

boekbesprekingen

A. SHAH en G. RAMAKRISHNAN,

FDDI: a high speed network.

Englewood Cliffs, PTR Prentice Hall,
1994, 229 blz.

Elk kantoor, groot of klein, is tegenwoordig uitgerust met een computer. In de beginperiode waren deze toestellen veelal niet verbonden met elkaar, maar de laatste jaren wordt de communicatie tussen computers onderling alsmaar belangrijker. Connectiviteit binnen de organisatie werd de norm. Networking is van vitaal belang voor allerlei organisaties, en wordt ongetwijfeld één der belangrijkste technologieën van de toekomst. Desktop computers worden steeds krachtiger. Dit leidde tot het ontstaan van nieuwe applicaties als client-server computing, multimedia computing en databasetoepassingen. Voor de implementatie hiervan werden hogere snelheidsnetwerken ontwikkeld, waaronder de Fiber Distributed Data Interface (FDDI), die data, stem/audio én video integreren in één enkel netwerk. FDDI is een standaard voor datatransmissie aan 100 Mbps over een Local Area Network (LAN). Zowel het American National Standards Institute Committee ASC X3T9.5 als de ISO (International Standards Organisation) ontwikkelden elk een eigen standaard. *FDDI: a high speed network* is een referentiewerk dat de beginselen, het concept en de verdere details, toepassingen en toekomstperspectieven van FDDI vrijwel exhaustief behandelt. Beide auteurs waren betrokken bij de ontwikkeling van de FDDI standaarden, en kunnen dus bogen op een ruime praktijkervaring. Als ervaren docenten kunnen zij bovendien goed inschatten met welke vragen hun lezers worstelen. Het boek is omwille van het onderwerp vrij technisch van opzet, maar slaagt

erin om op een bevattelijke manier het concept FDDI te verklaren aan de hand van voorbeelden en een 150-tal schema's en tabellen. Achteraan werd bovendien een index toegevoegd waarin alle technische termen en acroniemen worden verklaard.

J.S.

A. LECLERC,
L'entreprise de presse et le journaliste.

Presses de l'Université du Québec, 1991, 412 blz.

L'entreprise de presse et le journaliste is een uitgebreide, praktische inleiding tot het werkkterrein, de basistechnieken en de taken van de journalist in het persbedrijf. In een eerste deel schetst A. Leclerc een algemeen kader voor het journalistieke beroep aan de hand van de rol en invloed van de geschreven pers en de interne structuur en werking van de onderneming. Vervolgens komen aan bod: de inhoud, vorm en stijl van nieuwsberichten in kranten, de eigenheid van het journalistieke taalgebruik, de werkvoorwaarden en -omstandigheden van de journalist, de belangrijkste technieken van informatieverzameling, de diverse journalistieke genres en het uiteindelijke inhoudelijke en vormelijke ontwerp van een perspublicatie. In een laatste deeltje wordt tenslotte ingegaan op de voornaamste juridische regels en ethische codes die de journalistieke beroeps-cultuur bepalen. Het boek schiet zijn didactisch doel niet voorbij: het descriptieve karakter van het werk, de klare, praktijkgerichte uiteenzettingen, de overzichtelijke indeling in hoofdstukken, en de samenvattingen en oefeningen die volgen op het einde van elk hoofdstuk, maken *L'entreprise de pres-*

se et le journaliste tot een nuttig handboek voor journalistenopleidingen. Interessant is bovendien dat voor één keer niet de traditionele 'perslanden' zoals Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië of de Verenigde Staten als referentiekader worden gebruikt, maar wel de ons relatief onbekende geschreven pers uit Québec. Alleen is het jammer dat een (uitgebreide) literatuurlijst zo goed als ontbreekt.

R.V.G.

J.A. LYDERS,
Journal and newsletter editing.
Englewood, Libraries Unlimited, 1993, 209 blz.

In het handboek *Journal and newsletter editing* behandelt Josette Anne Lyders, vanuit haar eigen jarenlange ervaring als uitgever van gespecialiseerde publicaties, zowat alle aspecten van het samenstellen en uitgeven van professionele en wetenschappelijke tijdschriften en nieuwsbrieven. De rol, de verantwoordelijkheden en de vereiste vaardigheden van de uitgever vormen overduidelijk het zwaartepunt van haar uiteenzetting. Zo wordt onder meer de betrokkenheid van de uitgever bij elke fase van het productieproces (reclame-werving, vormgeving, druk en verspreiding) verduidelijkt. De auteur benadert het vakgebied van de uitgever echter vanuit een zeer brede invalshoek. De basisconcepten die aan bod komen, variëren van de discrete behandeling van manuscripten en interactie met auteurs tot de impact van nieuwe productietechnieken en belangrijke ethische en juridische problemen zoals copyright. Op die manier wordt aandacht besteed aan alle aspecten die relevant zijn voor de uitgever met het oog op een efficiënte organisatie van

zijn of haar takenpakket. Gestoffeerd met talrijke tips en illustraties is *Journal and newsletter editing* dan ook vooral een praktische handleiding geworden voor nieuwkomers in het vak.

