

boek- besprekingen

W. SIMON,
**Opsporing verzocht. Resultaten,
feiten en achtergronden.**
Naarden, Strengholt, 1989, 152 blz.

In 1969 begon men bij de AVRO voor het eerst te denken aan een programma waarin de politie de burgers vraagt te helpen ernstige misdrijven op te lossen. Voorbeeld was een gelijkaardig Duits programma. Het duurde tot 1975 voor de eerste proefuitzendingen op het scherm kwamen. De definitieve start van het programma *Opsporing verzocht* liet nog langer op zich wachten, namelijk tot 1982. Will Simon is vanaf het allereerste begin bij het programma betrokken geweest. Hij verhaalt in *Opsporing verzocht* de geschiedenis en achtergronden van het programma. In feite is het principe van het programma hetzelfde als dat van een buurtonderzoek. De politie gaat echter niet met foto's en vragenlijsten van deur tot deur, maar komt via de televisie bij alle huizen in Nederland. De cases worden met zorg gekozen door een Adviesraad. Simon benadrukt herhaaldelijk dat het de hoofdzorg van de makers is, dat niemand anders het slachtoffer wordt van dit programma dan de daders. Het mag ook geen voorbeeldwerking hebben of bewondering opwekken voor de daders, en het moet aandacht hebben voor de slachtoffers en hun leed. Ook wijst Simon op de inspanningen die het programma leverde op het gebied van preventie.

Het programma bleek zeer succesvol: gemiddeld 50 % van de (steeds ernstige) misdrijven werd opgelost. Verschillende malen gebeurde het dat misdadigers zichzelf aangaven bij de politie, zodra ze hoorden dat ze in het

programma zouden komen. Het boek is o.i. niet zo'n succes. Het bevat een overweldigende hoeveelheid cases, die meer inzicht zouden moeten geven in de produktie van het programma. Het wordt daardoor een aaneenschakeling van korte en droge beschrijvingen van moord- en verkrachtingszaken. Misschien 'lekkere' lectuur, maar uiteindelijk weinig informatief. De informatie over het maken van het televisieprogramma loopt verloren in zoveel stof voor politseries.

M.W.

H. WAPENAAR, N.G. ROLING en
A.W. VAN DEN BAN,

Basisboek voorlichtingskunde.

Meppel, Boom, 1989, 319 blz.

Basisboek voorlichtingskunde is een grondige herziening van de klassieke Inleiding tot de voorlichtingskunde, van A.W. van den Ban. Het geeft een overzicht van het hele gebied van voorlichtingskunde, en is geschreven voor al diegenen die in hun werk (zijdelings) met voorlichting te maken krijgen. Interessant is dat een hoofdstuk gewijd wordt aan de kennis opgedaan in de sociale psychologie omtrent leren, menings- en besluitvorming, gedragsverandering en het aanvaarden en verspreiden van vernieuwingen. Deze kennis is onmisbaar voor een voorlichter, maar ontbreekt helaas in veel voorlichtingswerken. Vanzelfsprekend komen het werkplan van de voorlichting, een karakteristiek element van alle voorlichtingskundige werken, en de methoden van voorlichting weer aan bod. Speciale hoofdstukken worden gewijd aan informatieve, educatieve en persuasieve voorlichting. Maar er wordt ook aan-

dacht besteed aan een aantal topics zoals voorlichting aan moeilijk bereikbare groepen, organisatie en management van voorlichting.

Het geheel is doorspekt met voorbeelden uit de praktijk (door de plaatsing in kaders makkelijk te herkennen) en heeft een aangename layout gekregen. Zoals de voorganger zal dit zeker een klassieker worden voor geïnteresseerden en studenten in voorlichting.

M.W.

S. AVALLONE (Ed.),

Film writers guide.

Beverly Hills, Lone Eagle Publishing Co., 1990, x+282 blz.

