

boek- besprekingen

J. LULL,

Inside family viewing: Ethnographic research on television's audiences.

London, Routledge, 1990, 190 blz.

James Lull is een van de eerste auteurs die het traditionele kwantitatieve en kwalitatieve communicatieonderzoek heeft gekoppeld aan etnografische studies. *Inside family viewing* toont aan op welke wijze de etnografie communicatiefenomenen kan verklaren. De auteur beschrijft hoe televisie binnendringt in de huiselijke sfeer van Amerikaanse families, of hoe mensen uit andere culturen (China b.v.) televisie gebruiken en interpreteren. Een boeiend boek voor wie begaan is met (televisie-)publieksonderzoek.

G.C.

G. PHILO,

Seeing and believing: the influence of television.

London, Routledge, 1990, 240 blz.

Greg Philo is onderzoeksdirecteur van de Glasgow University Media Unit. Zich baserend op recente studies van dit instituut beschrijft hij de grote impact van televisie op wat mensen denken. Hij komt tot de vaststelling dat de meeste mensen geloven wat ze zien, en dat televisie niet zomaar gebruikt mag worden als een politiek of propaganda-instrument. Een nieuwe bijdrage tot het debat over de effecten van televisie en de controversie over de vertekening in/door het televisienieuws.

G.C.

J. SLATER,

Modern television systems : To HDTV and beyond.

London, Pitman Publishing, 1991, 308 blz.

Modern television systems is een technische voorstelling van de televisiesystemen van nu en de toekomst. Het gaat over de stand van zaken op het vlak van kleurentelevisie, van PAL en SECAM over MAC tot HDTV (High Definition Television), over de impact van satelliettelevisie en de gevolgen daarvan voor de HDTV. Hoewel het boek ook bedoeld is voor niet-technisch geschoolden, is een zekere technische bagage nuttig.

G.C.

J. KUITENBROUWER,

Lijfstijl : de manieren van nu.

Amsterdam, Prometheus, 1990, 163 blz.

De auteur van "Turbotaal" heeft deze keer zijn aandacht verlegt naar onze manieren en omgangsvormen. De centrale vraag in *Lijfstijl* is hoe het nu gesteld is met de etiquette in de jaren negentig. Aan de hand van anekdotes en korte stukjes dialoog krijgt de lezer een antwoord op de vraag hoe wat hoort wanneer en waar. Het gaat daarbij over zowel de man-vrouw-verhouding, als het algemenere sociale verkeer en de zakenwereld. Door de luchtige stijl, het anekdotische karakter van *Lijfstijl*, de humor en de scherpe observaties die erin beschreven worden, maakt de lezer met plezier kennis met de moderne omgangs- en communicatievormen in uiteenlopende situaties. Een leuk boekje, warm aanbevolen om snel weer "bij" te zijn over hoe men "in" is.

G.C.

A.A. COHEN, H. ADONI en C.R. BANTZ,

Social conflict and television news.

London, Sage, 1990, 258 blz.

In *Social conflict and television news* gaan de auteurs op zoek naar de wijze waarop sociale conflicten in het algemeen worden voorgesteld in het televisienieuws, hoe mensen deze conflicten waarnemen en in hoeverre deze twee met elkaar verband houden. Het onderzoek gebeurde over één specifiek feit, de intifada (strijd van de Palestijnen). Men vergeleek de berichtgeving hierover in de V.S.A., Groot-Brittannië, (West-) Duitsland, Israël en Zuid-Afrika, en trok daaruit conclusies over zowel de presentatie als de perceptie van nieuws over sociale conflicten. Omdat de auteurs niet nalaten het onderzoek theoretisch te situeren, door het cross-nationale karakter van de studie en omwille van de combinatie van verschillende onderzoeksmethoden, is *Social conflict and television news* meer dan een zoveelste case-study.

G.C.

R. WILLIAMS,

Television : Technology and cultural form. Heruitgave door E. Williams.

London, Routledge, 1990, 164 blz.

