

boekbesprekingen

J. BOSMAN et al. (red.),

Het omgaan met kennis - en de vraag naar voorlichting.

Vol. 1: Een multidisciplinair theoretisch referentiekader voor empirisch onderzoek naar de vraag naar voorlichting.

Nijmegen, Instituut voor Toegepaste Sociale wetenschappen, 1989, 187 blz.

P. NELISSEN,

Het omgaan met kennis - en de vraag naar voorlichting.

Vol. 2: Een communicatiewetenschappelijk perspectief voor empirisch onderzoek naar de vraag naar voorlichting.

Nijmegen, Instituut voor Toegepaste Sociale wetenschappen, 1991, 182 blz.

Aangezien met overheidsvoorlichting vaak grote bedragen gemoeid zijn, die moeten worden verantwoord, is empirisch onderzoek naar het nut van voorlichting van groot belang. Deze twee studies trachten dan ook zulk onderzoek voor te bereiden.

In *Een multidisciplinair theoretisch referentiekader* wordt een model uitgewerkt dat het ontstaan van de vraag naar voorlichting kadert binnen een theorie over de wijze waarop mensen met kennis omgaan, en dit op basis van inzichten uit de psychologie, de voorlichtingskunde, de communicatiewetenschap, de sociologie en de methodologie. In het voorgestelde referentiekader staat het al dan niet actief zoeken door een publiek naar informatie centraal. Op het vlak van het voorlichtingsonderzoek betekent dit dat men bij het plannen van een campagne meer aandacht moet schenken aan de interesses van de doelgroep.

De nog vrij algemene inzichten uit het multidisciplinair referentiekader wor-

den verder uitgewerkt in *Een communicatiewetenschappelijk perspectief*. Dit deel bouwt voort op de conclusie uit het eerste deel dat de vraag naar voorlichting moet gezien worden als een onderdeel van het actief omgaan met kennis. De auteur gaat na welke rol het actief zoeken en het gebruiken van informatie, en dan vooral van voorlichting, speelt bij het oplossen, maar ook bij het definiëren zelf van problemen door mensen. De modellen die hij daarbij ontwikkelt, kunnen een goede leidraad vormen bij het ontwerpen van concreet onderzoek naar het bestaan van een vraag naar voorlichting over bepaalde thema's.

T.B.

D. BUCKINGHAM en J. SEFTON-GREEN,

Cultural studies goes to school.

London, Taylor & Francis, 1994, 229 blz.

Op basis van Vigotsky's leertheorie pogen Buckingham en Sefton-Green een methode voor het geven van het Britse schoolvak 'media studies' te vinden, welke de traditionele progressieve en kritische methoden overstijgt. Dit levert a.d.h.v. een aantal case-studies van in de klas uitgevoerd werk een interessant beeld van de verhouding van adolescenten tot de media, waarbij zoals steeds bij Buckingham (terecht) het belang van de sociale context bij het spreken over media benadrukt wordt. Hun aanpak lijkt erg interessant, en bevat ook voor het hoger onderwijs nuttige inzichten voor een kritische opleiding van jongeren in onze mediamaatschappij. Enige kritiek op *Cultural studies goes to school* is dat de auteurs soms te licht over de rol

van de school als agent van sociale reproductie, en de rol die kritisch spreken over de media kan vervullen als socialisatie in een bepaald middenklassen discours (en dus als een vorm van academisch kapitaal), heengaan. Sprekend hierbij is het feit dat het ene voorbeeld dat men geeft van een buitengewoon succes van hun methode, juist een van de weinige jongeren uit de blanke middenklasse is, tussen de grotere delen uit arbeiderskinderen uit etnische minderheden bestaande school. Verder is dit een boeiend werk, waarin Buckingham zich opnieuw laat zien als een der meest empirisch aangelegde beoefenaars van de vaak overtheoretische cultural studies richting.

D.M.

A. LANG,

Measuring psychological responses to media messages.