De tweede herziene en uitgebreide versie van de *Film writers guide* bevat een alfabetische lijst met namen van scenarioschrijvers. Per scenarioschrijver worden de coördinaten van een contactpersoon of -instantie gegeven (meestal de naam van een agent en een telefoonnummer), en een lijst van geproduceerde en niet geproduceerde films. De vermelde credits betreffen voornamelijk bioscoopfilms. Voor de credits van televisiefilms wordt verwezen naar het complementaire volume van de *Television writers guide*. Deze editie bevat voornamelijk geen credits van adaptaties en verhalen. De lijst van namen en credits gaat terug tot 1960. Titels van produkties die hieraan voorafgaan worden beloofd voor de volgende editie.

Na de lijst met scenarioschrijvers volgt nog een index met filmtitels en de scenarist(en) van de film, en een index met de naam en het adres van de 'agents' en 'managers'.

P.C.

J.P. TELOTTE,
Voices in the dark. The narrative patterns of film noir.

Urbana en Chicago, University of Illinois Press, 1989, 248 blz.

In *Voices in the dark* brengt Telotte een tiental besprekingen van films noirs in evenveel hoofdstukken bijeen. Aan deze hoofdstukken gaat een inleiding vooraf waarin de auteur enkele typische film noir vertelstrategieën behandelt, nl. de buitenbeeldse vertelling met flash backs, de subjectieve camera en een reeks documentaire verteltechnieken (in de klassieke Hollywood cinema geïmporteerd via de semi-documentaire). In deze introductie wordt de hypothese gesuggereerd dat de Amerikaanse film noir zich van de conventionele 'klassieke' films onderscheidt door het op een min of meer consequente manier experimenteren met narratieve technieken. In tegenstelling tot de voorgaande studies over de film noir, die meestal hun eigen definitie van film noir naar voor schuiven, gaat Telotte uit van de films die in het wetenschappelijk debat over de film noir zijn betrokken. Vervolgens worden deze verteltechnieken in verschillende films besproken. Achtereenvolgens komen aan bod *Double Indemnity* en de dubbele gelaagdheid van de vertelling, *The Lady from Shanghai*, subjectiviteit en begeerte, *Sorry, Wrong Number*, manipuleren en gemanipuleerd worden, *Murder My Sweet*, visie en obstructie, en *The lady in the Lake*, *Dark Passage* en het gebruik van de subjectieve camera. Hoofdstukken 8 en 9 hebben het over de vernieuwende 'realistische' kenmerken van de Amerikaanse semi-documentaire.

De stijl van deze analyses is sterk hermeneutisch en psycho-analytisch geïnspireerd. Toch biedt deze studie enkele vernieuwende, zij het persoonlijke, interpretaties.

P.C.

M.J. MEDHURST, A. GONZALEZ
en T.R. PETERSON (Ed.),

Communication and the culture of technology.

Washington, Washington State University press, 1990, 285 blz.

Communication and the culture of technology bundelt veertien bijdragen die in 1989 werden voorgedragen op de conferentie *Communication and the culture of technology in Texas*. Het boek omvat vijf hoofdstukken waarin telkens de relatie tussen (communicatie)technologieën en cultuur centraal staat: bewustzijn en cultuur; cultuur en ideologie; ideologie en taal; taal en media; media en bewustzijn. Er wordt voorgoed afgerekend met het technologisch determinisme. In de plaats daarvan worden de mogelijkheden en beperkingen van de communicatietechnologieën geplaatst in een ruimtelijk en tijds kader.

P.M.

C. SCHMIDT en U. RUNGE (Ed.)
Kabelfernsehen und soziale Beziehungen.

Berlijn, Wissenschaftsverlag Volker Spiess, 1989, 163 blz.

