

boek- besprekingen

James LULL (ed.),
World families watch television.
Newbury Park, Sage, 1988.

'World families watch television' is een werk verschenen in de *Communication and Human Values* reeks, een internationale reeks die bedoeld is als forum voor een kritische invraagstelling van de menselijke en sociale rollen van hedendaagse communicatievormen. Hier is de relatie gezin - televisie aan de orde. Aan bod komt enerzijds hoe televisie het gezin beïnvloedt, en anderzijds hoe gezinnen televisie binnen hun specifieke, culturele context interpreteren en gebruiken. Wat vooral aandacht krijgt door het hanteren van deze invalshoek, zijn de interpersonele communicatieprocessen in de thuissituatie. In een eerste bijdrage wordt aandacht geschonken aan voor het boek belangrijke theoretische en methodologische beschouwingen i.v.m. : gezin, industrialisering en modernisering, theoretische perspectieven betreffende het gezin (o.a. functionalisme, marxisme, feminisme, en communicatietheorie), een theoretische basis voor kwalitatief empirisch onderzoek, en televisiekijken als gezinsactiviteit. Verder zijn aan de orde : televisie en gezin in Groot-Brittannië, Venezuela, West-Duitsland, Indië, de V.S.A., en China. Het laatste hoofdstuk (*Constructing rituals of extension through family television viewing*) spitst zich toe op het televisiekijken. Gesteld wordt dat de interpretaties van televisie en video en het gebruik dat ervan wordt gemaakt, niet alleen de individuele kijker, maar ook sociale en culturele patronen verlengen/uitbreiden (extend). Het gaat er niet alleen om hoe het publiek televisie actief gebruikt voor zichzelf en voor het eigen gezin, maar ook hoe televisie invloed uitoefent op ruimere culturele waarden, voorwaarden en praktijken.

Een paar voorbeelden : moeders zien hun socialiseringsrol uitgebreid doordat ze nu ook helpen bij het interpreteren van wat hun kinderen op televisie zien ; etenstijd, bedtijd, en de timing van bepaalde huishoudelijke taken worden mee bepaald door televisie, evenals interactiepatronen. Toch stelt de auteur, en daar besluit hij mee, dat gezinnen over de gehele wereld op een verschillende manier zullen blijven televisiekijken, ondanks de homogeniserende invloed van televisie en video.

M.J.D.R.

Marcel VERHELST, Mimi BENOIT, e.a.,
Met rituelen het leven spelen. Initiatie - welkom - dank - verzoening - feest.
Kapellen, Patmos, 1988, 206 blz., 495 BF.

'Met rituelen het leven spelen' wil de lezer binnenleiden in de wereld van rituelen rond vijf grote thema's : initiatie, verwelkoming, dank, verzoening en

feest. Voor elk van die thema's werd een inleidende tekst geschreven, die zou moeten toelaten de rituelen te herkennen of opnieuw te ontdekken. Zo'n inleidende tekst wordt dan gevolgd door leesteksten, liederen, gedichten, gebeden en cursiefjes die het thema in kwestie moeten toelichten. Daar houdt het niet op, we krijgen ook nog suggesties die dan kunnen inspireren bij het *zelf opstellen* van rituelen. Het boek is voornamelijk bedoeld voor opvoeders, jeugdleiders, ... en bewijst daar wellicht ook goede diensten. Voor wie rituelen bestudeert is dit boek niet in de eerste plaats een nieuwe bron, maar veel eerder een interessant studie-objekt met antwoord op de vraag hoe rituelen worden voorgesteld, begeleid, ingekaderd, ..., kortom, waaraan belang wordt gehecht. In die zin heeft het boekje dan ook zijn waarde.

M.J.D.R.

Victorino TEJERA,

Semiotics from Peirce to Barthes. A conceptual introduction to the study of communication, interpretation and expression.

Leiden, Brill, 1988.

De drie thema's waarrond in 'Semiotics from Peirce to Barthes' alles draait, zijn: de drievoudige aard van semiotische processen zoals Peirce ze blootlegde, de zeer ruime draagwijdte van zijn teken-theorie, en haar toepasbaarheid op het wetenschappelijk discours en vormen van artistieke en sociale interactie. In de eerste hoofdstukken wordt Peirces teken-theorie uiteengezet. Aan bod komen verder: Mead, Buchler, Dewey, Randall, Habermas, Eco en, uiteraard, Barthes. Belangrijkste bedoeling van het werk is het belichten van semiotische processen, en de lezer bewuster maken van het belang van Peirces semiotiek voor de interpretatietheorie, het wetenschappelijk discours, de literaire theorie en kritiek, en de kunstgeschiedenis. Het werk is dan ook in de eerste plaats bedoeld voor lezers op zoek naar een inleiding tot de verschillen tussen wetenschappelijk en literair discours, voor communicatietheoretici, hermeneutici, en cultuur-analytici, ook voor studenten filosofie en filologie die op zoek zijn naar een tegelijk degelijke en eenvoudige inleiding tot de semiotiek.