Hove, Lawrence Erlbaum, 1994, 244 blz.

Measuring psychological responses to media messages is het produkt van de voortschrijdende psychologisering van de communicatiewetenschap en de sociale wetenschappen in het bijzonder. Meer en meer worden televisie-effecten bestudeerd aan de hand van oogbewegingen, reactiesnelheid, hartslag, of zelfs 'elektrodermische' reacties (het principe van de leugendetector).

Of dit tot fundamentele nieuwe inzichten kan leiden, is nog zeer de vraag, en de auteurs die in dit paradigma werken, hebben het vaak moeilijk (of laten na) hun bevindingen in een ruimer, theoretisch kader te plaatsen.

Het boek biedt echter wel een zeer nauwgezet overzicht van de mogelijke toepassingen van deze benadering.

Door de nadruk op methodologische orthodoxie en verantwoording is het echter veel meer nog een handboek voor het uitvoeren van dit soort onderzoek.

J.V.d.B.

P. VAN HOOGSTATEN (red.),

ISDN en privacy.

Amsterdam, Otto Cramwinckel, 1992, 80 blz.

ISDN, het Integrated Services Digital Network, is een geïntegreerde, wereldomspannende infrastructuur met connectiviteit voor spraak, data en beeld, voor multimediatoepassingen dus, volgens internationale standaarden.

Naarmate de telefoon als werkinstrument voor steeds meer communicatiedoelinden werd gebruikt, onstond de noodzaak om tegemoet te komen aan de stijgende vraag naar capaciteit en kwaliteit van de informatieoverdracht. De digitalisering van het medium werd een noodzaak.

Belangrijk bij de uitwisseling van informatie is de mogelijkheid om te kunnen nagaan en controleren wat er op elk moment met die informatie gebeurt. Vermits het steeds gemakkelijker wordt om persoons- of materiegebonden informatie van allerlei slag te verzamelen, op te slaan, te combineren en te verspreiden, komt het begrip privacy steeds meer centraal te staan. Een adequate regeling rond privacy is daarom een zeer belangrijk element in het maatschappelijke debat dat op gang komt rond nieuwe informatie-technologiën.

ISDN en privacy is een verzameling en bewerking van de voordrachten rond dit onderwerp op de conferentie ISDN & Privacy van 1 december 1991, die werd georganiseerd door PTT Telecom

Integrated Services Digital Network. Het bevat bijdragen door zes specialisten en onderzoekers, die elk het privacy-aspect m.b.t. ISDN vanuit een verschillende invalshoek benaderen.

J.S.

V. WIEDEMANN,

Freiwillige Selbstkontrolle der Presse: eine länderübergreifende Untersuchung.

Gütersloh, Verlag Bertelsmann Stiftung, 1992, 270 blz.

In *Freiwillige Selbstkontrolle der Presse* evalueert Verena Wiedemann de functionele waarde en effectiviteit van mechanismen van vrijwillige zelfcontrole in de schrijvende pers en van de concretisering van de sociale verantwoordelijkheid van de pers in journalistieke gedragsregels en ethische codes. De auteur doet dit aan de hand van een beschrijving en vergelijking van de historische achtergrond, de doelstellingen en actieradius, en de structuren, organisatie en werking van de persraden en alternatieve controleorganismen in Groot-Brittannië, Zweden, Nederland, Duitsland, Canada en de Verenigde Staten, die als exemplarisch worden voorgesteld voor het gehele scala van mogelijke vormen van zelfregulering in de perssector. De uiteindelijke morele impact en doeltreffendheid van deze modellen wordt enerzijds geëvalueerd op basis van de mate waarin zij de realisatie van de persvrijheid mee helpen garanderen, o.a. door de belangenverdediging van journalisten en door de afweer van controlemaatregelen van overheidswege. Anderzijds wordt vooral de bijdrage die wordt geleverd ter bescherming van de persoonlijkheidssfeer, o.a. door

de behandeling van klachten en door de ontwikkeling van journalistieke gedragsnormen, als toetssteen voor de effectiviteit van zelfcontrole gehanteerd. De problematische vereniging van beide elementen, d.w.z. van de vrijheid én de verantwoordelijkheid van de pers, vormt zowat de rode draad doorheen deze studie. Ondanks een al bij al nogal summier algemeen theoretisch en historisch kader, levert dit boek een interessante bijdrage tot een debat dat in journalistieke en wetenschappelijke middens zeer veel aandacht verdient.

