

boekbesprekingen

P. LOUKIDES en L.K. FULLER,

Beyond the Stars.

Volume 3: The material world in American popular film.

Bowling Green, Bowling Green State University Popular Press, 1993, 245 blz.

P. LOUKIDES en L.K. FULLER,

Beyond the Stars.

Volume 4: Locales in American popular film.

Bowling Green, Bowling Green State University Popular Press, 1993, 280 blz.

Na stereotypische karakterrollen (volume 1) en plot-conventies (volume 2) richt de serie *Beyond the Stars* zich op de conventionele wijze waarop in de Amerikaanse cinema elementen van de materiële wereld (volume 3) en locaties (volume 4) worden aangewend. Net zoals bij de eerste twee volumes gebeurt dit door middel van een oppervlakkige inhoudsanalytische methode die weinig of geen rekening houdt met filmische vormgevingselementen. In de verscheidene artikels ontbreekt dan ook veelal een filmhistorisch en -theoretisch kader, zodat meestal slechts een opsomming van 'feitjes' overblijft.

K. V.d.V.

M. ROSENBLUM,

Who stole the news? Why we can't keep up with what happens in the world and what we can do about it.

New York, John Wiley, 1993, 298 blz.

In *Who stole the news?* gaat Rosenblum, correspondent bij Associated Press, op zoek naar de factoren die verantwoordelijk zijn voor het feit dat het publiek van de nieuwsmedia vaak onvoldoende geïnformeerd is om belangrijke gebeurtenissen te volgen.

Hij toont aan dat niet het publiek zelf de eerste of belangrijkste factor is. De 'beschuldiging' dat onze kennis een aantal leemten telt, die ervoor zorgen dat we een aantal nieuwsberichten niet kunnen volgen, zou gericht moeten worden aan de verschillende instanties die geobsedeerd zijn door publiksaantallen. Zij verkiezen immers ontspanning boven informatie, onder het mom dat het publiek toch niet geïnteresseerd is in ver-van-het-bed-verhalen. Rosenblum legt de fout vooral bij experts, enquêteurs, PR-firma's en andere publieke en private netwerken, die allemaal optreden als gatekeepers en ons bepaalde nieuwsfeiten onthouden.

In het laatste hoofdstuk gaat de auteur in op de manier waarop we 'het gestolen nieuws' kunnen terugkrijgen. Ruw geformuleerd kan zijn advies als volgt worden samengevat: 'Readers must say what they want. Correspondents must provide it. And then, if editors open the gates, the rest will follow'.

C.F.

D. ALTHEIDE en R.P. SNOW,

Media worlds in the postjournalism era.
New York, Aldine De Gruyter, 1991, 274 blz.

In feite is *Media worlds in the postjournalism era* een herschreven versie van het in 1979 verschenen 'Media Logic' van dezelfde auteurs. Altheide en Snow stellen tot hun duidelijke genoegen vast dat 'Media Logic' de inzichten van meer 'postmoderne' benaderingen van media en samenleving lang voor was.

De centrale stelling van het boek is dat heel wat maatschappelijke instituties vanuit een 'medialogica' beginnen te werken. Ze zijn daardoor fundamenteel veranderd. Vergaderingen van belangrijke politici worden voor een groot deel door de vereis-

ten van (vooral) de audiovisuele media bepaald. Van sommige sporten werden zelfs de spelregels veranderd om onderbrekingen toe te laten, zodat de televisie tijdens de wedstrijden reclame kan tonen. In de Verenigde Staten is zelfs de religie meer en meer een 'mediareligie' aan het worden.

Het tweede axioma van *Media worlds in the postjournalism era* is dat 'journalistiek' niet meer bestaat. Journalisten pretendeerden vroeger neutrale en objectieve waarnemers van de realiteit te zijn. Dat is nu onmogelijk geworden. De realiteit staat immers niet meer los van de journalistiek. Belangrijke maatschappelijke gebeurtenissen worden met opzet ge-ensceneerd om goed over te komen in de media. De media zijn een deel geworden van de realiteit waarover ze berichten.