R.V.G.

B.L. FLÖPER (Hrsg.),
Ratgeber freie Journalisten. Ein Handbuch.
Berlin, Vistas, 1992, 374 blz.

Ratgeber freie Journalisten is de tweede uitgave van wat een handboek heet te zijn dat 'freelance journalisten wil bijstaan bij de start van hun beroep, hun verdere ontwikkeling wil begeleiden en voor een succesvolle carrière onontbeerlijk is'. Het zal zich in het Nederlandse taalgebied slechts over een beperkte lezersschare weten te verheugen. De vrij impressionistisch aangebrachte praktijkervaring (gebundeld onder ronkende titels als: 'Ik wil topkwaliteit', 'Daar koop ik me toch een kat in een zak' of 'Suikerbrood en zweep') bieden hooguit inzicht in het ego van de auteurs van deze stukjes. Met de onder de rubriek 'arbeidsmogelijkheden' opgeslagen informatie als kompas, vind je nauwelijks je weg in het Duitse medialandschap, en de wat zakelijkere hoofdstukjes over de rechten van de 'vrije journalist', de geldende loonbarena's en vergoedingen en de belangenverdediging via beroepsorganisaties, zijn te plaatsgebonden om ook voor een buitenlandse lezer van veel waarde te zijn. Verspreid over de 374 blz. heeft de uitgever ondertussen wel de kans gegrepen om via advertenties zowat al zijn andere lopende uitgaven onder de aandacht van het publiek te brengen.

J.D.

W. GELLNER (Hrsg.),
An der Schwelle zu einer neuen deutschen Rundfunkordnung: Grundlagen, Erfahrungen und Entwicklungsmöglichkeiten.
Berlin, Vistas, 1991, 259 blz.

Ook in Duitsland heeft het omroepwezen tijdens het laatste decennium een grondige gedaanteverwisseling ondergaan. De beschreven invloed van Europese mediapolitiek, multinationale mediaconcerns en technische ontwikkelingen echoot ook ons vertrouwd in de oren. De problematiek van de Duitse éénmaking kruidt de omroepdiscussie bij onze oosterburen echter ook op een geheel eigen wijze. De meeste van de zestien opstellen in *An der Schwelle zu einer neuen deutschen Rundfunkordnung* staan dan ook expliciet stil bij de wijze waarop het omroepwezen in de nieuwe Länder vorm heeft gekregen, of belichten hoe zowel publiek als politiek zich aan de nieuwe situatie aanpassen. De bijdragen variëren sterk, zowel naar volume, stijl, opzet (kwantitatief onderzoek naast theoretische beschouwingen) en analytische diepgang. Vooral de bijdragen van Otfried Jarren (Politische Kommunikation im elektronischen Zeitalter), Frank Marcinkowski (een Luhmanianse systeem-analyse over de te voorziene ontwikkeling van de Duitse omroepstructuur) en Michael Schenk (Nachfrage, Bedarf und Nutzung neuer Medien) hebben me weten te boeien door hun perspectief, waarin de Duitse situatie wordt ingebed in een breder Europees en mondiaal ontwikkelingskader, en waarin achter het cijfermateriaal gezocht wordt naar doordachte hypothesen.

J.D.

J.A. WALKER,

Arts TV: a history of arts television in Britain.

London, John Libbey, 1993, 224 blz.

Arts TV vertelt de geschiedenis van kunstprogramma's op de Britse televisie. Daarbij werd niet alleen een chronologische volgorde gerespecteerd, waardoor men een duidelijk beeld krijgt van de evolutie die deze programma's ondergingen van 1936 tot nu, maar is de auteur er tevens in geslaagd een bruikbare typologie voor kunstprogramma's uit te werken. Naast allerlei bekende en minder bekende programma's over kunst die in de loop der jaren op de BBC te zien waren, worden er in *Arts TV* uitweidingen gemaakt over educatieve programma's, de impact van kunstprogramma's of de rol van de computer voor het voorstellen van visuele kunst op een plat televisiescherm. Zoals kunstprogramma's ons leren kijken naar kunst, leert Walkers ons hoe te kijken naar tv-programma's over kunst. Met naast *Arts TV* ook werken als 'Picture this: media representations of visual artists' en 'Parallel lines: media representations of dance' is The Arts Council of Great Britain een boeiende reeks aan het opbouwen.

G.C.

W.B. GUDYKUNST,

Bridging differences: effective intergroup communication.

Interpersonal Commtexts nr.3.

London, Sage, 1994, 256 blz.