R.V.G.

C. MALAMUD,

Exploring the internet: a technical travelogue.

Englewood Cliffs, PTR Prentice Hall, 1993, 396 blz.

Exploring the internet is op het eerste gezicht een traditioneel reisverhaal, maar in de lawine van technische literatuur over het Internet, waarmee de toekomstige gebruiker de laatste maanden wordt overspoeld, biedt het boek een originele kijk op een wereld-omvattend fenomeen waarrond, helaas, heel wat hype wordt gecreëerd. Het Internet, de elektronische superhighway, staat wereldwijd al een tijd in de picture, en staat nu op het punt ook in België volop door te breken.

In 6 maanden tijd maakte de auteur 3 wereldreizen via het Internet, en bezocht hij in totaal 21 landen en 56 steden. *Exploring the internet* biedt aan de hand van cases, verteld in een toegankelijke narratieve stijl, een gefundeerde praktijk-technische invalshoek op het Internet en hoe het wordt opgebouwd. Het is een weerslag van ge-

sprekken met mensen, laboratoria en instituten van over heel de wereld, die op een of andere manier te maken hebben met het Internet.

J.S.

K.E. ROSENGREN (ed.),

Media effects and beyond: culture, socialization and lifestyles.

London, Routledge, 1994, 317 blz.

Media-effectenonderzoek heeft twee zwakke punten: een tekort aan theoretische inkadering en een vaak gebrekkige methodologie. De grote groep onderzoekers die meewerken aan het over verscheidene jaren gespreide Zweedse Media Panel Programme, vormen daarop een vrij eenzame uitzondering. Hun onderzoeksproject(en) zijn methodologisch stevig onderbouwd, meestal gebaseerd op 'panel-data', wat inhoudt dat het om zeer zeldzame longitudinale gegevens gaat, en sterk op theoretisten en -vormen gericht. Deze reader onder redactie van Karl Erik Rosengren brengt een aantal van de inzichten van dit onderzoeksproject samen.

Media effects and beyond bevat drie grote lijnen. De eerste is een theoretische benadering van de wisselwerking tussen cultuur, media en maatschappij (o.a. Rosengren). De tweede is een deelaspect daarvan, en is geconcentreerd rond hedendaags lifestyle-onderzoek en -theorievorming (o.a. Miegel). De derde is een sociologische benadering van media-effecten, zoals het verband tussen mediagebruik en schoolprestaties of sociale mobiliteit (oa. Roe).

Het Zweedse onderzoek munt uit door zijn methodologische orthodoxie, zijn gerichtheid op theorie en de niet onaanzienlijke middelen die het voor het onderzoek in stelling heeft gebracht.

J.V.d.B.

J.-P. JEZEQUEL (réd.),

La production de fiction en Europe.

Paris, Documentation Française, 1993, 236 blz.

De produktie van weinig programma-categorieën is zo problematisch als die van fictieprogramma's: de afhankelijkheid van vreemde (Amerikaanse) producenten is er zeer groot; de produktiekosten liggen er verscheidene malen hoger dan bij andere categorieën; en vooral de financiering van lokaal drama ligt er uitermate moeilijk. In dit boek wordt een overzicht gegeven van de produktie en de financiering van televisiedrama in vijf grote Europese landen, m.n. Spanje, Groot-Brittannië, Frankrijk, Italië en Duitsland. Naast een inzichtelijk landenoverzicht schetst *La production de fiction en Europe* ook een boeiend globaal beeld, met die kritische opmerking dat de hele problematiek van de kleine landen geheel achterwege blijft.