In de tweede helft van de jaren tachtig zijn in West-Duitsland een reeks kabelpilotprojecten opgestart, die het mogelijk maakten om via begeleidend onderzoek lessen te trekken voor de

toekomst. *Kabelfersehen und sociale Beziehungen* bundelt de referaten die op het gelijknamige symposium in 1989 in Berlijn, werd georganiseerd door de Evangelische Kerk in het kader van het kabelpilotproject in Berlijn. Het boek omvat drie delen. In het eerste deel komen de resultaten aan bod van het begeleidend onderzoek van de Evangelische Kerk. In het tweede deel worden de resultaten voorgesteld van onderzoek in het kader van andere kabelpilotprojecten zoals de invloed van kabel op de kijkgewoonten en op de interactie binnen het gezin. In het derde deel tenslotte wordt het begeleidend onderzoek geëvalueerd vanuit mediapolitiek, sociaalwetenschappelijk, theologisch en mediapedagogisch standpunt.

P.M.

BAYERISCHE LANDESZENTRALE FÜR NEUE MEDIEN,
Rundfunk in den 90-jahren. Zwischen Kultur, Kommerz und Internationalisierung. Rundfunkkongres 1989.
München, Reinhard Fischer, 1990, 368 blz.

Menig omroepcongres stelt zich tegenwoordig tot doel enige duidelijkheid te scheppen in de voortschrijdende internationalisering en commercialisering van de (audiovisuele) media. Zo ook het BLM-congres waarvan de referaten werden samengebundeld en uitgegeven. In het eerste deel worden verschillende deelaspecten van het hoofdthema vanuit tal van wetenschappelijke disciplines benaderd: juridische analyse van de nieuwe Europese en Duitse regelgeving ten aanzien van de omroep; economische benadering van de omroepreclame; communicatie-

wetenschappelijke analyse van de gevolgen van de kanaalexplorie, ... Het tweede deel van dit referatenboek verzamelt de bijdragen die in de verschillende workshops van het congres werden georganiseerd: lokale en regionale televisie; programma-aanbod van private en publieke radio's; de concentratiewetgeving in de omroep; opleiding voor journalisten; radiomanagement; media-onderzoek; grenzen van de omroepreclame.

P.M.

R. J. HARRIS,
A cognitive psychology of mass communication.
Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates, 1989, 287 blz.

De titel *A cognitive psychology of mass communication* doet het werk eigenlijk onrecht aan. Het begrip 'cognitieve psychologie' lijkt het studiedomein sterk af te bakenen. In werkelijkheid biedt het een enorm gedetailleerd en volledig overzicht van wat ik de 'Gerbneriaanse School' zou willen noemen. Harris behandelt vrijwel alle aspecten van de invloed van de media op overtuigingen, waarden, zelfbeeld, realiteitsbeeld, beelden van andere groepen, sexen, beroepen, enz. en de effecten daarvan op misdaad, politiek en 'de samenleving' tout court.

A cognitive psychology of mass communication wordt daardoor een ideale inleiding op kandidatuur- of hogeschoolniveau. Het is zeer overzichtelijk en het gebruik van kadertjes waarin 'hot issues' apart behandeld worden, maakt het mogelijk het boek op verschillende manieren te gebruiken. De volledigheid van het boek is echter ook

zijn zwakke punt. Uiteraard gaat door zo'n aanpak alle diepgang verloren. De auteur behandelt sommige onderwerpen vrij oppervlakkig, en laat geen ruimte voor discussie. Hij geeft telkens vooral de visie weer die in zijn 'Gerbnariaanse' optiek past, zonder veel aandacht te schenken aan andere opvattingen en zonder zelfs het bestaan ervan te vermelden. Het blijft echter de verdienste van *A cognitive psychology of mass communication* een schat aan gegevens (wellicht voor het eerst ?) samen te hebben gebracht.

J.V.D.B.

X,
Comparative journalism, study guide and reader.

Geelong, Deakin University Press, 1988, 464 blz.

