cinema. Het trauma van het fascisme en de kater van de bevrijding en van de naoorlogse sociale en politieke ontwikkelingen blijven de Italiaanse gemeenschap polariseren; en het Neorealistische filmantwoord op de uitdagingen werkt ook nu nog door als splijtzwam voor filmmakers en voor hun critici.

Dat alles maakt het Neorealisme ook vandaag nog tot een fascinerend en innemend geheel. Maar de lezer weet niet altijd door te dringen tot in de fijnste poriën van al die hartstochten. De blik is die van de geïnteresseerde kijker, maar aan de rand van het gebeuren. En dat houdt onder meer verband met het vertaalprobleem. Vertalen onderstelt meer dan een omzetten van woorden en zinnen. Vertalen betekent ook de aangebrachte teksten omkaderen, voorzien van hun eigen, vaak niet transponeerbare context. Vertalen betekent het toetsen van inzichten aan andere ervaringen van diegene die niet als eerste getuige bij het gebeuren betrokken is. En dat geldt nog meer voor het Neorealisme dat onmisbaar doordrongen is van de specifiek nationale eigenheden van het naoorlogse Italië.

W.D.G.

PERS

E.M. HERRMANN,
Zur Theorie und Praxis der Presse in der Sowjetischen Besatzungszone Deutschlands,
Colloquium Verlag, Berlin, 1963, 158 p.

Dit bijna twintig jaar oude boek (dat door de uitgever opnieuw op de markt werd gebracht) beoogt een 'kritische confrontatie te zijn met 'cliché-voorstellingen die bij bepaalde lezers omtrent totalitaire publicistiek kunnen bestaan'. Ook hier is prake van een systematische verwerking van 'in het Westen moeilijk toegankelijke bronnen'.

Toch blijft de lezer op zijn honger wanneer hij opzienbarende onthullingen verwacht. Herrmann houdt het bij een overzichtelijk doch schools en theoretisch portret van de 'marxistisch-leninistische' stellingen inzake pers en vrije meningsuiting. In zijn concept passen evengoed redevoeringen van Ulbricht en Kroetschow als de eerste teksten van Marx en Engels. Uitvoerige citaten illustreren de rol van de pers voor het vestigen van een socialistische bovenbouw ('het machtigste wapen in handen van de partij', 'de pers als agitator en organisator van de massa's,...), het moeizame evenwicht tussen

proletarische opvoeding en alledaagse verstrooiing in de krant, de grenzen aan de persvrijheid binnen een socialistisch regime, enz.

Het eigenlijke thema, de pers in de DDR, - of hoe de SED op korte tijd de talrijke kranten die in de Russische zone van het naoorlogse Duitsland uit de grond schoten, kortwiekte of satellitiseerde - komt eerder bescheiden uit de verf. Ook de tien bijlagen, die de helft van het boek vullen en teksten van congres- en partijresoluties bevatten, kunnen nauwelijks aan dat euvel verhelpen.

W.S.

TELEVISIE

M. VAN AMERONGEN,

Persmuskieten,

A.W. Sijthoff, Alphen aan de Rijn, 1981, 78 p.

Vrij Nederland-journalist Martin van Amerongen verhaalt over enkele collega's uit de (Amsterdamse) perswereld gedurende de jaren '60 en '70, de tijd van de politieke en culturele revolutie, die volgens de schrijver eerder een journalistieke revolutie was. Scherp en sarcastisch. Alleen; de titel dekt niet de hele lading. Beter zou zijn geweest: «Nieuwe avonturen van Martin - Pietje Bel - van Amerongen in persland.»

A.V.P.

Ronald E. FRANK en Marchall G. GREENBERG,

The Public's Use of Television,

Sage, Beverly Hills, London, 1980.

De auteurs pleiten voor een doorbreking van de beschrijving der kijkcijfers in demografische termen (ouderdom, geslacht, beroep, inkomen, opleiding, woonplaats). Zij situeren het kijkonderzoek in het gehele patroon van de vrijetijdsbesteding. Er wordt onderzocht waarom men televisie kijkt en welke plaats dit kijken tussen de andere vormen van menselijk handelen inneemt. De vragenlijsten, waaraan de onderzochte personen worden onderworpen peilen zowel naar de hobby's als naar de interesse in algemeen sociale en psychische problemen. Daarbij wordt ook de context waarin het televisiekijken wordt beleefd, niet uit het oog verloren.