D.B.

C. FRACHON en M. VARGAFTIG (eds.),

European television: immigrants and ethnic minorities.

London, John Libbey, 1995, 301 blz.

European television is een geactualiseerde versie van het Franstalige 'Télévision d'Europe et immigration', uitgegeven naar aanleiding van een conferentie over de relatie tussen televisie en de migratieproblematiek. *European television* omvat twee grote delen. In het eerste worden een zevental papers opgenomen over zeer uiteenlopende aspecten - zoals b.v. de verbeelding van migranten in tv-programma's, of de invloed van de 'Race Relations Act' op de televisieberichtgeving. Het tweede,

interessantste deel van *European television* geeft een overzicht van het televisiesysteem in 15 Europese landen, met daarbij de klemtoon op het programmabeleid en de concrete programmatrische inspanningen van de zenders op het vlak van de migrantenproblematiek.

D.B.

V.M. CAGLE,

Reconstructing pop/subculture: art, rock, and Andy Warhol.

London, Sage, 1995, 240 blz.

Cagle vertrekt van de Britse cultural studies, meer bepaald de subcultuurtheorie (met noties als stijl, hegemonie, weerstand en incorporatie), om vat te krijgen op de popcultuur van de USA in de jaren zestig en zeventig, en met name op Andy Warhols pop art en de glitter rock. Eén van de centrale thesissen is dat daarbij, in tegenstelling tot wat de Britse subcultuurtheorie voorhoudt, incorporatie en commercialisering de vorming van een authentieke en subversieve subcultuur niet hebben in de weg gestaan, maar er als het ware een voorwaarde voor hebben gevormd.

G.D.M.

B. CARDULLO,

Film chronicle: critical dispatches from a forward observer, 1987-1992.

Peter Lang, New York, 1994, 294 blz.

Film chronicle is een verzameling van de columns die de auteur schreef voor 'The Hudson Review' tussen 1987 en 1992. Volgens de auteur gaat het hier niet zozeer om filmrecensies zoals deze in dag-, week- en zelfs maandbladen

verschijnen, maar om langere essayistische stukken die meer historische prenties kunnen hebben. Dit is mogelijk daar de column slechts 4 maal per jaar verschijnt, en er aldus gereflecteerd kan worden over een langere periode waarin evoluties kunnen worden aangeduid. De auteur plaatst zich daarbij in de traditie van voorgangers zoals Robert Warshow, Charles Thomas Samuels, Vernon Young, Stanley Kaufman, John Simon en Dwight Macdonald. Helaas is de samensmelting van filmkritiek en filmgeschiedenis niet altijd geslaagd, en meer dan eens staat het normatieve kritische oordeel van Cardullo een historische analyse in de weg.

K.V.d.V.

G. BRAUN,
Massenmedien und Gesellschaft. Eine Untersuchung über die institutionelle Ordnung eines Kommunikationsprozesses freier Meinungsbildung.

Tübingen, J.C.B. Mohr, 1990, 167 blz.

In *Massenmedien und Gesellschaft* vertrekt de auteur - die zich vooral op het medium radio concentreert - van de tegenstelling tussen de voor- en tegenstanders van commerciële media. Die tegenstelling is vooral te verklaren door meningsverschillen over de functionering van de private media enerzijds en over de politieke functie van de massamedia anderzijds.

In het eerste deel wordt aangetoond waarom er zoveel tegenstand is wanneer het gaat om de commercialisering van de radio, en waarom de uitzonderingssituatie van de radio (waarbij concurrentie van private radio's uitgesloten wordt) zo wijdverbreid aanvaard wordt. Terwijl hier vooral communicatiewe-

tenschappelijke en communicatiesociologische verklaringen gegeven worden, spitst de auteur zich in het tweede deel toe op een economische analyse, waarbij de institutionele ordening van de media en van de maatschappij onderzocht wordt. Centraal daarbij staat de gedachte van de 'free market place of ideas'. Uit de analyse blijkt echter dat er geen conflict is tussen de integratiefunctie van het medium radio en een privaatrechtelijke organisatie ervan.