M.J.D.R.

Young Yun KIM and William B. GUDYKUNST (eds.),

Theories in intercultural communication.

Newbury Park, Sage, 1988, 328 blz.

De theorievorming i.v.m. interpersonele communicatie heeft niet stilgestaan, vandaar het belang van 'Theories in intercultural communication'. Vele be-

naderingen van communicatie komen aan bod. Wat ze gemeenschappelijk hebben, is hun aandacht voor face-to-face interactie tussen leden van verschillende culturen en subculturen.

Drie grote vragen worden beantwoord: hoe communiceren individuen in verschillende culturen (*Culture and Meaning*), hoe ervaren individuen interculturele communicatie (*Intercultural behavior*), wat zijn de te voorziene gevolgen van ervaringen met interculturele communicatie (*Intercultural adaptation*). Deze vragen worden beantwoord aan de hand van diverse theorieën. Het resultaat is een degelijk overzicht van het interculturele communicatie-domein, gezien vanuit diverse meta-theoretische invalshoeken. Interessant als kennismaking met het domein en als nieuwe status quaestionis.

M.J.D.R.

A. SCHWEITZER, E. VELDUIZEN,
Inleiding Bestuurlijke Informatiekunde.

Schoonhoven, Academic Service, 1988, 368 blz.

De bestuurlijke informatiekunde bestudeert het ontwerpen, ontwikkelen, exploiteren en onderhouden van geautomatiseerde informatiesystemen. Het vakgebied benadert deze materie vooral vanuit organisatorische en economische invalshoek.

"Inleiding Bestuurlijke Informatiekunde" geeft een overzicht van de belangrijkste onderwerpen en probleemgebieden uit de bestuurlijke informatiekunde: computerkunde, systeemkunde, de fenomenologie van de bestuurlijke informatiekunde, projectmanagement bij automatisering van informatiesystemen, bestandsorganisatie en interne controle van geautomatiseerde informatiesystemen. Het accent ligt niet zozeer op de technische dan wel op de beleids- en beheersaspecten van informatiemanagement. Vanwege het algemene en inleidende karakter en de logische opbouw is het boek bijzonder geschikt als eerste kennismaking met bestuurlijke informatiekunde en voor zelfstudie.

D.D.G.

D. LYON,

The information Society - Issues and illusions.

New York, Basil Blackwell, 1988, 196 blz.

J.L. SALVAGGIO,

The Information Society: economic, social and structural issues.

Hiltsdale/London, Lawrence Erlbaum, 1989, 193 blz.

De auteurs van beide boeken trachten aan te tonen dat 'information technology is changing the world'. Dit uitgangspunt is natuurlijk niet origineel. Het concept 'informatiemaatschappij' is reeds vijftien jaar

geleden geïntroduceerd (D. Bell en A. Toffler) en in tal van publikaties beschreven en geëvalueerd. Origineel bij beide werken is dat de auteurs het fenomeen informatiesamenleving niet enkel in verband brengen met technologische ontwikkelingen, maar relaties leggen met andere maatschappelijke trends: cultuur, politiek, economie, defensie, enz. Lyon probeert ook een aantal illusies uit de wereld te helpen betreffende de impact van informatietechnologie op het individu en de samenleving.

D.D.G.

H. VERHALLEN (red.),

Automatisering, de sociale dimensie.

Alphen aan den Rijn, Samsom, 1988, 219 blz.

"Automatisering, de sociale dimensie" is een vernieuwde versie van een in 1982 onder dezelfde titel verschenen boek. De auteurs besteden vooral aandacht aan de relatie tussen automatiseren en veranderingsprocessen in de organisatie en de sociale context van automatisering, zoals veranderende sociale functies en de kwaliteit van de arbeid. In een aantal case-studies worden praktijkervaringen m.b.t. automatiseringsprojecten beschreven.

Dit boek richt zich tot personeelsfunctionarissen, organisatieadviseurs en managers.

D.D.G.

J.M. VAN OORSCHOT (red.),

Handboek kantoorverlichting en -automatisering.

Alphen aan den Rijn/Brussel, Samsom, 1987, 301 blz.

In "Handboek kantoorverlichting en -automatisering" wordt een overzicht gegeven van de kantoorwerkzaamheden en de hulpmiddelen die daarvoor kunnen worden ingeschakeld: administratie, tekstbehandeling, communicatie, documentatie, ontwerpen. Daarnaast wordt ingegaan op de vraag hoe de kantoorarbeid op een efficiëntere en goedkopere manier georganiseerd kan worden, al dan niet met inschakeling van de computer.

Het boek is samengesteld uit een groot aantal checklists en werkbladen, waardoor de lezer de theorie onmiddellijk kan koppelen/toetsen aan de praktijkervaring in de eigen kantooromgeving.

D.D.G.