Intergroup betekent in *Bridging differences* vooral intercultureel. Het gaat immers vooral over het overbruggen van problemen als men met mensen uit vreemde culturen communiceert, onder-

verstaan dat mannen en vrouwen, verschillende generaties, sociale klassen etc. ook verschillende culturen hebben. Het is in de eerste plaats een praktisch handboek om zelf te gebruiken als men in multiculturele groepen werkt of om mensen op cultureel verscheiden werksituaties voor te bereiden. Systematisch alle aspecten van het interpersoonlijk communicatieproces overlopend, slaagt Gudykunst erin alle mogelijke irritaties of storingen die bij communicatie met vreemdelingen kunnen optreden, te benoemen en daardoor te relativiseren.

G.C.

D.B. BROMLEY,

Reputation, image and impression management.

Chichester, John Wiley & Sons, 1993, 300 blz.

Hoe is uw eigendunk, wat verstaan we onder iemands reputatie en op welke manieren proberen we onze naam en faam hoog te houden? Deze vragen zijn het uitgangspunt van *Reputation, image and impression management*, een systematisch overzicht over eenieders zelfbeeld en sociale identiteit. Na een uitgebreide definiëring volgen telkens aparte hoofdstukken over factoren die een reputatie kunnen maken of beïnvloeden: de eerste indrukken, nationaliteit, lidmaatschap van groepen, sociale strata, sociale netwerken tot en met impression management. Daarna volgen nog eens zoveel hoofdstukjes over typische reputaties in de politiek, het bedrijfsleven, in P.R. of als consument. Tot slot bevat *Reputation, image and impression management* nog interessante uitweidingen over de ethische en wettelijke aspecten die komen kijken bij een aanslag op iemands goede naam

(b.v. smaad en eerroof), en hoe men een onderwerp als dit wetenschappelijk kan onderzoeken. Een werk van hoog niveau.

G.C.

S. BERNSTEIN,
Film production.

Oxford, Focal Press, 1994, 321 blz.

Steven Bernstein heeft *Film production*, zowel de eerste uitgave als deze uitgebreidere en geactualiseerde versie, geschreven vanuit zijn ervaring als docent aan een Film Departement. Dit verklaart de duidelijke structuur, de zorgvuldig uitgekozen sobere illustraties, het werken met duidelijke hoofdingen en tussentitels en vooral het heldere taalgebruik en de uitgebreide verklarende woordenlijst achteraan. Kortom, een betrouwbaar handboek voor de beginnende cineast en tegelijk een stevige basis voor een cursus filmtechniek.

G.C.

H. PARRET (ed.),
Temps et discours.

Leuven, Universitaire Pers, 1993, 268 blz.

Welk effect heeft de tijd op de taal? Welk effect heeft de taal op de tijd? Wat is de tijdsdimensie van een discours? Hoe wordt de tijd voorgesteld in een discours? De tijd is aanwezig in elk taalgebruik, al was het maar door de keuze van bepaalde grammaticale vormen (verleden, tegenwoordige of toekomstige tijd), door de verhaalstructuur, omdat de tijd onderwerpen ordent, verklaart, beargumenteert, kleurt of helpt beoordelen. *Temps et discours* is een hoogstaande bundeling

wetenschappelijke bijdragen van linguïsten, taalfilosofen, psychologen en sociologen van verschillende Europese universiteiten. Elk hoofdstukje brengt een ander facet van de relatie tussen tijd en taal onder de aandacht, zodat dit werk is uitgegroeid tot een interessante confrontatie van ideeën en methodologische visies die er momenteel binnen 'la pensée linguistique' over de tijd leven.

G.C.

R. BROWNE en M.T. MARSDEN,
The cultures of celebration.

Bowling Green, Bowling Green State University Press, 1994, 244 blz.

M. MOTZ, J.B. NACHBAR, M.T. MARSDEN en R.J. AMBROSETTI (eds.),

Eye on the future. Popular culture, scholarship into the twenty-first century in honor of Ray Brown.

Bowling Green, Bowling Green State University Press, 1994, 294 blz.

The cultures of celebration is de zoveelste uitgave in een lange reeks van het Popular Culture Department van de Bowling Green State University, ditmaal geconcentreerd op de momenten in het leven dat er iets gevierd moet worden of een spektakel wordt georganiseerd. Dat gaat dan van circus, over Stonehenge, folk festivals, wild west shows tot en met schoonheidswedstrijden. Het is wellicht de laatste uitgave waarvoor de bezieler van het Departement, Ray Brown, als mede-editor optreedt. Want de man gaat op pensioen. Zijn vaste medewerkers van de laatste jaren hebben die gelegenheid aangegrepen om het liber amicorum *Eye on the future* uit te

geven. Dat maakt veel kans om een basiswerk te worden voor al wie geïnteresseerd is in de studie van populaire cultuur. De verschillende bijdragen handelen immers over essentiële items als daar zijn: de definitie van populaire cultuur, de verhouding ten opzichte van de elitecultuur, de relatie met politiek, esthetiek, technologie, consumeren en, last but not least, de procedures en manieren ter studie van populaire cultuur.

G.D.M.

L. VAN ZONEN,

Feminist media studies.

London, Sage Publications, 1994, 173 blz.