Omdat de studie van professor R. Williams over televisie, voor het eerst gepubliceerd in 1974, erg vooruitstrevend was voor die tijd, en een aantal ideeën bevatte over de invloed van televisie op de maatschappij die zich nu volop manifesteren, werd het geactualiseerd door zijn zoon en opnieuw uitgegeven. Na een korte historiek van

het medium televisie analyseert Williams de instellingen die werden gecreëerd en vergelijkt deze van Groot-Brittannië met deze van de V.S.A. Vervolgens neemt hij programma's en programmaschema's onder de loep, en staat stil bij het fenomeen van de enorme toename van het programma-aanbod. Tot slot komen de laatste technische ontwikkelingen inzake televisie aan bod, waarbij de auteur een heleboel kritische vragen formuleert. De conclusie van de eerste editie verliest niets van zijn geldigheid in deze herwerkte uitgave: televisie kan een instrument zijn voor educatie en bredere democratie, maar het kan evengoed leiden, ondanks de geprezen competitie en keuzemogelijkheden, tot een beperking van de individuele en collectieve keuze tussen de verschillende geprogrammeerde mogelijkheden.

G.C.

J.R. BENNETTA,
Terminal signs: Computers and social change in Afrika.
Berlin, Mouton de Gruyter, 1990,
424 blz.

Jules-Rosette Bennetta beschrijft in *Terminal signs* de invloed van de (computer-)technologie op de maatschappelijke ontwikkeling van twee Afrikaanse landen: Kenia en Ivoorkust. Ze deed daarvoor vier jaar veldonderzoek over de evolutie van het aantal computers, de groei van het aantal computerbedrijven en van de opleidingscentra voor computergebruik. In het eerste deel schetst de auteur het theoretische en etnografische kader voor haar onderzoek. Deel twee is een weergave van de

onderzoekresultaten m.b.t. de overname en inplanting van computertechnologie in de twee landen. Het derde deel besluit het boek met een semiotische analyse van het computergebruik en "postmodernisme" in Afrika. Een boeiend boek, dat uitblinkt door de originaliteit, zowel wat betreft de gebruikte methode als inzake de keuze van het onderwerp.

G.C.

Ch. CHANNON (Ed.),
20 Advertising case histories.
London, Cassell, 1989, 315 blz.

20 advertising case histories bevat een selectie van papers ingediend voor de 'Advertising Effectiveness Awards' van het Institute of Practitioners in Advertising, edities 1984 en 1986. Aan de deelnemers werd gevraagd de planning van een campagne voor te leggen en de resultaten ervan te evalueren. De hier opgenomen cases demonstreren dan ook duidelijk de doeltreffendheid van reclame en het effect van campagnes op verkoop en winst. De cases op zich zijn interessante lectuur en omvatten een zeer gevarieerd gamma aan onderwerpen, gaande van reclame voor gewone verbruiksgoederen, tot de promotie van de Engelse Riviera of van de privatisering van het Britse Telecom. In de inleiding op het werk worden tevens enkele vragen geformuleerd bij de verschillende gevalstudies, en worden ook aanwijzingen gegeven voor verdere lectuur in het domein van reclame en marketing.

20 advertising case histories is het tweede boek in een reeks; de cases opgeno-

men in het eerste boekdeel werden geselecteerd uit papers ingediend voor de Advertising Effectiveness Awards in 1980 en 1982.

A.M.

J. NAISBITT en P. ABURDENE,
Megatrends 2000.

Utrecht, het Spectrum, 1990, 376 blz.

In *Megatrends 2000* wil de Naisbitt-groep de voornaamste trends van de jaren 90 identificeren en beschrijven. Voorwerp van dit boek is dus niet een imaginaire toekomst, maar een analyse van de maatschappelijke veranderingen die reeds hebben plaatsgevonden of die zich nu voltrekken.