Janny DE BOER,

Oog voor de doelgroep. Marketing voor welzijns- en andere non-profit organisaties.

Deventer, Van Loghum Slaterus, 1987, 2e herziene druk, 165 blz.

Dat planning en marketing ook in de non-profit sector een zeer belangrijke rol spelen, is inmiddels een algemeen aanvaard gegeven. "Oog voor de doelgroep. Marketing voor welzijns- en andere non-profit organisaties" wil een handleiding bieden bij het samenstellen van concrete beleidsplannen en het bekomen van *meetbare* resultaten. Een eerste deel geeft een korte theoretische inleiding over het begrip marketing. Een tweede deel is een 'handleiding voor gebruik'. Stap voor stap wordt beschreven welke vragen men zich moet stellen om van een eerste initiatief tot een uitgewerkt, compleet en concreet beleidsplan te komen. De eerste druk van dit werk bevatte ook nog een derde deel, dat een aantal onderwerpen uit deel 2 verder uitwerkte. Dat deel is vervangen door losse cahiers die apart besteld kunnen worden al naar gelang van de behoefte van de lezers/gebruikers. Dat maakt dat dit boekje naast vlot leesbaar ook overzichtelijk en betaalbaar blijft.

M.W.

Fanny V. HEYMANN,

Voorlichting aan individu en groep. Een handleiding voor gespreksvoering.

Muiderberg, Coutinho, 1988, 130 blz.

De ondertitel van "Voorlichting aan individu en groep. Een handleiding voor gespreksvoering" geeft aan waar het boekje exact over gaat: gespreksvoering. Na een (korte) verkenning van wat voorlichting is en een bespreking van een aantal psychologische noties die voor de voorlichtingspraktijk van belang zijn (veiligheid, afweer, appel aan behoeften, niet-verbale communicatie), presenteert de auteur een werkplan. Dat bevat concrete aanwijzingen voor goede gestructureerde gespreksvoering, het organiseren van voorlichtingsbijeenkomsten, het hanteren van het communicatieproces en het gedrag van de voorlichter. Nuttig voor degenen die met deze specifieke vorm van voorlichting werken.

M.W.

Gabriel GALDÓN LOPEZ,

Perfil histórico de la documentación en la prensa de información general (1845-1984).

(Historisch profiel van de documentatiediensten in de algemene informatiepers, 1845-1984)

Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra S.A., 1986, 167 blz.

Een goede documentatiedienst is vandaag de dag onmisbaar voor elk informatiemedium. Galdón Lopez heeft de ontstaansgeschiedenis van die diensten onder de loep genomen. Rond 1845 ging het documenteren niet verder dan het kopiëren van

artikelen uit andere media, het bijhouden van de eigen nummers en het vormen van necrologieën. Precies op dat laatste vlak situeert zich het begin van de eerste documentatiediensten. Men ging foto's verzamelen en bewaren van belangrijke personages, om die bij hun overlijden binnen handbereik te hebben. Die foto's kregen al gauw gezelschap van biografieën. Niet voor niets is het oude Amerikaanse woord voor documentatiedienst 'morgue'. Galdón volgt de ontwikkeling van de documentatiediensten vanaf die eerste begindagen tot 1984. Zijn materiaal haalt hij uit een literatuuronderzoek en een zeer ruim opgezette enquête bij kranten en tijdschriften over de hele wereld. "*Perfil histórico de la documentación en la prensa de información general (1845-1984)*" is overigens slechts de neerslag van een deel (het historische) van het onderzoek van Galdón. Hopelijk volgen er meer publicaties met daarin onder andere zijn werkplan voor het opzetten van een documentatiedienst en het door hem uitgewerkte catalogiseringsstelsel.

M.W.

Pierre BOURDIEU,
Homo Academicus,
Cambridge, Polity Press, 1988, 344 blz.

"Homo Academicus" verscheen voor de eerste keer in 1984 in het Frans. Het gaat om een diepgaand sociologisch onderzoek van de wereld van de wetenschap, of beter van de wereld van de universiteit. De wetenschappelijke loopbaan wordt bekeken als een spel van (symbolische en reële) macht. Bij de loopbaan van de wetenschapper spelen allerlei extra-wetenschappelijke factoren, gaande van sociale achtergrond en institutionele relaties tot media-optredens en politieke activiteiten. Een provocatief werk. Het gebeurt immers niet dikwijls dat wetenschappers in het heilige der heilige laten kijken. Een wetenschapper die op een kritische manier zijn eigen wereld bestudeert, is zeldzaam, en hij maakt zich door de demystificatie die het gevolg is van zo'n studie, niet zeer geliefd bij zijn collega's. Een vooral voor buitenstaanders onthullend boek. Nu is er ook een Engelse vertaling verschenen. De vertaler heeft zich echter wel erg letterlijk aan de originele Franse tekst gehouden. Het gevolg is dat het taalgebruik, de woordkeuze en de zinsconstructies voor een Engelse tekst erg kunstmatig en noodeloos gecompliceerd overkomen. Dat doet echter niets af van de waarde van het onderzoek van Bourdieu.