Comparative journalism is in feite de cursustekst voor studenten in de journalistiek van een Australische universiteit. De bedoeling van de tekst is duidelijk te maken dat de techniek en aanpak van de westerse journalist niet noodzakelijk aangepast is aan de cultuur en de noden van andere maatschappijvormen (bijvoorbeeld in het Oostblok of in de Derde Wereld).

In een eerste deel worden de klassieke problemen over persagenschappen, (internationale) gatekeeping, Derde Wereldnieuws enz. aangekaart. Interessanter is het tweede en grootste deel: de reader. Daarin zijn 23 artikels opgenomen die elementen uiteenzetten van perspolitiek en journalistieke aanpak in de verschillende continenten. Naast artikels van westerse journalisten en wetenschappers werd ook een opmer-

kelijke selectie van de hand van auteurs uit het Oostblok en de Derde Wereld opgenomen.

Comparative journalism is verder een typisch voorbeeld van de Angelsaksische onderwijsvorm, die uit 'geleid lezen' bestaat: daarbij is het alleen de bedoeling studenten wegwijs te maken in de literatuur over een onderwerp, zonder dat tegelijkertijd een interpretatie van die literatuur wordt meegegeven (zij zouden zeggen: opgedrongen). De lezer moet zijn eigen conclusies trekken.

J.V.D.B.

I. HAMM en B. KOLLER,
Sehen und Verstehen. Verbraucherinformation und ihre Resonanz im Fernsehpublikum.

Mainz, V.Hase & Koehler Verlag, 1989, 173 blz.

Uitgangspunt van *Sehen und Verstehen* is de vraag of de verbruikersuitzendingen op televisie door de toeschouwers enerzijds begrepen kunnen worden en anderzijds ook daadwerkelijk begrepen worden. De auteurs concentreren zich hierbij op de analyse van de wisselwerking tussen de wijze van informatiepresentatie en de communicatieve behoeften van de toeschouwers.

Veeleer dan een theoretisch werk betreft het hier een sterk op de praktijk betrokken studie met systematisch empirisch onderzoek. Aan de hand van voorbeelden uit programma's wordt naar de begrijpelijkheid ervan gepeild, de tekortkomingen vastgesteld, en de wijze waarop woord- en beeldboodschappen elkaar beïnvloeden, versterken of storen, onderzocht. Tevens

wordt de invloed van opleiding en interesse op de informatietransfer nage trokken, evenals welke programma-voorkeuren en ontvangststijlen corresponderen met welke publiekstypen. Tenslotte worden naar de communicatoren toe aanwijzingen voor de praktijk geboden.

A.M.

P. FELDWICK (Ed.),
Advertising Works 5. Papers from the IPA effectiveness awards.
London, Cassell, 1990, 376 blz.

Het Institute of Practitioners in Advertising organiseerde in 1988 voor de vijfde maal de "Advertising Effectiveness Awards". Hiertoe werd aan reclamebureaus gevraagd te demonstreren hoe een reclamecampagne gepland dient te worden, en hoe men de resultaten ervan kan evalueren. De inzendingen werden onderverdeeld in vier subgroepen van campagnes, nl. deze voor gevestigde consumptiegoederen en diensten, voor nieuwe consumptiegoederen en diensten, voor kleine budgetten, en een restcategorie. De in *Advertising Works 5* gepubliceerde 21 papers zijn dan ook de laureaten in deze categorieën evenals enkele andere, zeer goede cases. Overeenkomstig de opdracht tonen ze alle met overtuiging aan dat het resultaat van een reclamecampagne inderdaad kan worden bewezen aan de hand van meetbare criteria, en dat een reclame-investering de winstgevendheid van producten en diensten inderdaad verhoogt.

A.M.

A.B. WEINER en J. SCHNEIDER (Eds.),
Cloth and human experience.
Washington, Smithsonian Institution Press, 1989, 431 blz.