De 10 voornaamste megatrends die volgens Naisbitt het komende decennium onze leefwereld zullen beïnvloeden, zijn: een sterk oplevende wereldeconomie, een renaissance in de (beeldende) kunst, het opkomen van een vrije-markt-socialisme, mondiale 'lifestyles' en culturele nationalisme, het afbrokkelen van de verzorgingsstaat, de opkomst van het Pacifisch gebied, het decennium van de vrouwelijke leiders, het tijdperk van de biologie, een revival van de religie, de triomf van het individu.

Voor de opsporing en identificatie van deze veranderingen werd zowel gesteund op sociaal-wetenschappelijke rapporten als op talrijke publikaties uit de wereldpers; het is de verdienste van de Naisbitt-groep uit dit totaalbeeld de huidige en toekomstige trends te hebben gedistilleerd.

A.M.

J. KATUS en A. VAN DER MEIDEN
(Red.),

Jaarboek public relations en voorlichting 1990.

Muiderberg, Dick Coutinho, 1990, 166 blz.

Met het eerste *Jaarboek public relations & voorlichting* pogen de auteurs tegemoet te komen aan de behoefte aan informatie over ontwikkelingen en de actuele stand van zaken in public relations en voorlichting, en in de deelgebieden binnen deze twee velden van beroepsbeoefening. Het boek is dan ook in de eerste plaats bestemd voor al wie in de praktijk, in het onderwijs of op onderzoeksgebied bij public relations en voorlichting betrokken is.

In het *Jaarboek 1990* wordt in een vijftiental artikelen niet alleen de state of the art van zowel PR als voorlichting in zijn algemeenheid geschetst, maar wordt nader ingegaan op een breed scala van deelgebieden als gezondheids-, overheids-, industrievoorlichting etc., en snel groeiende nieuwe takken als internationale PR, milieuvorlichting, investor relations. Een aantal treffende case studies, overzichten van literatuur, gegevens over opleiding, bij- en nascholing maken van dit boek een ware vraagbaak voor iedereen die op dit gebied bij wil blijven.

A.M.

S. KRAUS,
Televised presidential debates and public policy.

Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates, 1988, 184 blz.

Leidraad in *Televised presidential debates and public policy* is de vraag naar de

impact van presidentiële tv-debatten op het verkiezingsproces in het bijzonder, maar ook op het politieke proces in het algemeen. De auteur leidt het thema in met een beknopte weergave van de standpunten van zowel voor- als tegenstanders van dergelijke televisiedebatten. Vervolgens wordt de rol van het medium televisie in het verkiezingsgebeuren toegelicht, waarbij ook verder op haar relatie met politieke partijen, campagne, kiezers, en opiniepeilingen wordt ingegaan. Aansluitend volgt een systematisch overzicht van de debatten van 1960, 1976, 1980 en 1984. In volgende hoofdstukken wordt dan nog aandacht besteed aan de evaluatie en interpretatie van de debatten als wedstrijden met winnaars en verliezers, en aan de voorspellingswaarde ervan in termen van verkiezingsresultaten; aan de analyse van de effecten van de debatten en hun invloed op de kiezers; en aan specifieke aspecten zoals sponsoring, kandidaatsinbreng, en vormgeving. Tot slot volgt een uitgebreide bibliografie.

A.M..

S. KEIKES,

Basisboek public relations.

Diepenheim, Uitgeverij Keikes, 1990.

Saco Keikes heeft getracht een handleiding op te stellen ten behoeve van de opleidingscursus die sinds vele jaren - en met succes - door het Nederlands Genootschap van Public Relations wordt georganiseerd als toegangsexamen tot het public relationsberoep. Naast typische public relations aangelegenheden zijn ook de ingrediënten opgenomen zoals audiovisuele hulpmiddelen, evenementenbehandeling,

tentoonstellingen en vakbeurzen, vervaardiging van drukwerk, huisstijl, enz. De stijl is concreet-zakelijk en vormt inderdaad een goede onderbouw voor deelneming aan een examen. Zoek er echter geen theoretisch-grondige behandeling in, noch een basiswerk voor public relations. Zeer nuttig voor beginners.

P.Ma.