Tevens wordt uitgebreid ingegaan op het leesgedrag bij kranten en tijdschriften. Tenslotte wordt nog het verband gelegd met de interesse voor andere massamedia.

Daar de onderzoeken uitsluitend plaatsvonden in de Verenigde Staten, waar het media-aanbod toch duidelijk verschilt, blijft het voor de lezer onduidelijk hoe de resultaten hier zouden zijn.

Tenslotte dient men zich af te vragen of men een interesse- en motivatieonderzoek van het televisiekijkgedrag — zoals hier gebracht — in kwantitatieve termen van gradatie kan weergeven. De demografische termen lijken ons heel wat objectiever.

NIEUWE MEDIA

Chriet TITULAER,

Toekomstbeeld,

Strengtholt's Boeken - Naarden, Uitgeverij Baart-Borsbeek, 1980, 176 blz.

Na zijn werk over meteorologie doet Chriet Titulaer zich met *Toekomstbeeld* opnieuw kennen als de Nederlandse vulgarisator bij uitstek van technisch-wetenschappelijke onderwerpen. En dat is zeker niet denigrerend bedoeld! Zonder veel geleerddoenerij, maar ook zonder zijn publiek voor dom te houden, slaagt de auteur erin de geïnteresseerden rond te leiden in de snel veranderende wereld van de nieuwe communicatiemediën.

Achtereenvolgens worden Video, beeldplaat, teletekst, viewdata, de huiscamera, satellieten (+ glasvezels), kabeltelevisie, het kantoor van de toekomst en opmerkelijke snuffjes (zoals draadloze telefoon, de scribofoon...) behandeld. Zoals uit die opsomming mag blijken, is dat eigenlijk al geen toekomst meer. De auteur geeft bij elk van de nieuwe media dan ook een korte, heldere omschrijving (meestal geïllustreerd met zwart-wit foto's), vaak gevolgd door wat technische details, die niettemin voor de leek begrijpelijk zijn. Daarnaast worden de mogelijkheden, maar evenzeer de beperkingen in het licht gesteld. Voor video, beeldplaat, teletekst en viewdata wordt bijvoorbeeld aandacht besteed aan het gebrek aan standaardisatie. Op sommige plaatsen geeft Titulaer zelfs concrete, praktische gegevens - merken en prijzen - waarop eventuele kopers kunnen terugvallen.

Op basis van het bestaande wil de schrijver voorts peilen naar de mogelijke evolutie. Nergens neemt hij echter uitdrukkelijk stelling voor of tegen de behandelde technologische vernieuwingen. Op het einde van het laatste hoofdstuk, waar we de ervaringen krijgen van de auteur zelf met de nieuwe media, wordt de consument nochtans aangespoord zelf de ontwikkeling van de communicatiemediën mee te bepalen.

Hoewel de sociale en andere gevolgen van de communicatie- explosie in feite niet het onderwerp van dit boek uitmaken, worden terloops toch enkele mogelijke problemen aangestipt: hoe zullen de kranten de verspreiding van teletekst en viewdata verwerken (o.a. advertentieverlies), hoe erg zal de positie van de filmcamera door de videocamera aangetast worden, wat gebeurt er met onze privacy als de gegevens van afzonderlijke databanken gekoppeld zullen worden. Hoe zal de omroep reageren op wat men de «3de omroeprevolutie» noemt: met de kabel-TV gekoppeld aan satellieten zal het programma-aanbod immers sterk verhogen. Na de lectuur van *Toekomstbeeld* heeft de lezer een indruk van wat hem mogelijk binnen het eerstvolgende decennium te wachten staat, tenminste als hijzelf zich met die (r)evolutie akkoord wil verklaren, maar dat is dan weer een andere vraag.

L.D.