De laatste tijd lijken er steeds meer boeken te verschijnen waarin men de theoretische perspectieven en resultaten van feministische mediastudies tracht te bundelen. Een bijzonder geslaagde 'poging' is het werk van Liesbeth van Zonen, een Nederlandse communicatiewetenschapper, die op een diepgaande, kritische en aangename manier het tot nog toe geleverde onderzoek in dit veld beschrijft. *Feminist media studies* is dan ook een goede introductie voor diegenen die geïnteresseerd zijn in de relaties tussen sekse, media en cultuur.

H.V.

G. DERAECK,

In-kleuren. Perspectieven voor interculturele communicatie.

Leuven, Garant, 1992, 147 blz.

Deraeck schetst in *In-kleuren* eerst het 'probleem' van de multiculturele samenleving zoals dat waarneembaar is in België en in Nederland. Vervolgens wijst hij op het belang van het met

elkaar in dialoog treden van allochtonen en autochtonen (als groep en als individu) om de wederzijdse verstandhouding te verbeteren. De diverse aspecten van intercultureel werk worden belicht en geïllustreerd a.d.h.v. praktijkvoorbeelden; daarbij gaat vooral aandacht uit naar het jeugd- en jongerenwerk en de overheidsinitiatieven terzake. De auteur eindigt *In-kleuren* met een (verhoopt) toekomstbeeld voor interculturele actie en intercultureel beleid.

In-kleuren is in de eerste plaats een sociologische beschrijving van de migrantensituatie en het migrantenbeleid; diegenen die, afgaande op de titel, meer oog hebben voor het louter communicatieve aspect bij interculturele relaties, kunnen in dit boek weinig aan hun trekken komen.

H.V.

M. LITS,

Le roi est mort... Emotion et médias.

Brussel, Editions Vie Ouvrière, 1993, 183 blz.

In *Le roi est mort* wordt beschreven hoe de media verslag hebben uitgebracht over de gebeurtenissen rond het overlijden van Koning Boudewijn. Uit inhoudsanalyses blijkt dat de verslagenheid en de emotionele bewogenheid van de Belgen in de berichtgeving van de nieuwsmedia werden weerspiegeld. Televisie, radio en kranten lieten zich meeslepen door het nationale 'rouw-gevoel' en droegen er op hun manier toe bij. De journalistieke stijl werd aangepast: er was plaats voor getuigenissen van 'gewone' mensen en voor emoties. Het unieke en historische karakter van het gebeuren werd al gauw door iedereen aangevoeld. De media produceerden talrijke 'bijdragen'

(extra-edities, extra-nieuwsuitzendingen, portretten,...) en deze werden op een gretige wijze door het publiek 'geconsumeerd'.

Le roi est mort geeft een vrij gedetailleerd beeld van het journalistieke werk dat in de periode van 1 tot 9 augustus 1993 werd geleverd. Jammer genoeg heeft het enkel betrekking op de Franstalige media in België. Alleen de aanpak van twee (weinig representatieve) Vlaamse dagbladen, nl. De Standaard en De Morgen, wordt in enkele pagina's vergeleken met die van 'de' Franstalige pers. Het 'nationalistische' gevoelens dat in de beschouwde periode hoogtij vierde, zou zich best wat meer in het onderzoek hebben mogen doorzetten.

H.V.

X,

Telewerken ook voor ons? Handleiding voor werkgevers en werknemers bij de invoering van telewerken.

Assen, Van Gorcum, 1994, 76 blz.

Telewerken ook voor ons? werd opgevat als een praktische handleiding voor iedereen die betrokken is bij de invoering van telewerk binnen een organisatie. Met een gedetailleerd stappenplan en een algemene checklist voor de invoering van telewerken in een organisatie, ligt de klemtoon zeer nadrukkelijk op een praktische aanpak van deze problematiek. De initiatiefnemer, de Commissie Ontwikkeling Bedrijven, komt hiermee tegemoet aan een uitdrukkelijke vraag vanuit het bedrijfsleven. Uit onderzoek door het TNO en het ministerie van Sociale werken en Tewerkstelling is gebleken (1992) dat er in Nederland momenteel ongeveer 150.000 telewerkers zijn. Telewerken, het via een telecommunicatieverbin-

ding van op een afstand van de werkplek uitoefenen van de beroepsactiviteit, geniet steeds meer belangstelling in de moderne industriële wereld, waar begrippen als time management, mobiliteit, snelheid van de uitvoering, kostenbesparing en efficiënte communicatie op het voorplan treden omwille van het streven naar grotere flexibiliteit van de organisatie. Of telewerken in een bepaalde organisatie de beste oplossing is, hangt af van een groot aantal factoren. De auteurs maken met de lezer een uitgebreide kosten-baten analyse, en ze laten zich daarbij leiden door een aantal case studies en door de ervaring van een groot aantal deskundigen terzake. Hoewel de voorbeelden allemaal geënt zijn op de specifieke situatie in Nederland, wordt toch een duidelijke en algemeen bruikbare handleiding geboden aan iedereen die betrokken is bij het sociaal-organisatorische beleid van een organisatie.