D. MOSS,

Public relations in practice. A case-book.

London/New York, Routledge, 1990.

Een van de meest gezochte elementen voor het public relations-onderzoek, maar ook voor de public relations-praktijk is de gevallenstudie, weinig instellingen zijn bereid hun boeken open te doen en hun "geval" voor te leggen aan een kritisch onderzoek. Universiteitsstudenten pogen wel een inzicht te krijgen in één of ander geval, maar meestal missen ze de ervaring van de praktijk om tot de kern van de zaak door te dringen en een kritische evaluatie te maken. Publikaties terzake zijn ook uiterst zeldzaam, zodat iedere uitgave met een vreugdekreet wordt begroet. Daarom is ook dit boek nuttig en interessant: professioneel van toon en benadering, voldoende kritisch om een evaluatie mogelijk te maken, zeer verscheiden in de behandelde instellingen en themata. Mochten we op geregelde tijdstippen dergelijke publikaties bekommen, dan zou de public relations-theorie een nieuwe impuls verkrijgen, die nu al te vaak ontbreekt, want er leeft wat in de praktijk.

P.Ma.

C.J.J. KORSWAGEN (Red.),
Gids voor de techniek van het doeltreffend spreken, presenteren en instrueren. Unilaterale communicatie.
Deventer, Van Loghum Slaterus, 1988, 278 blz.

C.J.J. KORSWAGEN (Red.),
Gids voor de techniek van het doeltreffend leiding geven en deelnemen aan twee- en vraaggesprekken. Bilaterale communicatie.
Deventer, Van Loghum Slaterus, 1988, 317 blz.

C.J.J. KORSWAGEN (Red.),
Gids voor de techniek van het doeltreffend leiding geven en deelnemen aan informatie-, discussie- en vergaderbijeenkomsten. Multilaterale communicatie.
Deventer, Van Loghum Slaterus, 1989, 329 blz.

Dit drieliuk van Korswagen is een herwerkte (vastbladige) heruitgave van de delen over de mondelinge communicatie uit het losbladige Handboek taalhantering: praktische communicatiegids voor bedrijven, instellingen en overheid.

In elk deel wordt, vertrekkend van een theoretische beschrijving van de communicatiesituatie en de te maken keuzen, ingegaan op de voorbereiding en presentatie van de betreffende communicatievorm in concrete situaties. In het deel over unilaterale communicatie komen bijvoorbeeld allerlei gelegenheidstoespraken, spreken voor radio en televisie en instructie aan bod.

In het deel dat handelt over bilaterale communicatie worden verschillende vormen van interview (vrij interview en enquête, exit-interview en journalistiek interview) behandeld, maar ook een hele reeks van gesprekstypes: slecht nieuwsgesprek, voorlichtingsgesprek, introductiegesprek, functiegesprek, advies- en probleemoplossend gesprek, verkoopgesprek en correctiegesprek. Origineel is het hoofdstuk over gespreksvoering via de telefoon. Uit deze opsomming blijkt de volledigheid en de multifunctionaliteit van deze werken overduidelijk.

Het derde deel (multilaterale communicatie) biedt hetzelfde beeld. Vertrekend van een theoretisch deel over gespreksdynamiek wordt heel concreet ingegaan op informatieve bijeenkomsten, discussiebijeenkomsten, vergaderingen (al dan niet met agenda). Maar ook niet-besloten bijeenkomsten: panneldiscussies, debatten, conferenties, hoorzittingen, openbare vergaderingen e.d.m. komen aan bod. De auteurs gaan niet alleen in op de inhoudelijke voorbereiding van zo een bijeenkomst, maar ook op de praktische, materiële voorbereidingen.

De auteurs willen "een op theoretische fundamente gebaseerde praktische gids zijn voor ieder die daar vanuit zijn beroep of maatschappelijke functie of gewoon uit belangstelling behoefte aan heeft". Het lijkt ons dat ze daar op bewonderenswaardige wijze in geslaagd zijn. Een handboek dat op geen enkele voorlichtingsafdeling (of andere afdeling met een communicatietaak) mag ontbreken.