HOORSPEL

Ingrid DEDDES,

Het hoorspel in Nederland,

(doctoraalscriptie theaterwetenschap), Amsterdam, 1980, 80 blz.

Deddes onderzoekt in hoeverre het hoorspel nog is geëvolueerd sinds de komst van de televisie. Zij stelt vast dat de op de massa gerichte succes-formule, zoals die in series als «Paul Vlaanderen» gehanteerd werd, meer en meer verdrongen werd door voor kleinere luistergroepen bestemde kwalitatief hoogstaandere producties. Toch kwam het luisterspel — in Nederland tenminste — als onafhankelijke kunstvorm niet voldoende tot ontwikkeling. De akoestische mogelijkheden werden onvoldoende uitgewerkt. Het theoretisch gedeelte van deze scriptie geeft een uitstekende schets van de Duitse moderne hoorspelopvattingen; het praktisch gedeelte bestaat uit een analyse van een te beperkt aantal (17) hoorspelen, die begin 1979 werden uitgezonden. Het is ook betreurenswaardig dat de hoorspeltechnieken en radiofonische vormgeving van de VPRO in de gewone programmatie niet aan bod kwamen. Aldus wordt de indruk gewekt dat deze omroep helemaal niet in het hoorspel geïnteresseerd is, terwijl juist de VPRO van de meeste programma's hoorspelen in de ruime betekenis van het woord wil maken.

L.D.

Peter GROTH,

Hörspiele und Hörspieltheorien in der Weimarer Republik,

Verlag Volker Spiess, Berlin, 1980, 332 blz.

In tegenstelling tot vroegere studies over het hoorspel, die een esthetisch-formalistische benadering als uitgangspunt kozen, pleit Groth voor een sociaal-kritische analyse waar de verhouding tussen de hoorspelvorm en de cultureel-politieke inhoud wordt onderzocht. Hij onderscheidt tijdens de Weimar-periode 3 stromingen. Het democratisch-geëngageerd, vanuit progressief-liberaal standpunt geschreven hoorspel wordt belicht in de werken van Hermann Kesser. De communistische hoorspelauteurs zijn vertegenwoordigd in de figuren van Hans Eisler, Friedrich Wolf, Georg Pijet. Als sociaal-utopisch auteur komt Bertold Brecht aan bod. Groth onderzoekt welke technieken werden gehanteerd om het sociaal-kritische mediamek tot uiting te laten komen. Hij stelt daarbij vast dat de institutionele structuur van de radio tot extreme censuur of tot zelfcensuur leidde. Er ontstond een systeem van redactionele aanpassingsmechanismen, die de oorspronkelijke bedoelingen van de auteurs vervalsten. Dit blijkt uit een vergelijking die Groth maakt tussen de teksten die vaak tegelijkertijd voor de radio en voor andere media werden geschreven. De radioteksten zijn op sociaal-kritisch niveau duidelijk armer. Niet zozeer het uitgezondene, maar het niet-uitgezondene bewijst volgens Groth dat er reeds tijdens de Weimar-republiek een anti-demokratische tendens aanwezig was bij de radio-instituten.

L.J.

L.D.

PROPAGANDA

Paul LENDVAI,
Der Medien-Krieg. Wie Kommunistische Regierungen mit Nachrichten Politik machen,
Ullstein, Berlin/Frankfurt/Wein, 1981, 280 p.