M.W.

Dirk Ulf STÖTZEL (Hrsg.),
Kinderfernsehen I,
Siegener Studien Band 43.
Essen, Der Blaue Eule, 1988, 89 blz., geïll.

De vijf artikelen in "Kinderfernsehen I" proberen de conceptie en produktiewijze van populaire kinderprogramma's te belichten. De meeste aandacht gaat naar het programma "Sendung mit der Maus". Een van de makers van dit programma vertelt hoe het idee ontstaan is en hoe de zeer korte (teken-)verhaaltjes met de muis gemaakt worden. Daaruit valt op hoe dikwijls er toch intuïtief, gevoelsmatig te werk gegaan wordt. Vervolgens is er een artikel van de programmaleider die vertelt hoe op beleidsvlak het idee van een magazine voor kinderen (Sendung mit der Maus) tot stand gekomen is, ondanks verzet van de omroep zelf, de pedagogen en cultuurcritici. Maar deze 'manager' geeft vooral zijn ideeën over televisie in het algemeen. Vervolgens analyseert een germanist het magazine. De rol van de spotjes met de muis is een bemiddelende: de muis bindt de onderdelen aan elkaar, zorgt voor de overgangen. Het magazine wil via 'lach en sachtgeschichten', via 'spass' en fantasie kinderen een ervaring geven met maatschappelijke rollen. Een communicatiewetenschapper toont aan, uitgaande van de psychologische ontwikkeling van het kind, dat kinderprogramma's een politiek element hebben, aangezien ze kinderen hun symbolen geven. Het laatste artikel gaat over een heel ander kinderprogramma: "Löwenzahn". Dit programma startte in de jaren tachtig (in tegenstelling tot de muis, dat een programma van de jaren 70 is) en is minder expliciet educatief. Dat is ook een magazine, maar met een persoon (Peter) als moderator/verteller. De filmpjes (met veel aandacht voor de natuur en het milieu) passen binnen de belevissen en verhalen van die moderator. Aan de hand van veel voorbeelden wordt de idee achter het programma duidelijk gemaakt.

Het boekje geeft een inzicht in de ideeën en opvattingen die er achter kinderprogramma's steken. Het lijkt een beetje een antwoord op Postman en de cultuurcritici. Er zijn goede programma's, en die worden met zorg gemaakt.

M.W.

Daniel JACOBI et Bernard SCHIELE (eds.),
Vulgariser la science. Le procès de l'ignorance,
Champ Vallon, Seyssel, 1988, 284 blz., geïll.

De auteurs willen met "Vulgariser la science. Le procès de l'ignorance" een balans opstellen van hetgeen er op het vlak van de wetenschapspopularisering de laatste 20 jaar aan onderzoek is verricht. Een eerste algemeen deel geeft een synthese van recent onderzoek en introduceert de thema's die in de andere delen van het boek aan bod komen. Die thema's zijn de formele analyse, de geschiedenis van de vulgarisatie en de vulgarisatie en de maatschappij. Over het algemeen is de teneur van het boek pessimistisch: men kan het publiek geen

kennis overdragen, het enige waar men in slaagt, is de mensen het idee te geven dat ze er iets van af weten, maar echte kennis verwerven ze niet.

M.W.

W.F. VAN RAAIJ, P.S.H. LEEFLANG, J.C. HOEKSTRA en R. ROOMER,

De direct mail demonstratiecampagne (Een systematische analyse van direct marketing als strategie met theoretische achtergronden en praktijkvoorbeelden).

Alphen a/d Rijn, Wolters Samsom, 1988, 2 vol., 400 blz., geïll.

PTT-Post (Nederland) heeft het initiatief genomen tot het schrijven van "De direct mail demonstratiecampagne". Zij heeft daarvoor een aantal professoren van de universiteiten van Rotterdam en Groningen in de arm genomen. Men wilde een "inventariserend 'standaardwerk' dat de theoretische achtergronden behandelt en daaraan vervolgens werkbare inhoud geeft via beschrijving van voorbeelden uit de praktijk", maken. Daar is men wonderwel in geslaagd.

Elk onderwerp krijgt een tweeledige behandeling. Eerst komen de theoretische communicatieve en ook psychologische aspecten aan bod, daarna volgt de beschrijving van vier praktijkvoorbeelden van dat type mailing, de ideeën die erachter zitten en de lessen die eruit getrokken kunnen worden. Het eerste volume bespreekt achtereenvolgens de vooraankondigingsmailing, de hoofdmailing, de follow up-mailing aan non-respondenten en de after sales-mailing aan respondenten. Het tweede volume kijkt naar cross sell-mailing, member-get-member mailing, catalogue sales-mailing en het house magazine. Dat alles wordt aangevuld met bijdragen over de plaats van DM in het mediaveld en binnen de marketing. Een bijzonder mooi uitgevoerd boek (vierkleuren druk, dik glanspapier, rijk geïllustreerd), maar ook prettig om lezen en volledig. Het boekwerk maakt op overtuigende manier reclame voor DM als communicatiekanaal.