M.W.

P. SEPSTRUP,
Transnationalization of television in Western Europe.
London, John Libbey, 1990, 132 blz.

Met *Transnationalization of Television in Western Europe* heeft Sepstrup gepoogd een kader te ontwikkelen dat toelaat de internationale stroom van televisieprogramma's te meten en te begrijpen. In eerste instantie maakt hij een onderscheid tussen de transnationalisatie van het aanbod en de consumptie. Hierbij geeft hij nog eens drie niveaus van programma-uitwisseling aan: de nationale, de bilaterale en de multilaterale dimensie. Aan de hand van dit conceptueel kader worden bestaande onderzoeken - o.a. Nordenstreng en Varis (1979), Chapman et alii (1986), Pragnell (1985), Varis (1985) - vergeleken en geëvalueerd. Hierin ligt dan ook de waarde van dit werk. Het verzamelen, vergelijken en interpreteren van al deze 'television flow' gegevens laat immers toe uitspraken te formuleren over het zogenaamde Amerikaanse cultuurimperialisme waar West-Europa zou aan lijden. In die zin kan dit boek tevens een beleidsinstrument zijn in de mediapolitiek die op nationaal en internationaal niveau wordt gevoerd. Een uitgebreide literatuurlijst, achtergrondinformatie over de empirische onderzoeken, en tabellen ronden het geheel af en maken van *Transnationalization of Television in Western Europe* een aanrader.

P.M.

J. TULLOCH en G. TURNER (Ed.),
Australian Television. Programs, pleasures and politics.
Sydney, Allen & Unwin, 1989, 204 blz.

Australian television maakt samen met eerder verschenen werken als *National fictions* en *Myths of Oz* deel uit van de serie 'Australian cultural studies', waarbij - uitdrukkelijk - geen onderscheid wordt gemaakt tussen 'hoge' en 'populaire' cultuur. In deze traditie behandelt *Australian television* uiteenlopende onderwerpen, waarbij de nadruk komt te liggen op de codes en conventies gebruikt in specifieke genres als quizzen (the wheel of fortune,...), mini-series, soapseries, reclame, televisiedocumentaires en wetenschappelijke televisieprogramma's. Het publiek wordt voornamelijk vanuit etnografische en psychoanalytische hoek benaderd. In geen enkele bijdrage is de notie van de wisselwerking tussen productie en receptie ver weg.

Het feit dat veel van de besproken televisieprogramma's hier niet gekend zijn, komt de verstaanbaarheid van het boek niet altijd ten goede. Toch neemt dit niet weg dat dit boek een interessante introductie is in de Australische televisie en cultuur.

P.M.

A. VINCENT,
Les groupes d'entreprises en Belgique. Le domaine des principaux groupes privés.
CRISP, 1990, 407 blz.

Het degelijke 'Centre de Recherche et d'Information Socio-Politique' nam in 1990 het bewonderenswaardig initiatief

om met een nieuwe serie te starten waarin grote groepen/ondernemingen financieel en economisch (zullen) worden doorgelicht. Het is de bedoeling om de fragmentarische informatie die het grote publiek bereikt over financiële transacties en herstructureringen in de wereld van de grote ondernemingen, te bundelen en inzichtelijk te maken, zodat bedrijfsstrategieën en hun sociale en economische impact begrijpbaar worden. In het eerste nummer worden niet de minste van de Belgische ondernemingen aangepakt: Suez, Brussel Lambert, Petrofina en Solvay.

Na een historische schets wordt voor elk van deze ondernemingen het huidige actionariaat, de verschillende activiteiten en dochterondernemingen geanalyseerd (b.v. banden tussen BBL en CLT, moederbedrijf van RTL). Veelal lijkt dit onderzoek op een ware speurtocht waarbij allianties en vervlechtingen worden ontrafeld. *Les Groupes d'Entreprises en Belgique* is een degelijk consultatie- en handboek geworden met duidelijke organigrammen die de structuur van vier belangrijke Belgische holdings blootlegt. Uitkijken naar het volgende nummer!