J.S.

W. TETSCHNER,

Voice processing.

London, Artech House, 1993, 529 blz.

Voice processing maakt gebruik van spraaktechnologie om de bewerking, de verspreiding en het oproepen van informatie te vergemakkelijken. Deze verzameling technologieën wordt vaak gebruikt in interactie met andere computeromgevingen als host databases, telefoonsystemen en faxinstallaties als onderdeel van een omvattend communicatie- en informatiemanagementsysteem. De huidige stand van zaken in deze nog vrij jonge discipline wordt exhaustief behandeld. *Voice processing* geeft een overzicht van de basistechnologieën, producten en toepassingen van voice processing. Een zeer technische

invalshoek wordt afgewisseld met de organisatorische kijk van de manager. De auteur, een ingenieur, voorheen Voice Products-manager bij Digital Equipment Corporation en momenteel President van Tern Systems, kan bogen op een rijke, praktische ervaring terzake. *Voice processing* is dan ook geardeerd met voorbeelden uit de praktijk, specifieke toepassingen, historische achtergronden, contactadressen, schema's en illustraties. Naar het einde toe wordt de technologie minder benaderd als doel op zich, maar wel als een hulpmiddel in zeer specifieke omstandigheden. Het laatste hoofdstuk benadert Voice Processing als communicatie-tool voor gehandicapten.

J.S.

E. BRUCE en M. BOBBY,
Client/server computing. Architecture, applications, and distributed systems management.

London, Artech House, 1994, 377 blz.

Client/server computing is een begrip dat de laatste jaren bij informatieprofessionals steile verwachtingen oproept. Het concept omvat alles van de interne werking van geavanceerde computersystemen, over middelen voor communicatie via een netwerk, tot een computerarchitectuur voor het ontwikkelen en draaien van business-applicaties. De term Client/server computing verwijst zowel naar het hele proces dat gepaard gaat met de implementatie, als naar de concreet opgebouwde architectuur. Het laat een efficiënte ontwikkeling toe van computerapplicaties door gebruik te maken van de mogelijkheden van de PC-clients (front end) en van de intelligentie en het vermogen van server-computers (back end). *Client/server computing* biedt een

gedetailleerde definiëring van dit complexe concept, en aan de hand van veel concrete voorbeelden, schema's en illustraties wordt aan de specifieke gebruiker de mogelijkheid geboden om de juiste omgeving te creëren voor zijn potentiële cliënt/server architectuur.

De opbouw van *Client/server computing* volgt chronologisch de verschillende stappen die moeten worden ondernomen in het beslissingsproces, en gaat telkens uitgebreid in op de mogelijke problemen die zich bij elke stap kunnen voordoen. In het laatste hoofdstuk worden nog een aantal trends voor de nabije toekomst geschetst. Een uitgebreide index verwijst naar de verschillende termen en afkortingen in de tekst. Het boek is vrij technisch van opzet, en is bestemd voor een specifiek publiek van ingenieurs, systeemmanagers en gebruikers.

J.S.

S. KOOPMANS,

Horen, zien en begrijpen. Een introductie tot audiovisuele communicatie.

Bussum, Coutinho, 1994, 131 blz.

In *Horen, zien en begrijpen* behandelt de auteur audiovisuele programma's die tot doel hebben te informeren of te instrueren. Hij gaat daarbij in op de verschillende aspecten die komen kijken bij het maken van dergelijke programma's, namelijk de organisatie, de financiële aspecten, de productie, de techniek en de evaluatie.

Het boek is vooral opgevat als een beschrijving van de audiovisuele praktijk. In die hoedanigheid is het dan ook vooral bestemd voor opdrachtgevers die zich willen verdiepen in de mogelijkheden en de totstandkoming van audiovisuele programma's. Op die manier wil

Koopmans een brug slaan tussen deze opdrachtgevers enerzijds en de producenten van de audiovisuele producties anderzijds.

C.F.

M. HARTIG,

Das Kom-Konzept. Das Modell für erfolgsorientierte Kommunikation.

Bern, Peter Lang, 1991, 163 blz.

In *Das Kom-Konzept* wordt het communicatieconcept op een interdisciplinaire manier benaderd. De beschrijving van het communicatieve handelen gebeurt zowel vanuit de sociale wetenschappen, de psychologie, de antropologie, de economische wetenschappen als vanuit andere humane wetenschappen. Hartig spitst zich vooral toe op het effect van communicatief handelen in onze maatschappij, en meer in bijzonder op het verband tussen persoonlijkheidsstructuur, taal en sociale handelingen. Daarbij aansluitend gaat hij ook in op het mogelijke nut van praktische communicatietrainingen.

De volgorde van de verschillende hoofdstukken is niet altijd even logisch, maar vermits elk hoofdstuk eigenlijk een geheel op zich vormt, doet dit geen afbreuk aan de begrijpelijkheid van *Das Kom-Konzept*.