Hoewel het boek weinig toevoegt aan 'Media Logic' en de triomfantelijke 'zie je wel, we hebben gelijk gekregen' toon op zijn zachts gezegd merkwaardig is, blijft het een zeer boeiend en leesbaar boek, dat ondanks zijn duidelijke academische benadering vooral ook veel leuke en opmerkelijke anekdotes bevat.

J.V.d.B.

R.F. GOODMAN en A. BEN-ZE'EV (eds.),

Good gossip.

Kansas, University Press, 1994, 215 blz.

Roddelen mag weer. *Good gossip* bundelt de bijdragen van 15 auteurs die het fenomeen 'roddelen' vanuit verschillende invalshoeken belichten, maar als gemeenschappelijk kenmerk hebben dat zij deze vorm van interpersonele communicatie verdedigen tegen, wat zij noemen, 'traditionele vooroordelen'. Roddelen is een waardevolle activiteit die status verleent, informatie verschaft, groepscohesie bevordert, en ont-

spanning brengt. Het is trouwens geen exclusieve vrouwenaangelegenheid.

Naast de theoretische beschouwingen over de morele en kennisaspecten van roddelen, besteedt *Good gossip* ook aandacht aan empirische studies over roddelaars(ers), roddelonderwerpen, enz. De waarde van deze onderzoeken kan, gezien de gevoeligheid van dit onderwerp bij de meeste mensen, echter in twijfel worden getrokken.

Wie tenslotte op zoek is naar definities van roddelen, komt in *Good gossip* goed aan zijn trekken; iedere auteur blijkt immers wel een andere omschrijving te hanteren.

H.V.

A. LANGE (ed.),

Statistical yearbook: cinema, television, video and new media in Europe 1994-1995.

Straatsburg, European Audiovisual Observatory, 1995, 279 blz.

Eén van de vele problemen van de Europese audiovisuele sector en het beleid terzake is het gebrek aan goede, betrouwbare informatie. De bestaande gegevens liggen verspreid over zeer uiteenlopende regionale, nationale en supranationale data-bases, terwijl de verschillende methodologische invalshoeken vaak iedere vergelijking onmogelijk maken. Gezien het belang van goede statistische inzichten in de sector gaven de lidstaten van de Raad van Europa in 1992 het startsein om een centraal Europees observatorium te installeren. Het *Statistical yearbook: 1994-1995* is het eerste verzamelwerk van de 'European Audiovisual Observatory', dat op een zeer overzichtelijke wijze statistische kerngegevens bijeenbrengt over de audiovisuele sector in 33 Europese landen. Bijzonder interes-

sant is ook de grote aandacht voor de methodologische aspecten van de behandelde gegevens. Dit 'yearbook' kan nu al beschouwd worden als een bijna onmisbaar hulpmiddel voor wie snel op zoek is naar basisgegevens over de Europese film-, video- en televisiesector. Er werd ook een bibliografische lijst met literatuur opgenomen.

D.B.

J.R. LEVINE en C. BARONDI,

Internet voor dummies.

Amsterdam, Addison-Wesley, 1995, 468 blz.

Internet voor dummies lijkt mooi op weg om dé bestseller te worden onder de Internet-publikaties voor beginnende netsurfers. Het is een praktische handleiding voor een technisch zeer complex fenomeen. *Internet voor Dummies* is bedoeld als gids en naslagwerk, en het geeft een overzicht van de specifieke commando's, opdrachten, toepassingen en mogelijkheden bij het raadplegen van het Internet.

Aan de hand van duidelijke vragen (FAQ's over het Internet) wordt de absolute beginner bij de hand genomen en gaandeweg de cyberspace binnengeleid. Vrijwel alle facetten van het Internet komen daarbij aan bod: hoe en waar aansluiten, E-mailen, downloaden en verplaatsen van computerdata, zoekstrategieën, veelgemaakte fouten en hoe ze te vermijden, tips & tricks, vindplaatsen van diensten en software.

Een realistische, praktische, gebruiksvriendelijke en humoristische benadering van een fenomeen waarover je moet kunnen meepraten. If you're not on the Net, you're not in the know!

J.S.