P.M.

J. DOMINICK, B.L. SHERMAN en G. COPELAND,

Broadcasting/Cable and beyond. An Introduction to modern electronic media.

McGraw-Hill Publishing Company, 1990, 489 blz.

Broadcasting/cable and beyond biedt een zeer volledig overzicht van het reilen en zeilen van het Noordamerikaanse audiovisuele systeem.

Het boek valt uiteen in zeven delen, waarin telkens één aspect van het mediasysteem wordt beschreven: in het eerste deel wordt dieper ingegaan op de huidige structuur van radio, televisie, kabel en video. In deel twee komt de programmering aan bod op radio en televisie. Bijzondere aandacht gaat uit naar nieuws- en amusementsprogrammering. In het derde deel duikt men de geschiedenis in van de Amerikaanse radio, televisie en kabel. Het vierde deel behandelt de technologische infrastructuur van de audiovisuele media. Het vijfde deel gaat dan weer dieper in op het publiek en de media-effecten. Dit deel biedt een overzicht van het traditionele, Amerikaanse publieksonderzoek. Het zesde deel is toegespitst op de (de)regulering van de media in de VS. Naast wetgeving komen ook de gangbare ethische richtlijnen en zelfregulering aan bod. In het zevende deel, tenslotte, waagt men zich aan enkele voorspellingen, vooral naar de nieuwe media toe. *Broadcasting/Cable and beyond* is een rijkelijk geïllustreerd boek, dat een degelijke inleiding biedt tot de structuur en werking van de Amerikaanse audiovisuele media.

P.M.

M. TURIM,

Flashbacks in Film. Memory & History.

London, Routledge, 1989, 278 blz.

In *Flashbacks in Film* onderzoekt de auteur het gebruik van de flashback. Met name de Europese en Japanse avant-garde film van de jaren '20, maar ook het Amerikaanse psychologisch melodrama en de film noir komen hierbij uitvoerig aan bod. De centrale

vraag die bij deze studie gesteld wordt, is *hoe* en *waarom* de flashback onder bepaalde vormen in bepaalde culturen voorkomt. Om op deze vragen een antwoord te vinden probeert Turim de flashback vanuit diverse standpunten te belichten. Hierbij doet de auteur een beroep op diverse theorieën zoals de semiotiek van het beeld, enkele structuralistische narratieve theorieën, alsmede psycho-analytische en perceptiepsychologische theorieën, theorieën over ideologie en filosofische opvattingen over het geheugen en het bewustzijn. De stelling waar Turim uiteindelijk toe komt, is dat bepaalde dominante filosofische en ideologische opvattingen het gebruik van de flashback in bepaalde periodes bevorderen en in andere tegenwerken.

Ook al is men het niet steeds eens met alle interpretaties, toch biedt *Flashbacks in film* in vele opzichten een nieuwe en interessante aanpak van de filmstudie: door de historische invalshoek beperkt de auteur zich niet tot het theoretisch beschrijven van één specifieke verteltechniek, maar bestudeert zij tevens het gebruik en de functie van de flashback. Dit laat haar dan weer toe aan te tonen dat de historische evolutie niet steeds een teleologisch gedreven rechte lijn volgt van een eenvoudige techniek naar een steeds complexer wordende techniek, maar dat de geschiedenis vaak a-synchroon en a.h.w. in horten en stoten verloopt. Het rijke corpus dat tijdens de studie wordt behandeld, biedt de lezer tegelijkertijd de kans met nieuwe films kennis te maken en/of gekende films vanuit een ander standpunt besproken te zien.

P.C.

J. BRUNOW (Hg.),
Schreiben für den Film. Das Drehbuch als eine andere Art des Erzählens.

München, Edition Text + Kritik, 1989,
109 blz.