Paul Lendvai, een Hongaar die na 1956 naar Wenen emigreerde, geldt in het Westen als een der beter geïnformeerde Oost-Europakenners. In 'Der Medien-Krieg', een boek dat intussen ook in het Engels en in het Frans werd vertaald, vindt men ongetwijfeld een stuk van deze reputatie terug, al was het maar omwille van het aantal feitelijke gegevens die Lendvai - naar eigen zeggen - in 'vertrouwelijke kringen' opviste en die totnogtoe niet in enige westerse publikatie aan bod kwamen. Het monopolie van informatieverwerking en -doorstroming, dat na enkele turbulente jaren volgde op de Oktoberrevolutie een institutioneel kader kreeg met de opbouw van het 'socialisme in één land', bleef ook na de dood van Stalin een der hoekstenen van het Sovjetregime en de pas gevormde 'arbeiders- en boerenstaten' in Oost-Europa. Vanaf de zestiger jaren brokkelt de functionaliteit (sic) van de bureaucratie media-planning echter af. Niet alleen ontwikkelde zich een vrij efficiënt Samizdat-circuit, ook partij-ideologie uit diverse landen raakten overtuigd van de geringe geloofwaardigheid die de monotone propaganda bij de eigen bevolking ontmoette. In Joegoslavië stimuleerde de Kommunistische Liga reeds snel een min of meer pluriform informatie-aanbod en deemsterde de partijkrant 'Borba' met haar 30.000 exemplaren (650.000 exemplaren in 1949) weg tot lectuur voor partijkaders en -functionarissen. Hongarije volgde nadat KP-leider Kadar een stap-voor-stap liberalisering in gang zette; in de Hongaarse pers, radio en televisie zijn thema's als eurocommunisme, alcoholisme, jeugd delinquentie en werkloosheid binnen het socialistisch regime al lang geen taboe-onderwerpen meer.

Waar hervormingen geen kans maken, doorbreken Westerse radio- en TV-uitzendingen het officieel propagandapakket. Naar schatting luisteren meer dan 50 miljoen mensen in het Oostblok (de Sovjet-Unie en de DDR niet inbegrepen) zeer regelmatig naar de korte golfuitzendingen van Radio Free Europe/Radio Liberty, De BBC of de Voice of America. Meer gedetailleerd geldt dat voor 77 % van de Tsjechoslovaakse en de Poolse bevolking en voor 71 % der Roemenen. In de DDR, bolwerk der orthodoxie, geven partijverantwoordelijken openlijk toe dat ze elke dag naar de Westduitse TV kijken. Partijkaders uit Dresden, waar men de Westduitse netten niet kan ontvangen, zoeken elk weekend 'verpozing' in een optrekje aan de Westduitse grens (antenne op het dak)...

Toch dient 'Der Medienkrieg' met de nodige omzichtigheid gelezen te worden. Lendvai vermengt meer dan eens zijn anti-kommunistische gezindheid met de door hem geciteerde feiten. Niet alleen is hij een vurig aanhanger van de Amerikaanse intoxicatiestrategie via Radio Free Europe/Radio Liberty, ook vormt de Westerse media-industrie voor hem geen punt van discussie. De

bekommernissen van de Derde Wereldlanden om een dam op te werpen tegen het voortschrijdend expansionisme van voornamelijk Amerikaanse nieuws- en amusementsproducten, doet hij af als een geraffineerde Sovjet-strategie die erin bestaat de ontwikkelingslanden met een kommunistisch propaganda-apparaat uit te rusten. In dat opzicht staat het voor hem vast dat de UNESCO geïnfiltrerd is door Russische agenten. Ook onderhandelingen tussen Oost en West, zoals de Veiligheidsconferentie van Helsinki in 1975 - waarin tal van clausules de vrije uitwisseling van ideeën reglementeerden - lijken hem een overbodig tijdverdrijf. Is het niet Leonid Brezjnev himself die immers bij herhaling stelde dat ontspanning en wapenbeperking geenszins het voortzetten van de ideologische strijd in de weg staan?

W.S.

PERSUASIE

O., WIEGMAN, A.D., DE ROON, Th. SNIJDERS,
Meningen en media, Politieke opposenten in een realistisch experiment,
Van Loghum Slaterus, Deventer, 1981, 325 p.