De auteur blijft in *Massenmedien und Gesellschaft* hoofdzakelijk theoretisch en abstract, maar legt op het einde toch de link met de praktijk.

C.F.

S. LENART,
Shaping political attitudes: the impact of interpersonal communication and mass media.

London, Sage, 1994, 150 blz.

Eén media-effect dat zelden wordt bestudeerd, is het effect van de media op communicatiewetenschappers. De enorme evolutie van de media in recente jaren heeft ertoe geleid dat de studie van de communicatie weer zeer erg beperkt wordt tot 'zender', 'boodschap' en 'ontvanger'. Hoewel kwalitatief onderzoek daarbij heel andere klemtonen legt dan kwantitatief onderzoek, blijft het aantal actoren in beide gevallen tot deze drie beperkt.

Shaping political attitudes neemt de draad van een oudere theorie weer op. Het is niet meer (maar ook niet minder) dan een hernieuwde toepassing van de 'two step flow of communication' idee op het proces van de politieke communicatie. De auteur noemt het nu de 'total information flow'. Alleen al de

signaalfunctie van zo'n boek in een tijd waar met name het politieke communicatieonderzoek zo geobsedeerd wordt door de media als de politici zelf, is zonder meer belangrijk.

J.V.d.B.

G.R. DOWLING,
Corporate reputations: strategies for developing the corporate brand.
Kogan Page, London, 1994, 234 blz.

Corporate reputations wil een inzicht geven in het management van één van de belangrijkste troeven die een organisatie vandaag kan hebben: een goede reputatie. Op een overzichtelijke, maar nogal vereenvoudigde wijze, schetst Dowling de elementen die op een reputatie invloed kunnen hebben. De ondernemingsstrategie en -structuur moeten op elkaar worden afgestemd; bovendien moeten de bedrijfscultu(u)r(en) en de interne en externe communicatie éénzelfde richting uitwijzen. Een pluspunt van dit boek is dat het onderwerp vanuit verschillende invalshoeken (vooral management- en marketingtheorieën) wordt benaderd, en dat deze worden toegepast op concrete situaties die herkenbaar zijn voor elke communicatiemanager. Op die manier zorgt Dowling er voor dat het boek, hoewel het niet altijd even diepgaand is, zeker een nuttige en overzichtelijke hulp kan zijn voor de communicatiepraktijk.

T.B.

J. HERMES,
Reading women's magazines.
Oxford, Polity Press, 1995, 200 blz.

Reading women's magazines presenteert het doctoraal onderzoek van de Nederlandse Joke Hermes naar de betekenis en het gebruik van vrouwenmaga-

zines. Het boek plaatst zich in de steeds breder wordende traditie van kwalitatief publieksonderzoek. Hermes' boek zet zich af tegen te sterk tekstgerichte publieksbenaderingen, waaronder receptieanalyses die de klemtoon leggen op de ontvangst van specifieke media-producten. *Reading women's magazines* is een variant op de meer radicaal etnografische oriëntatie, met veel belangstelling voor de dagelijkse, 'contextuele' betekenis van vrouwenbladen voor individuele gebruikers. Het boek plaatst zich ook in de sterk ontwikkelde (Nederlandse) traditie van feministisch mediaonderzoek.

D.B.