C.F.

J. REETZE,

Medienwelten. Schein und Wirklichkeit in Bild und Ton.

Berlin, Springer Verlag, 1993, 263 blz.

Onze maatschappij is in de eerste plaats gebouwd op wereldwijd functionerende communicatiesystemen. Een wereld zonder media kunnen we ons gewoonweg niet voorstellen. Sinds de Golfoorlog is echter duidelijk gewor-

den dat sommige 'werkelijkheden' (die wel 'werkelijk' zijn, maar niet 'waar') uitsluitend in de elektronische media bestaan.

J. Reetze wil in *Medienwelten* dan ook vooral deze elektronische media onder de loep nemen. Of we nu naar tv kijken, naar de radio luisteren, telefoneren, de krant lezen of naar een film gaan, we hebben eigenlijk altijd in min of meerdere mate te maken met dezelfde technologie, namelijk de computertechnologie.

In het boek worden niet alleen de afzonderlijke media en hun evolutie onderzocht, ook gaat de auteur in op het samenspel tussen de verschillende media. De centrale these in *Medienwelten* is immers dat de media samen horen, omdat ze elkaar steeds wederzijds beïnvloed hebben. Reetze wil dus komen tot een soort 'Mediensynthese', zowel op technisch als op esthetisch vlak.

C.F.

W. HOYNES,

Public television for sale. Media, the market and the public sphere.

Oxford, Westview Press, 1994, 207 blz.

Public television biedt een sociologische studie van de - vaak vergeten - publieke omroep in de Verenigde Staten. Het is een poging om te worstelen met de fundamentele contradicties in het systeem vandaag, gekneld als het is tussen staat en markt. De auteur argumenteert hierbij dat de voortdurende indringing van de markt de allerbelangrijkste beperking is voor de publieke omroep: de financiering wordt steeds meer beïnvloed door de markt; de perceptie van het publiek als audience veronderstelt een markt-gerichte ideologie; en het ontbreken van een duidelijke alternatieve missie versterkt deze markt-

mechanismen. Ofschoon de impact van de markt in *Public television* wordt onderlijnd, wordt ook aandacht besteed aan andere factoren zoals een sterke professionele cultuur en een aantal organisationele imperatieven. Het grondthema doorheen heel het boek is de relatie tussen media en democratie en het soort mediasysteem dat vereist is in een democratische samenleving. Op deze manier is de analyse impliciet een evaluatie van de mate waarin publieke televisie zoals die nu bestaat, aan dergelijke noden tegemoet komt. Ofschoon wellicht minder nieuw voor Westeuropese dan voor Amerikaanse lezers, biedt *Public television for sale* toch een aantal interessante inzichten omtrent het concept publieke omroep.

H. V. d. B.

L. BAUER,
Authentizität, Mimesis, Fiktion. Fernsehunterhaltung und Integration von Realität am Beispiel des Kriminalsubjets.
München, Schaudig, Bauer, Ledig, 1992, 339 blz.

Bauer bespreekt het oude probleem van de verhouding tussen realiteit en fictie, tussen realisme en uitbeelding, aan de hand van het thema 'politie en geweld' op televisie.

In de eerste zeventig pagina's van *Authentizität, Mimesis, Fiktion* biedt hij een theoretisch kader waarin hij Lotmans topologisch grensoverschrijdend model koppelt aan Kanzogs normtheorie van de verteller.

Vervolgens bekijkt hij aan de hand daarvan het 'realiteitsgehalte' van een reeks televisie-inhouden die met het onderwerp te maken hebben. Van gerechtelijk nieuws, over 'opsporing verzocht', tot politseries en geweld-

films. Daarbij heeft hij vooral aandacht voor het feit dat enerzijds televisiefictie steeds aanspraak maakt op een grote mate van 'realisme', terwijl anderzijds de zogeheten feitelijke genres (die 'waar gebeurde' verhalen vertellen) inderdaad ook verhalend zijn.

J. V. d. B.

J. CORNER en J. HAWTHORN (eds.),
Communication studies. An introductory reader.
Londen, Edward Arnold, 4de editie, 1993, 281 blz.

Voor Collins en Hawthorn heeft communicatiewetenschap betrekking op de manier waarop menselijke betekenissen worden gemaakt via de productie en receptie van verschillende soorten van tekens. Het gaat om visuele en verbale tekensystemen en de technologieën die worden gebruikt om deze te articuleren, op te nemen en over te brengen. Het gaat ook over het politieke en sociale karakter van betekenisgevende activiteiten. Deel 1 van *Communication studies* onderzoekt aspecten van definiëring en benaderingen. De daaropvolgende delen bieden de lezer voorbeelden van duidelijke en inspirerende onderzoeken naar de variëteit en sociale condities van betekenisconstructie.