Massamedia hebben onder bepaalde voorwaarden direct effect. Die visie was voor Wiegman, De Roon en Snijders een van de uitgangspunten voor hun onderzoek naar attitudes en media. Het meest directe effect zou worden bereikt als er sprake is van onderwerpen die relatief weinig bekend zijn. Met dat in het achterhoofd werd een onderzoek opgesteld dat zo realistisch mogelijk moest zijn (o.a. door zelf naar de proefpersonen toe te gaan om de laboratorium-situatie te ontwijken, professionele TV-reportages aan de proefpersonen te tonen, een maatschappelijk relevant onderwerp te nemen). VVD-politicus Wiegel en PvdA-opponent van Thijn verleenden hun medewerking aan het onderzoek door een identiek interview te spelen met als onderwerp de tweede nationale luchthaven in de Markerwaard (Nederland). Men koos juist dat onderwerp omdat het niet indruist tegen de partij-opvattingen, zodat de geloofwaardigheid niet wordt aangetast. Tevens hadden PvdA en VVD er geen uitgesproken mening over, zodat er sprake was van een zekere neutraliteit. De proefpersonen hadden geen persoonlijke ervaring met het onderwerp, terwijl het ook niet frequent in het nieuws was, met andere woorden de proefpersonen stonden er redelijk onbevangen tegenover.

Uit het hele onderzoek dringt zich steeds weer een conclusie op. PvdA-aanhangers zullen de mening van hun partij-man overnemen, en VVD'ers gaan mee met de mening van hun club. Het partij-label is al een beslissende invloed. Of zoals in een eerder onderzoek van Wiegman al is gezegd: «Wanneer in een TV-uitzending de heren Wiegel en De Uyl met elkaar in discussie treden, zullen de Den Uylaanhangers onder de kijkers nog Uyliger worden en de Wiegelaanhangers nog Wiegeliger.»

Veel van de gestelde hypothesen moesten wel een bevestigend antwoord krijgen omdat je ze «met je klompen aanvoelt». Wiegman:

«Men kan daarbij de cynische kanttekening plaatsen dat vrijwel iedere leek zonder moeite tot deze voorspelling zou zijn gekomen. Het ligt immers zeer voor de hand, dat Wiegel zijn eigen VVD-leden beter zal weten te overtuigen dan leden van de PvdA? En voor Van Thijn is toch het omgekeerde vanzelfsprekend? Onze repliek is dat dit dan nu ook eens is aangetoond. Bovendien komt het ons als wenselijk voor, dat de sociale psychologie bij common sense verwachtingen aansluit.»

Wiegman en co. hadden naast het vergroten van de theoretische kennis ook praktische toepassingen van de resultaten als doel. De aard van het onderwerp, de persoon van de bron en het aanwezige publiek bepalen volgens hen in belangrijke mate het effect van persuasieve communicatie. «Meer subtiele variaties», aldus de schrijvers, «hebben daarentegen weinig effect gehad. Dit betekent, bijvoorbeeld voor politici en programmamakers, dat de wijze van optreden en presentatie van ondergeschikt belang is. Doorgeredeneerd had wat ons betreft Den Uyl in zijn slecht zittende en met as besmeurde confectiepakken mogen blijven optreden, had Drees jr. geen toupetje hoeven aan te schaffen, had Wiegel de rode boerenzakdoek die naar verluidt de afstand tot de gewone man zou verkleinen, in zijn zak mogen houden. De bijdrage daarvan tot attitudeverandering van de kijkers hoeft, gelet op onze ervaring, niet te hoog te worden geschat.»

Nadeel van het onderzoek is evenwel dat de niet-partijman, of de niet VVD-er en niet-PvdA'er niet in het onderzoek zijn betrokken. Verkiezingspropaganda wordt meer en meer gericht op de twijfelaar, op het «gat-in-dekiezers-markt». Maar dat zal wel op praktische bezwaren zijn gestuit.

A.V.P.

KIND EN BEELD

Joop HELLENDOORN, Eveline GROOTHOFF, Peter MOSTERT, Frits HARINCK,
Beeldcommunicatie. Een vorm van kinderspsychotherapie,
Sociale bibliotheek, Van Loghem Slaterus, Deventer, 1981, 372 blz.