M.W.

X,

Das Medienschungelbuch (Gebrauchsanleitung für den richtigen Umgang mit Presse, Funk und Fernsehen).

Berlin, Rotation Verlag, 1986, 80 blz., geïll.

Marie-France LEBEL et Pierre LEBEL,

Organiser la communication interne.

Paris, Les Éditions d'Organisation, 1988, 36 blz.

W.F. GERARDTS,

Dat krantje van U. (Het journalistieke ambacht praktisch uitgelegd).

Muiderberg, Coutinho, 1988, 58 blz.

Van tijd tot tijd verschijnen er kleine 'How to do'-boekjes op het vlak van communicatie. De volgende drie boekjes vertrekken elk vanuit een ander startpunt: "Das Medienschungelbuch", een initiatief van 'Journalisten warnen vor dem Atomkrieg', wil de milieu-activisten aanleren hoe ze met de media om moeten gaan. Een (links-kritische) beschrijving van de kapitalistische media wordt gevolgd door uitleg over 'nieuws waarde', de positie van de journalist en door praktische tips (het schrijven van persberichten, het organiseren van persconferenties, het onderhouden van mediacontacten op lange termijn, de omgang met de lokale media enz.). Dit alles om de activisten te stimuleren om zich in de media-jungle te begeven en hen te helpen om een zo ruim mogelijk gehoor te vinden. Het gaat hier om maatschappelijk geëngageerde journalisten die, vanuit hun ervaring, gelijkgezinden raad geven. De ideologie ligt er duimendik bovenop, maar dat neemt niet weg dat het om een handig boekje gaat met zinvolle tips voor de omgang met de media (ook voor de voorstanders van kernenergie).

"Organiser la communication interne" schetst hoe de interne communicatie binnen een bedrijf georganiseerd zou moeten worden. Dat schetsen gebeurt letterlijk: de auteurs besteden meer ruimte aan schema's en andere grafische voorstellingen dan aan lopende tekst. Dat is meteen de zwakte van het boekje. De lezer moet uitpuzzelen wat de auteurs met de schema's willen zeggen of bewijzen. In feite bevat het boekje voornamelijk elegante opsommingen (in tekeningetjes) van zaken die een rol spelen bij interne communicatie, en nauwelijks beschrijvingen, verklaringen of tips. Een leuk boekje om schema's uit te putten, maar in de praktijk niet echt hanteerbaar, ondanks het "recette" voor interne communicatie waarmee de auteurs eindigen.

"Dat krantje van U" poogt op 58 bladzijden aan te leren hoe een krant te maken. Op die luttele pagina's staan nog voorbeelden ook. Achtereenvolgens komen de (organisatie van de) nieuwsgaring, de werking van de eindredactie, de opmaak, de organisatie/productie en tijdsindeling, het concept, het statuut van het krantje/de redactie en het interview aan bod. Het boekje is bedoeld voor "de beginnelingen en andere leken in de journalistiek", die een bedrijfsblad, verenigingskrant, schoolkrant etc. moeten maken. De auteur stelt terecht dat met desktop-publishing de technische kant van het opzetten van een krantje een fluitje van een cent geworden is. Maar de journalistieke vaardigheden ontbreken vaak, en met dit boekje wil hij daar iets aan

doen. Dat klinkt pedant, maar de auteur wijst er gelukkig zelf al op dat het volgen van deze handleiding niet onmiddellijk de oplossing brengt. Ervaring, vallen en opstaan blijft noodzakelijk. Dat neemt niet weg dat dit boekje een aanrader is voor de vele zwegers bij bedrijfsbladen, verenigingsbladen, etc.

M.W.

X.

Jeugd, Radio en Televisie. Een overzicht van het jeugdaanbod en mediagebruik van de jeugd in 1986.

Hilversum, Nederlandse Omroep Stichting, afdeling Kijk- en Luisteronderzoek, s.d., 20 blz.

De afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS doet, naast het verzamelen van kijk- en luistercijfers, regelmatig bijkomende onderzoekjes naar specifieke programma's of specifieke programma-categorieën. De verslagen daarvan zijn voor iedereen verkrijgbaar. Zeker iets om in de gaten te houden. Het onderzoek dat het onderwerp van dit boekje is, werd uitgevoerd omdat de NOS regelmatig gevraagd werd naar gegevens over het mediagebruik van de jeugd. Het biedt een bondige beschrijving van het Nederlandse omroepbestel en de wetgeving omtrent kinderprogramma's. Daarop volgt een hoeveelheid cijfergegevens over het aanbod van kinder- en jeugdprogramma's op radio en televisie, en de luister- resp. kijkdichtheid ervan per dag, per uur, per leeftijdsgroep enz.