Met het inruilen van de auteurstheorie voor een postmoderne contextualistische aanpak zijn filmwetenschappers en -critici gaan beseffen dat naast de regisseur nog andere 'auteurs' aan de productie van films hebben meegewerkt. Door deze methodologische verschuiving is o.m. de scenarioschrijver eveneens in de filmwetenschappelijke kijker komen te staan. In *Schreiben für den Film*, dat de tweede publikatie uitmaakt in een reeks over literatuur en andere kunsten, worden een aantal theoretische en praktische bedenkingen m.b.t. scenarioschrijven samengebracht. Jochen Brunow heeft het over de plaats die het scenario inneemt in het totale productieproces, en wijst erop dat het vooralsnog een utopie is te stellen dat het script een autonome (literaire) status heeft verworven. Karsten Witte schetst een historische evolutie van het scenarioschrijven in Duitsland. Martin Wiebel brengt enkele bedenkingen over de plaats van de auteur in het hedendaagse televisiespel, en Alfred Behrens bespreekt enkele nieuwe verteltechnieken in functie van de diverse moderne televisiestations. *Schreiben für den Film*, dat eigenlijk de neerslag is van een symposium dat plaats vond in 1987, besluit met een interview dat Jochen Brunow had met Wim Wenders.

P.C.

G. FERNETT,

American film studies: an historical encyclopedia.

London, McFarland & Co., 1988, xiii+295 blz.

Deze beknopte encyclopedie biedt een alfabetische lijst van Amerikaanse filmstudio's. Per studio worden heel kort de ontstaansgeschiedenis en de voornaamste produkties vermeld. *American film studies* besluit met een selectieve bibliografie en een index van de vermelde personen, studio's en films. Een interessant werk voor wie een eerste kennismaking zoekt met enkele (ook minder bekende) Amerikaanse filmstudio's.

P.C.

J. NAREMORE,

Acting in the cinema.

Los Angeles, University of California Press, 1988, ix+307 blz.

In tegenstelling tot Bartons boek is *Acting in the cinema* geen handleiding voor leerling-acteurs. Naremore's standpunt is dat van de criticus of van de wetenschappelijke analyst. In een eerste deel schetst de auteur een theoretisch kader waarin enkele analyseinstrumenten worden aangereikt. Inspiratiebronnen hiervoor zijn o.m. Barthes, Goffman, Stanislavski en Brecht. Naremore probeert hiermee een aantal toneelkenmerken die de film toch ook heeft, opnieuw in de kijker te brengen. De studie concentreert zich op de Amerikaanse 'mainstream' cinema en gaat ideologische implicaties die bepaalde acteerstijlen impliceren, niet uit de weg. Aspecten die doorheen de

diverse hoofdstukken aan bod komen zijn het 'framing'proces (cf. Goffman) dat de communicatie tussen de acteurs en het publiek binnen bepaalde min of meer conventionele banen houdt, retorische conventies die het acteer spel determineren, expressieve technieken zoals houding, gebaren, stem en de globale lichaamstaal als index voor geslacht, leeftijd, etnische en maatschappelijke groep, make-up, kostuums, mise-en-scène, enz.

In deel twee wordt een variëteit van acteerstijlen besproken aan de hand van enkele beroemde filmsterren. Hierin komen achtereenvolgens aan bod Lilian Gish in *True Heart Susie*, Charles Chaplin in *The Gold Rush*, Marlene Dietrich in *Morocco*, James Cagney in *Angels with Dirty Faces*, Katharin Hepburn in *Holiday*, Marlon Brando in *On the Waterfront* en Cary Grant in *North by Northwest*.

Deel drie ten slotte biedt een synthese van de in de vorige twee delen behandelde items aan de hand van twee films, nl. *Rear Window* en *The King of Comedy*.

De tekst is in een vlotte vertelstijl geschreven, en diverse passages worden met zwart-wit foto's geïllustreerd. *Acting in the Cinema* biedt tegelijkertijd een nieuwe invalshoek voor de filmstudies, en een reeks interessante en inspirerende analyses van acteerstijlen en films.

P.C.