De hoofdtitel van dit boek zou doen vermoeden dat het hier gaat om het gebruik van beelden (zoals foto's, films en televisiebeelden) in de (massa-) communicatie. Maar de ondertitel geeft al aan dat het een heel andere kant uitgaat. Beeldcommunicatie is hier een vorm van speltherapie waarbij gebruik wordt gemaakt van diverse vormen van **verbeeldend** spelen. Kinderen met b.v. contactstoornissen kunnen door het uitbeelden van verhalen met speelgoed, tekeningen en woorden, waaraan de therapeut participeert, uitdrukking geven aan hun (soms traumatische) ervaringen en zo weer tot communicatie komen met hun omgeving. Het verbeeldend spel is o.m. daarom zo'n goed middel tot herstel van het communicatief contact omdat men bij het verbeelden niet bang hoeft te zijn voor de eisen van de realiteit, «waardoor men verborgen behoeften kan herkennen en herinneringen vrijer kan laten herle-

ven». Op het eerste gezicht hoort deze boekbespreking dus niet thuis in een tijdschrift dat zich voornamelijk met massacommunicatie bezighoudt. Maar het brengt wel interessante ideeën aan voor paedagogen die zich met de relaties tussen kinderen en audiovisuele massamedia wensen in te laten. Want ook al vormt het kind de beelden die de massamedia hem aanbieden niet zelf, voor een deel gelden misschien dezelfde of soortgelijke overwegingen voor het benutten van dit beeldmateriaal als in het hier behandelde therapeutisch gebruik van het verbeeldende spel.

J.M.P.

BOEK

Michael LANE,
Books and publishers. Commerce against culture in postwar Britain,
D.C. Heath and Company, Lexington, 1980, 149 blz.

Zich baserend op drie in de tijd gespreide enquêtes en een uitgebreide literatuurstudie poogt de auteur de structuur en werking van het uitgeven en de bepalende rol en plaats van de uitgever in het boekenvak na te trekken. Afgezien van het gebruikelijke cultuurhistorische overzicht en een typologie van boek en uitgever ter inleiding, wordt dieper ingegaan op de impact van economische en technische bepaaldheden voor het uitgeversvak aan de ene kant, en de cognitieve of ideologische factoren van deze handel aan de andere kant. Interessant hierbij is het blootleggen van twee fundamenteel verschillende types uitgever: de 'traditionele' en de 'moderne' uitgever, die zichzelf een totaal tegengesteld beroepsbeeld toebedelen. Samenvattend komt dit hierop neer dat (a) de traditionele uitgever vooral de 'culturele' waarden benadrukt, terwijl een modernist vooral oog heeft voor commerciële aspecten, en dat (b) een traditionalist zichzelf eerder als een gatekeeper beschouwt, terwijl de modernist zich smaakmaker en trendsetter noemt. In elk aspect van het uitgeven zit daarom voortdurend de tegenstelling tussen het objectieve karakter van uitgeven als een commerciële aangelegenheid, en de subjectieve perceptie van de uitgever als cultuurbrenger vervat. Maar, besluit de auteur, daar waar vroeger de gebruikswaarde van het boek bepalend was, is nu de ruilwaarde de determinerende factor geworden. Dit vlot geschreven en boeiende werk wordt afgerond met een index en een geannoteerde bibliografie van engelstalige publikaties.

J.S.

Stichting Speurwerk betreffende het Boek, **Boekenvakboek 1980. Cijfergids voor de informatiesector,**
Kosmos, Amsterdam, 1981, 223 blz.

De Nederlandse Stichting Speurwerk betreffende het Boek is een onderzoeksinstituut voor het boekenvak dat twintig jaar geleden door de Vereniging ter Bevordering van de Belangen des Boekhandels (VBBB), de tegenvoeter van de Vlaamse VBVB, werd opgericht.

In dit werk poogt men een kwantitatieve inventaris op te stellen van al het beschikbare cijfermateriaal dat op een of andere wijze met de Nederlandse informatiesector in het algemeen en het boekenvak in het bijzonder verband houdt. Naast een algemeen gedeelte (met demografische, sociologische, economische e.d. cijfergegevens) worden volgende onderwerpen in tabelvorm behandeld: auteurs, uitgeverij, titelproductie, titelaanbod, grafische industrie, import-export, tussenhandel, verkoopplaatsen van het boek, bibliotheken, kopers, kind en boek, dagbladen, tijdschriften, overige media, adressen-bronnen-arbeidsvoorwaarden. Ook is er een apart hoofdstuk aan het boek in Vlaanderen gewijd. Hier valt op dat men zich enkel gebaseerd heeft op officiële en niet altijd even betrouwbare cijfers. Hopelijk wordt dit schoonheidsfoutje in de volgende uitgave uitgezuiverd. Een handig naslagwerk.