Een paar opvallende punten: ondanks het feit dat de Nederlandse zenders afhankelijk zijn van betalende leden (dus niet van kinderen), en hoewel er geen verplichtingen zijn qua hoeveelheid kinderprogramma's, is het aanbod tamelijk ruim: gemiddeld 15% van de zendtijd wordt besteed aan jeugd- en kinderuitzendingen. Terwijl de programma's voor kinderen ongeveer even vaak binnenlandse als buitenlandse produkties zijn, worden jongerenprogramma's voor 93% in eigen land gemaakt.

M.W.

Neil POSTMAN,

Weloverwogen Bezwaren.

Houten, Het Wereldvenster, 1988, 173 blz.

Na het boek "Wij amuseren ons kapot" komt "Weloverwogen bezwaren" van de 'cultuurpessimist' Neil Postman. Een nieuw boek maar het thema blijft hetzelfde: 'de teloorgang van de oude cultuur en waarden door de afstompend werkende Amerikaanse televisiecultuur'. Geen nieuwe ideeën dus, al besteedt hij hier wat meer aandacht aan het onderwijs als tegengif. Het boek is een bijeenraap-

sel van essays en toespraken. De meeste zijn (weer) polemisch en provocerend van toon en ze lezen bijzonder gemakkelijk. Enerzijds doet Postman hetgeen hij de televisiecultuur verwijt: hij biedt het publiek (dat niet lang de aandacht ergens bij kan houden) korte, hapklare brokken. Maar door de provocerende inhoud wil hij waarschijnlijk de lezer prikkelen tot nadenken en reageren. Voor wie zich graag ergert aan zwart-wit denken en extreme stellingnamen, en/of voor wie stof tot kritisch nadenken of discussie zoekt, een aanrader.

M.W.

Judee K. BURGOON, David B. BULLER & W. Gill WOODALL,

Nonverbal communication. The unspoken dialogue.

New York, Harper & Row, 1989, 544 blz.

Het grote aanbod aan literatuur in verband met non-verbale communicatie werd door de auteurs van "Nonverbal communication. The unspoken dialogue" doorploegd. Het resultaat is een 'beknopt' en boeiend werk, dat de belangrijkste informatie bij elkaar brengt - duidelijk gestructureerd, verstaanbaar, relevant.

Het werk bestaat uit twee delen:

- Nonverbal codes: structures, usage, and interrelationships. (Nonverbal communication; Visual and auditory codes; Contact codes; Place and time codes; Relationships between verbal and nonverbal communication)
- Nonverbal communication functions, (Identification of culture, race, gender, and personality; Impression formation and management; Mixed messages and deception; Relational communication; Expressive communication; Structuring interaction; Managing conversations; Social influence and facilitation; Message production, processing, and comprehension).

Daarbij komen dan nog een indrukwekkende referentielijst en index. Dit werk is een regelrechte must voor wie geïnteresseerd is aan niet-verbale communicatie.

M.J.D.R.

Thomas FENSCH,

The sports writing handbook.

Hillsdale, Lawrence Erlbaum, 1988, 262 blz.

Hoe schrijf ik een sportverslag? Het antwoord op die vraag deelt Thomas Fensch op in drie delen: Interviewen en observeren, Structuur, en Stijl. Dat derde deel krijgt het meeste aandacht.

"The sports writing handbook" zit boordevol handige tips, kant en klare recepten en voorbeelden. Als-

of je, zonder al te veel poespas, door een oude rot in (de knepen van) het vak ingewijd wordt. Een praktisch handboek - en toch ook net een ietsje meer; de sportwereld wordt af en toe ietwat gerelativeerd, bepaalde stereotype beelden worden doorprikt.

Voor wie artikelen over sport analyseert, is zo'n werk natuurlijk een handig instrument. Ook wie zich wil verdiepen in de wereld van de sportjournalist(iek) heeft hier een hele kluit aan.

M.J.D.R.

Joanne FINKELSTEIN,

Dining out. A sociology of modern manners.

Cambridge, Polity, 1989, 200 blz.

Uit eten gaan is meer dan voedsel nuttigen. Eten wordt een publiek gebeuren met tal van sociale betekenissen. Finkelstein probeert een antwoord te vinden op vragen als: Hoe gaat het streven naar persoonlijk genoeg doen uitmaken van het publieke domein; Waarom is uit eten nu zo populair; Hoe komt het individu tot de conclusie dat uit eten gaan plezierig is, dat zijn verlangens vervuld zullen worden, en dat het gaat om een waardevol tijdverdrijf? Daartoe gaat ze op zoek naar de sociale geschiedenis van het restaurant, en onderzoekt ze de diverse restauranttypes die we vandaag aantreffen. Voortbouwend op het werk van Elias vestigt ze de aandacht op de aard en ontwikkeling van manieren en hun relatie tot gebruiken, mode en persoonlijke identiteitsvorming.