Bij het herzien van de uitgave hebben de auteurs rekening gehouden met een aantal veranderingen en evoluties in het veld. De nadruk op de receptiekant van de communicatieve activiteit, die zich ontwikkelde in de jaren '80, heeft meer aandacht gekregen. De terugkeer naar een aantal fundamentele vragen omtrent de relatie van de media tegenover groeps- en individuele perceptie wordt ook gesignaleerd, waarbij wordt gesuggereerd dat er nood is aan een reëvaluatie van de termen waarbinnen de psychologische dimensie van mediapro-

cessen best kan worden geanalyseerd. Er is ook, in een aantal stukken, een directe bezorgdheid om de condities van het moderne, of post-moderne publieke en private leven, en het karakter en de functie van communicatieve systemen binnen deze condities. Een goed basiswerk.

H.V.d.B.

R. COLLINS,
Broadcasting and audio-visual policy in the European single market.
London, John Libbey, 1994, 177 blz.

Broadcasting and Audio-Visual Policy in the European Single Market is gebaseerd op een grondige analyse van E.U.-documenten, van interviews met politici en beleidmakers in de Unie, in Europese instituties zoals de Raad van Europa en de E.B.U., en in G.B. Samen met de grote theoretische achtergrondkennis van Collins heeft dit geleid tot een diepgaande studie van de evolutie van het omroep- en av-beleid in de E.U. Het uitgangspunt is dat het mediabeleid cruciaal is voor Europa omdat de omroep- en av-industrie niet kan worden gescheiden van vragen omtrent cultuur en identiteit. Doorheen het boek wordt het mediabeleid dan ook beschouwd tegen de achtergrond van het conflict tussen diegenen die Europa zien als een Europa van natiestaten die zijn samengebracht in een vrijhandelszone, en diegenen die een Europa zien dat evolueert in de richting van een Europees bewustzijn. Collins toont op grondige wijze aan hoe het omroep- en av-beleid van de E.U. slechts kan worden begrepen vanuit een analyse van de macht en prerogatieven van de verschillende instituties van de E.U. en van hun capaciteit om het beleid terzake te bepalen. Verder

beschrijft hij hoe het mediabeleid binnen de Unie is geëvolueerd doorheen een complexe samenhang van initiatieven en antwoorden van het Europees Parlement, de Commissie en de lidstaten. Een erg goed boek.

H.V.d.B.

B. FRANKLIN (ed.),
Televising democracies.
London, Routledge, 1992, 290 blz.

In november 1989 liet het Britse parlement voor het eerst toe dat televisiecamera's de werkzaamheden van het Lagerhuis registreerden en weergaven. In een land met een democratische en politieke traditie zo oud als de Britse, werd deze verandering zonder meer als revolutionair beschouwd. Bijna in de letterlijke zin van het woord.

Televising democracies onderzoekt zeer uitgebreid vrijwel alle aspecten van het experiment. De introductie van het medium. De controle erop. De reacties van de leden van het parlement. De mogelijke invloed van de aanwezigheid van camera's op de werking van het huis. De reacties van het publiek.

Televising democracies sluit bovendien af met een vergelijking waarbij naar de Amerikaanse, Duitse en EG-ervaring met hetzelfde fenomeen wordt verwezen.

J.V.d.B.

P. HARTLEY,
Interpersonal communication.
London, Routledge, 1993, 215 blz.

Interpersonal communication is in eerste instantie een tekstboek voor kandidatuur- of hogeschoolstudenten. De stijl is dan ook duidelijk en leesbaar. De hoofdstukken bestaan voor een groot deel uit in 'checklist'-vorm geschreven

Interpersonal communication is in eerste instantie een tekstboek voor kandidatuur- of hogeschoolstudenten. De stijl is dan ook duidelijk en leesbaar. De hoofdstukken bestaan voor een groot deel uit in 'checklist'-vorm geschreven overzichten en definities, en worden uitgebreid geïllustreerd met schema's en flowcharts.

De opzet van *Interpersonal communication* maakt het echter onvermijdelijk ook vrij oppervlakkig.

Het lijkt dan ook alleen bruikbaar als allereerste kennismaking of als noodoplossing voor wie snel enige ideeën dient op te doen over dit onderwerp.

J.V.D.B.

C. WEGENER,

Reality TV: Fernsehen zwischen Emotion und Information.

Opladen, Leske und Budrich, 1994, 171 blz.

In *Reality TV* wordt een studie gemaakt van 'reality tv'. Terwijl de auteur erkent dat er verschillende niveaus zijn waarop televisie uitspraken doet over de werkelijkheid, is er een aspect dat haar bijzonder interesseert: de zogeheten reality shows, waarin 'real life drama' wordt opgevoerd.

Reality TV bespreekt de theoretische aspecten van dit genre, en overloopt vervolgens de geschiedenis, de productie, de receptie en de mogelijke impact van dit genre.