J.S.

MEDIA-MANIPULATIE

John DOWNING,
The media machine,
Pluto Press, London, 1980, 237 blz.

Vertrekkende van een neomarxistische (o.a. aan Gramsci, Habermas en Prokop ontleende) visie op communicatie en informatie poogt de auteur, hoofd van de sectie sociologie aan Thames Plytechnic, voor een publiek van niet-specialisten de manipulatie en structurele macht van de massamedia aan te tonen. Deze wordt geïllustreerd aan de hand van een drietal, met overvloedig empirisch materiaal gestoffeerde, centrale thema's: arbeidsconflicten, racisme en sexismen.

In de twee laatste hoofdstukken worden 'alternatieven' geëvalueerd: drie Britse kranten (Morning Star, Socialist Worker en Militant) en enkele Italiaanse vrije radiostations (vooral Radio Città Futura).

J.S.

TAALHANDELINDUSTRIE

T.H. VAN EEMEREN en W.K.B. KONING (red.), **Studies over Taalhandeligen,**
Boom, Meppel en Amsterdam, 1981, 278 blz.

De theorie van de verbale communicatie, zeg maar de pragmatiek, heeft een van haar belangrijkste impulsen gekregen vanuit de «speech act»-theorie van de filosofen van de dagelijkse taal zoals Austin, Searle, Grice, Strawson... Men kan zelfs zeggen dat, alhoewel de notie «pragmatiek» oorspronkelijk niet binnen deze groep werd gesmeed, bovengenoemde impuls zo sterk was dat de pragmatiek (in haar enge definitie) niet zelden gelijkgeschakeld werd en wordt met deze «speech act»-theorie, die stelt dat iets zeggen iets doen is, dat verbale communicatie m.a.w. dient bestudeerd te worden als een vorm van sociaal handelen. In onderhavig boek brengen van Eemeren en Koning een aantal in het Nederlands vertaalde teksten samen van diverse taalhandelings-theoretici. Deze teksten zijn intelligent geselecteerd uitstekend vertaald en van een «Ten geleide» voorzien waarin op een heldere manier de relaties tussen de verschillende teksten worden gelegd. Het voordeel van dit «Ten Geleide» is dan ook dat de lezer niet geconfronteerd wordt met een losse verzameling van opstellen, doch veeleer met een aantal bijdragen die een problematiek articuleren en structureren.

Voor wie makkelijk toegang heeft tot de oorspronkelijke teksten en geen taalmoeilikheden heeft, is dit boek geen «must». Voor anderen daarentegen kan dit boek een goed vertrekpunt vormen en dit mede dank zij de uitvoerige bronvermelding, het begin van een bibliografie, een register en de informatie die over de verschillende auteurs wordt gegeven.

L.V.P.

RAPPORTEREN

Peter NEDERHOED,
Helder Rapporteren. Een handleiding voor het schrijven van rapporten, scripties, nota's en artikelen in wetenschap en techniek
Van Loghum Slaterus, Deventer, 1981, 191 blz.

De ondertitel van dit boek geeft duidelijk aan wat de lezer te verwachten heeft: de auteur begeleidt de aspirant schrijver van rapporten, scripties e.d. vanaf het allereerste begin van een tekst tot de ultieme afwerking en dit met praktische wenken, richtlijnen en informatie die helder en didactisch gepresenteerd worden.

Dat men van dergelijke handleidingen geen fundamentele inzichten mag verwachten in de specificiteit van het behandelde (wetenschappelijk, technisch...) teksttype, ligt voor de hand en men kan dit dan ook nauwelijks aan de auteur verwijten. Een gevolg hiervan is echter wel dat dit en soortgelijke werken te veel receptenboeken blijven, inclusief de obligate spellingsrichtlijnen en fulminaties tegen «intellectuelenwoorden» en «stadhuiswoorden».

L.V.P.