D. TWENEY,
The traveler's guide to the information highway.
Emeryville, Ziff-Davis Press, 1994, 164 blz.

The traveler's guide to the information highway is een wegenkaart voor de information highway, het geheel van online diensten die via een PC en een modem kunnen worden geraadpleegd. Het is een toeristische gids in een aantrekkelijke vormgeving, met kleurige mappen, illustraties, tips, binnenwegen en reisadvies voor bekende online diensten als CompuServe®, Prodigy®, het Internet, American Online®, GEnie®, ZiffNet for CompuServe en Delphi®. In het eerste deel worden de basics van online raadpleging van informatie uitgelegd, en de volgende hoofdstukken bestaan uit praktische richtlijnen en tips over de belangrijkste commerciële online diensten en het Internet. Over elk van deze diensten wordt een gefundeerd, maar subjectief oordeel geveld.

J.S.

R.L. DAVIS,

The glamour factory: inside Hollywood's big studio system.

Dallas, Southern Methodist University Press, 1993, 444 blz.

D. McCLELLAND,

Forties film talk: oral histories of Hollywood, with 120 lobby posters.

Jefferson, McFarland & Company, 1992, 447 blz.

'Oral histories' i.v.m. de Amerikaanse filmgeschiedenis, en dan met name de Hollywood filmgeschiedenis, worden o.a. door de Academy of Motion Picture Arts and Sciences en andere (meestal universitaire) instellingen op een zeer consciëntieuze manier uitgevoerd en opgeslagen. Helaas worden deze interessante documenten zelden in boekvorm gepubliceerd. Alleen al omwille van deze reden zijn de twee hier behandelde boeken het bekijken waard. *Forties film talk* behandelt de Hollywoodfilm uit de jaren 40, en doet dit in twee delen: het eerste deel bevat originele interviews met 68 Hollywoodsterren uit de behandelde periode; het tweede deel bevat korte anekdotes van divers Hollywoodpersoneel i.v.m. de productie van een film, verspreid over 12 filmgenres. Er kan hier gesproken worden van een verzameling van stukjes informatie, zonder dat er sprake is van een (h)echte gezamenlijke geschiedenis van het Hollywood van de jaren 40. *The glamour factory* is wat dit betreft veel ambitieuzer: de 'oral histories' - merendeel nooit eerder gepubliceerde interviews uitgevoerd door de auteur zelf voor de weinig bekende Southern Methodist University Oral History Collection, dat werd opgestart in 1972 - zijn hier gebruikt om een poging tot inzicht te geven in het studio-

systeem van Hollywood. Zo behandelen hoofdstukken 1 tot 15 de verschillende afdelingen binnen dat studiosysteem, van de 'moguls' tot de 'design, hairstyling and make-up-department', hoofdstuk 16 behandelt het sociale leven in Hollywood, en de hoofdstukken 17 en 18 gaan op zoek naar een antwoord op de vraag waarom het systeem in de jaren 50 in verval terechtgekomen is. Dit is allemaal bekend historisch terrein, maar wat *The glamour factory* zo boeiend maakt, is het feit dat we via de 'oral histories' echt van binnen het systeem zelf het (bekende) terrein verkennen. De ondertitel doet het boek dan ook alle eer aan: we bevinden ons inderdaad 'Inside Hollywood's Big Studio System'.

K.V.d.V.

P. WONG en D. BRITLAND,

Mobile data communications systems.

London, Artech House, 1995, 210 blz.

Mobiele communicatie is op vrij korte tijd uitgegroeid tot een enorme potentiële markt, ook in ons land. *Mobile data communication systems* handelt over de principes die ten grondslag liggen aan het ontwerp van systemen voor mobiele communicatie.

Het beschrijft in detail de standaarden voor datacommunicatie, de netwerk-architecturen en toepassingen. Het boek is zeer tijdsgebonden, omdat mobiele communicatie in volle ontwikkeling is en er momenteel nog wordt gewerkt aan standaarden voor de toekomst. Doordat wordt uitgegaan van een conceptueel, eerder dan van een technisch standpunt, kan dit - vanwege het onderwerp - toch vrij technische boek een breder publiek van toekomstige gebruikers aanspreken.

J.S.