De opzet van dit boek is te groots om erg diepgaand te zijn. 'Emoties op televisie' zijn een bijzonder aspect dat tot nog toe te weinig aandacht kreeg. In één boek is het onmogelijk op al de vermelde deelaspecten volledig in te gaan. Toch is het een verdienste van dit werk dat het een boel eerste inzichten

samenbrengt. Het is op die manier een vertrekpunt van waaruit meer diepgaand denk- en zoekwerk kan beginnen.

J.V.d.B.

L. D'HAENENS,

Kijkers in de kijker. Hoe optimaal inspelen op kijkbehoeften?

Gent, Mys & Breesch, 1994, 264 blz.

Een veel geuite kritiek op Europese publiekrechtelijke omroepen is dat zij zich in het huidige concurrentiële mediaklimaat te veel laten leiden door kijkcijfers en kwantitatieve marktaandeelen, en dat ze zich maar moeilijk weten te profileren ten aanzien van het publiek, de overheid, de beleidsmakers en het eigen omroeperspersoneel. De centrale stelling van *Kijkers in de kijker*, de herwerkte boekversie van het doctoraatsproefschrift van Dr. Leen D'Haenens, verbonden aan de Universiteit Gent, is dat in het snel veranderende omroepgebeuren niet alleen het publiek, maar ook alle andere actoren betrokken moeten worden. De auteur pleit vooral voor de erkenning van de onderzoeker in de omroeporganisaties zelf, aangezien deze een belangrijke, centrale schakel vormt tussen het beleid en de programmamakers enerzijds en het publiek anderzijds.

Na een overzicht van een aantal kwantitatieve en kwalitatieve onderzoekstechnieken, wordt ingegaan op verschillende van deze actoren bij de Vlaamse publiekrechtelijke omroep. Zo is er een hoofdstuk dat de neerslag vormt van gesprekken met een twaalf-tal 'creatoren' van de Vlaamse televisie. De auteur gaat ook in op de plaats van de onderzoeker bij enkele Europese omroeporganisaties en bij de BRTN-Studiedienst. Tot slot wordt de

A. KUTSCH et al.,
**Rundfunk im Wandel: Beiträge zur
Medienforschung.**
Berlin, Vistas, 1993, 340 blz.

Rundfunk im Wandel bevat een aantal opstellen die als liber amicorum gebundeld werden aangeboden aan de Münsteraanse communicatiewetenschapper Winfried Lerg n.a.v. diens zestigste verjaardag. Daar Lerg vooral als omroep historicus naam heeft gemaakt, mag het niet verwonderen dat de meeste opstellen van geschiedkundig opzet zijn: o.a. de geschiedenis van de radio in Salzburg (Schmolke), een Amerikaans perspectief op het gebruik van de radio in het pre-nazistische Duitsland (Hardt), de ontwikkeling van het opinie-onderzoek in de Britse Zone kort na W.O.II (Kutsch), ja zelfs een theoretische beschouwing over 'tijd en omroep' (Romano). Niettemin bevat de bundel ook enkele stukken die de hedendaagse ontwikkeling van de omroep schetsen. Deze variëren van een lokaal-regionale invalshoek (lokale radio in Nordrhein-Westfalen, private omroep in Beieren) tot beschrijvingen van nationale ontwikkelingen. Vooral de bijdrage van Winfried Schulz ('Die Transformation des Mediensystems in den Achtzigern') reikt een verhelderend raamwerk aan voor de analyse van de ontwikkelingen in het huidige mediaveld. De - inzonderheid door Henk Prakke gesmede - historische band tussen de communicatie-afdelingen van de universiteiten van Münster en Nijmegen verklaart de bijdragen van James Stappers en Joan Hemels die elk hun visie weergeven op de tanende uniciteit van het Nederlandse omroep-systeem.

J.D.

W. SCHULZ (red.),
**Medienwirkungen, Einflüsse von
Presse, Radio und Fernsehen auf
Individuum und Gesellschaft.**
Weinheim, Acta Humaniora, 1992, 321
blz.

Medienwirkungen presenteert een stand van zaken van het Duitse onderzoek inzake een aantal aspecten van media-gebruik en -effecten. De Duitse empirische communicatiewetenschap is een van de weinige die pogingen heeft ondernomen om een systematische, methodologisch onderbouwde en cumulatieve benadering uit te werken voor een aantal grote thema's uit het massacommunicatieonderzoek.

Dit is geen toeval. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de Amerikanen, hebben de Duitsers niet de gewoonte onderzoek te doen dat slechts is gericht op het schrijven van korte artikels waarin slechts een zeer klein aspect van het probleem, vaak tentatief, wordt behandeld.

In *Medienwirkungen* vindt men dan ook ernstige pogingen om bijvoorbeeld het Agenda Setting-onderzoek naar een hoger niveau te tillen. Alle bijdragen in dit boek gaan uit van een grondige analyse van de literatuur, een pragmatische benadering ervan om tot een duidelijke onderzoeksproblematiek te komen, en methodologische grondigheid om tot vooruitgang te komen.

J.V.d.B.