Finkelstein beweert dat het moderne uit eten gaan wijst op een gebrek aan beleefdheid in de huidige sociale relaties en stelt dat de consumptiecultuur, met zijn *conspicuous consumption*, heeft gezorgd voor de ontwikkeling van een sociaal milieu waarbinnen interpersonele uitwisselingen gedegradeerd worden tot *commodities*.

Een hoogst origineel werk, zowel qua onderwerp als qua benadering, dat vooral veel heeft te bieden voor sociologen (ethnomethodologen), antropologen, en wie zich bezighoudt met culturele studies.

M.J.D.R.

David GRADDOL & Joan SWANN,

Gender Voices.

Oxford, Basil Blackwell, 1989, 214 blz.

Nagegaan wordt of we - zoals zo vaak wordt beweerd - door de taal die we spreken, sekseverschillen creëren en/of versterken.

Daartoe wordt in een eerste hoofdstuk van "Gender Voices" de link gelegd tussen taal en maatschappij, daarna komen in een tweede hoofdstuk de menselijke stem en noties als mannelijkheid en vrouwelijkheid aan bod. Verder wordt aandacht besteed aan verschillen tussen vrouwen en mannen

in woordkeuze en uitspraak; discours patronen en machtsrelaties; de seksistische structuur van de taal; taal en bewustzijn. In het laatste hoofdstuk wordt aan de hand van case studies gezocht naar mogelijkheden, strategieën, voor sociale en linguïstische veranderingen.

Het boek vormt een degelijke inleiding op de studie van dit domein.

M.J.D.R.

Stephen HORIGAN,

Nature and culture in Western discourses.

London, Routledge, 1988, 129 blz.

Stephen Horigan ziet de oppositie natuur-cultuur in de menswetenschappen als een middel om die menswetenschappen een basis te verlenen, om hun bestaan als autonome disciplines te legitimeren. Cultuur - met taal als teken van cultuur - zou dan eigen zijn aan de mens, en mensen van dieren onderscheiden. Die opvatting van cultuur wordt in dit werk nader beschouwd en in vraag gesteld.

Na een blik op de Amerikaanse culturele antropologen en het werk van Lévi-Strauss belandt Horigan bij de ruimte tussen natuur en cultuur, mens en dier (*The noble savage, the wild man*), om er op te wijzen dat natuur en cultuur niet netjes van elkaar zijn afgelijnd.

Tenslotte wijst Horigan erop dat ook de menswetenschappers van nu nog steeds verwickeld zijn in dogmatische discussies over het unieke van de mens. Hij wijst daarbij op experimenten waarin gepoogd wordt aan chimpansees een tekentaal te leren.

Het boek is buitengewoon helder geschreven en o.i. interessant voor al wie zich met menswetenschap bezighoudt.

M.J.D.R.

Gordon FYFE and John LAW (eds.),

Picturing power: visual depiction and social relations.

London, Routledge, 1988, 281 blz.

Visuele afbeeldingen worden gemarginaliseerd in sociologisch onderzoek en theorievorming. Enkele witte raven buiten beschouwing latend, kan gesteld worden dat afbeeldingen geen deel uitmaken van het gereedschap dat sociologen hanteren. Evenmin wordt de rol van de afbeelding als een middel tot sociale interactie erkend.

Gordon Fyfe en John Law gaan tegen deze stroom in en stellen dat afbeeldingen niet als louter illustraties van menselijke instituties en sociale relaties mogen worden beschouwd. Zij zien de afbeelding en het afbeelden veeleer als alomtegenwoordige aspecten van menselijke interactie. In dit werk gaat

alle aandacht dan ook naar de visuele dimensie van sociale relaties. Een late 'aanvulling' op het werk van Goffman en Berger.

M.J.D.R.

Morag SHIACH,
Discourse on popular culture. Class, gender and history in cultural analysis, 1730 to the present.

Cambridge, Polity Press, 1989, 238 blz.

Morag Shiach onderzoekt in "Discourse on popular culture. Class, gender and history in cultural analysis, 1730 to the present" de geschiedenis van de analyses van populaire cultuur in Groot-Brittannië, van de achttiende eeuw tot heden. Haar aandacht gaat daarbij vooral naar de wijze waarop het discours over populaire cultuur bepaald is door veronderstellingen betreffende macht, klasse en sekse, en naar de marginalisering van de culturele bijdragen van vrouwen.

De auteur slaagt erin de culturele en politieke veronderstellingen aan de basis van de diverse discours over populaire cultuur naar voren te brengen. Zo kan ze de complexe relatie tussen (het theoretiseren over) de 'dominante' en de 'populaire' cultuur in kaart brengen. (Shiach hanteert het concept 'dominante cultuur' als een middel om de relatie aan te geven tussen sociale macht en culturele productie "without assuming that the cultural forms and practices which constitute the 'dominant culture' are either unchanging or completely specifiable".)