Cloth and human experience is een verzameling van 13 essays over de sociale en politieke betekenis van kleding in zowel kleinschalige als industriële samenlevingen. De auteurs - kunsthistorici, historici en antropologen - laten in hun cases dan ook zowel geografisch als sociaal de meest diverse maatschappijen aan bod komen. Opmerkelijk is hierbij de dubbele materialistische en symbolische focus: zowel textielproductie en -handel, als de symbolische waarde die men aan kleding hecht, en haar mogelijkheid tot connotatie en differentiatie, worden belicht. Ook de verschuivingen en transformaties van betekenissen gehecht aan kleding door de tijd heen, evenals de bijzondere plaats van de vrouw binnen dit domein, komen uitgebreid aan bod.

A.M.

E. OOSTHOEK en A. REVOORT,
Basisboek televisiemaken: het registreren en produceren van video-programma's.
Groningen, Wolters-Noordhoff bv, 1990, 412 blz.

Het *Basisboek televisiemaken* heeft zijn naam niet gestolen: het omvat een grondige uiteenzetting over de produktiemiddelen van het moderne televisiebedrijf en het gebruik ervan, en een degelijke handleiding voor het registreren en produceren van televisiedrama, aangevuld met een uitgebreide

begrippenlijst, waarin 2000 termen uit het vakjargon worden verklaard. De heldere tekst, de vele eenvoudige tekeningen en schema's, en de foto's van dit verder eerder sober uitgegeven boek maken van deze uitgave niet alleen een interessant en leerrijk boek voor iedereen die zich (actief of passief) met het medium televisie bezig houdt, maar ook een uiterst geschikt lesboek.

G.C.

G. SUSSMAN en A. LENT (Eds.),
**Transnational communications,
wiring the third world.**
London, Sage, 1991, 327 blz.

Alle bijdragen in *Transnational communications* zijn kritische analyses van de communicatietechnologie en de invoer van massamedia in Derde Wereld-landen. Men heeft oog voor zowel de historische, sociale, culturele als politieke context in de bestudeerde landen van Afrika, Azië, de Caraïben en Latijns-Amerika. Terecht wijzen de auteurs er op dat, hoewel de directe en massale invloed van het westen inzake media is afgenomen in de Derde Wereld, de nood aan studies vanuit het oogpunt van de plaatselijke bevolkingen op het vlak van communicatie nog even groot is in deze tijd van transnationalisatie, privatisatie en commercialisatie. In dertien hoofdstukken geschreven door tien autoriteiten op het vlak van communicatie in de Derde Wereld, wordt nagegaan of de armste landen van de wereld meer slagkracht hebben gekregen op het vlak van de media, dan wel of ze nog verder verstrikt zijn geraakt in het wereldwijde telecommunicatieweb, waarin de grote telecom-

municatiebedrijven aan de touwtjes trekken.

G.C.

R.L. GREGORY,
**Eye and brain: the psychology of
seeing.**
New Jersey, University Press, 1990, 264
blz.

Gregory legt in *Eye and brain* over visuele perceptie uit hoe we beweging, kleur, helderheid en objecten waarnemen. In het hoofdstukje over visuele illusies gaat hij dieper in op hoe wij normaal iets waarnemen en waarom en hoe dat soms faalt. Hij besluit zijn boek met een aan deze vierde uitgave toegevoegd hoofdstuk over de problemen om computergestuurde "waarnemende" machines te maken en de recente ontwikkelingen op het vlak van artificiële intelligentie. Een interessant boek, helder geschreven en mooi geïllustreerd.

G.C.

W. VAN MALSEN,
Analfabetisch woordenboek.
Utrecht, Het Spectrum, 1991.

De kunstenaar Willen van Malsen tekent strips van 5 tekeningen die elk een woord (meestal samengestelde woorden) op een eigenzinnige humoristische wijze voorstellen. Wekelijks verschijnen deze strips op de achterpagina van het NRC Handelsblad, en zetten de lezer letterlijk aan op zijn woorden te letten en zijn verbeelding te gebruiken.

G.C.