Shiach wijst erop dat de veronderstellingen aan de basis van de discours over populaire cultuur - veronderstellingen betreffende klasse, cultuur, de rol van vrouwen, authenticiteit en cultureel verval - vragen oproepen. Die vragen verdienen de nodige aandacht bij de discussies over populaire cultuur, die nu aan de gang zijn.

Dit ronduit boeiende en stevig onderbouwde werk is in de eerste plaats interessant voor wie zich bezighoudt met communicatie, (populaire) cultuur, literatuur, en/of vrouwenstudies.

M.J.D.R.

David RUSSELL,
Popular music in England, 1840-1914. A social history.

Manchester, Manchester University Press, 1987, 303 blz., reeks Music and Society

David HATCH, Stephen MILLWARD,
From blues to rock. An analytical history of pop music.

Manchester, Manchester University Press, 1987, 217 blz., reeks Music and Society

In de reeks Music and Society zijn twee historische werken gepubliceerd. "From blues to rock. An analytical history of pop music" van David Hatch en Stephen Millward behandelt de klassieke thema's uit elke geschiedschrijving van rock-muziek: de zwarte oorsprong, de kruisbestuiving tussen stijlen, de invloed van de muziekindustrie, de sociale context.

"Popular music in England, 1840-1914. A social history" van David Russell gaat verder terug in de tijd en graaft ook dieper. Het is welomschreven qua tijdsperiode en territorium. Het belicht de Britse populaire muziek in het negentiende eeuwse, pre-fotografisch tijdperk: de straatmuzikanten, de music hall, de muziek gemaakt door arbeiders in de grootsteden, de ontlukende muziekuutgeverij en de liedbladproductie.

G.D.M.

James J. BRADAC (ed.),
Message effects in communication science.
London/Newsbury Park, Sage, 1989, 320 blz.

De Sage Annual Review of Communication Research heeft de reputatie een state of the art te geven van waar het communicatiewetenschappelijk onderzoek staat. De reeks is ondertussen aan zijn zeventiende volume toe. Daarin worden artikels gebundeld van een in 1986 gehouden meeting van de Speech Communication Association. Centrale vraag is: wat zijn de psychologische en sociale gevolgen van boodschappen. Het antwoord is al even verscheiden als het bonte gezelschap waaruit speech communication-onderzoekers bestaat. Het nauwgezet opgezet experiment, wat de methode betreft, en de information processing benadering, wat concepten betreft, lopen nochtans als een rode draad door de essays. Centrale begrippen zijn: mentale representatiemodellen van boodschappen, begrijpelijkheid, kennisverwerking, aandacht voor, herinnering en waardering van boodschappen, die mogelijk op een bepaalde variabele gevarieerd worden.

G.D.M.

Johan VAN HECKE,
Heimwee naar huis.
Antwerpen, Dedalus, 1989, 160 blz.

Naar het voorbeeld van de in 1987 verschenen bloemlezing van Hollandse liedjesteksten is er met "Heimwee naar huis" nu ook een verzameling beschikbaar van Vlaamse schlagerteksten, 190 in totaal, gerubriceerd volgens een aantal rubrieken. Niet alleen kleinkunst-liedjes maar ook populaire

schlagers van na de tweede wereldoorlog werden waardig bevonden. Een boek dat op tijd komt, nu de Vlaamse schlager aan een opwaardering toe is.

G.D.M.

Simon FRITH,

World music, politics and social change.

Manchester, Manchester University Press, 1989, 216 blz., reeks Music and Society

Lucy GREEN,

Music on deaf ears. Musical meaning, ideology and education.

Manchester, Manchester University Press, 1988, 165 blz., reeks Music and Society.

Twee boeken uit de reeks 'Music and Society' verdienen een meer dan middelmatige belangstelling. "World music, politics and social change" handelt over world music, een label bedacht om de kruisbestuiving tussen westerse en niet-westerse populaire muziek te omschrijven. Het is opgehangen aan vragen als: wat is de impact van westerse technologie en kapitaal op uitvoerders in de derde wereld,

is deze world music een verrijking dan wel een verarming? Het antwoord is niet meteen pessimistisch, maar hier en daar wordt toch een kritische noot genoteerd over commercialiseringsgevaar en verlies aan politieke strijdbaarheid.

"Music on deaf ears. Musical meaning, ideology and education" is een poging om een aantal common sense-ideeën over muziek, zoals binaire tegenstellingen tussen kunst en entertainment of grote en populaire muziek, aan een kritisch onderzoek te onderwerpen.

G.D.M.

Michael SCHENK,

Medienwirkungsforschung.

Tübingen, J.C.B. Mohr, 1987, 480 blz.

Methoden, modellen en resultaten van het effectonderzoek van Anglo-Amerikaanse en Duitse oorsprong worden grondig behandeld. Alle benaderingen zijn opgenomen, van de allereerste tot de meest recente. Het meest volledige leerboek in het Duitse taalgebied op dit ogenblik.

G.D.M.