

Abstracts

From public library to bibnet* : a research on users and non-users of the public library
Karen De Cock

This article presents empirical data based on a representative sample of 380 users and 150 non-users of the public library. It was investigated why and how often one uses the public library, how one feels about the service given and how the loan right will affect the membership of the public library. The results show that the public library user is a happy customer, but that he is not fully aware of all the facilities provided by the public library.

* Official website of public libraries in Flanders

Key words: public library, library users, non-users

The convergence of telecommunications, media and information technology sectors, and the implications for regulation

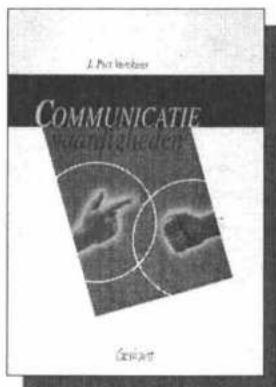
Ulrike Maris

In our present society - the information society - one can observe a gradual integration of various kinds of services in a network enabling all kinds of information traffic. This is called 'convergence', which will be further explained by its particular technological and regulatory characteristics.

The aim of this article is to explore whether the government intervention is desirable within this framework of convergence. For this, a critical analysis of 'the Green Paper on the Convergence of Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation' will be made.

Key words: information highway, convergence, policy study, Internet

J. Piet Verckens
Communicatievaardigheden



Een van de belangrijkste succesfactoren voor bedrijven en andere organisaties is de interne en externe communicatie.

Alle medewerkers moeten dan ook weten hoe ze moeten communiceren. Zij moeten vaardig communiceren. Dat wil zeggen: effectief kunnen luisteren; efficiënt kunnen lezen; een grote groep kunnen toespreken, maar ook functioneren in vergaderingen, in tweegesprekken, aan de telefoon; gedachten zakelijk en hanteerbaar op papier kunnen zetten. Over dit alles gaat dit boek. De adviezen en vele tips maken het direct bruikbaar.

Uit de Inhoud:

Communiceren (Componenten van de communicatieve gebeurtenis – Het communicatieproces – Functies van communicatie – Complexiteit van de boodschap – Non-verbale communicatie) – Vaardig luisteren (Belang van luisteren – Menselijk luisteren: essentiële kenmerken – Adviezen om beter te (leren) luisteren) – Vaardig lezen (Belang van lezen – Kenmerken van lezen – Tips om beter te lezen) – Vaardig spreken (Techniek van het spreken – Spreken in een monologische situatie – Spreken in een dialogische situatie) – Vaardig schrijven (Hoe komt u tot schrijven – Wat is schrijven? – Praktijk van het schrijven – Uitgewerkt voorbeeld).

ISBN 90-5350-915-1

134 blz.

435 BF / f 25,-

Verkrijgbaar in de boekhandel of rechtstreeks bij:

Garant

Garant-Uitgevers n.v.

Tiensesteenweg 83, B-3010 Leuven

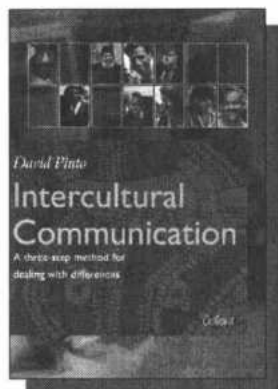
Tel.: 016-253131 – Fax: 016-251314

E-mail: uitgeverij@garant.be

Koninginnelaan 96, NL-7315 EB Apeldoorn

Tel.: 055-5220625 – Fax: 055-5225694

David Pinto
Intercultural Communication
A three-step method for dealing with differences



Bij contacten tussen mensen met verschillende culturele normen en waarden bestaat een verhoogde kans op misverstanden, miscommunicatie en mismanagement, wanneer men niet of onvoldoende op de hoogte is van elkaars normen, waarden, leefregels, gedragscodes.

Bestaande communicatie- en managementtheorieën die tot nu toe voldeden, blijken in de praktijk niet langer algemeen geldig te zijn. Pinto ontwikkelt een nieuwe theorie over verschillen tussen mensen en culturen. Hij doet dat vanuit verschillen in structuren van omgangsregels en communicatiecodes die gelden tussen werelddelen, landen, bedrijven, afdelingen, maar ook tussen twee individuen, zelfs binnen het gezin. Daaruit ontstaat een methode die een nieuw perspectief biedt voor het omgaan met verschillen met behoud van ieders eigenheid. Theorie en methode worden geïllustreerd met vele praktische cases.

Uit de Inhoud:

Effective communication – Culture and cultural differences – Intercultural communication – Dealing with differences – Application of the three-step method to communication and management.

ISBN 90-5350-978-X

217 blz.

850 BF / f 49,-

Verkrijgbaar in de boekhandel of rechtstreeks bij:

Garant

Garant-Uitgevers n.v.

Tiensesteenweg 83, B-3010 Leuven

Tel.: 016-253131 – Fax: 016-251314

E-mail: uitgeverij@garant.be

Koninginnelaan 96, NL-7315 EB Apeldoorn

Tel.: 055-5220625 – Fax: 055-5225694

Abstracts

The past as story: the narrative structure of historical films

Willem Hesling

The narrative formulas feature films employ in portraying the past, have three important implications for the kind of history that is produced. Because characters play a central role in film stories, they present a past that is to be understood mainly in terms of individual actions and motives. Moreover, in their representation of the past, films refer more to each other than to that past itself. An important consequence of this intertextual mechanism is the development of a 'filmic-historical reality' that can easily extricate itself from a 'scientific historical reality'. Finally, this impression of reality generated by the classical film story can easily lead to an 'objectivation' and 'homogenisation' of historical reality.

Key words: film, history, narrativity

Influence of academic science education on the perception of science by young adults

Sofie Van den Bossche and Jean-Pierre De Greve

With a focus on two specific initiatives concerning the popularisation of science towards young adults by universities, a study has been undertaken about the perception of science by young adults. First, the senders were analysed to find out how they are organised and what their activities are. Second, a random sample of young adults was interviewed regarding their perception of science. The aim was to find transformational effects that occurred as a result of the specific activities of the universities. The conclusion is that such activities have little or no influence on the perception of science by young adults. Their perception of science has clearly been defined by other media.

Key words: young adults, science, universities, popularisation of science, perception

Sex differences in interaction behaviour: a swing in explanatory paradigms

Agnetha Broos

Men and women communicate in different ways. Their interaction patterns differ at both the verbal and the nonverbal level. Next to descriptive analysis, research has also aimed to explain sex differences in interaction behaviour. The oldest explanatory paradigm, 'the dominance approach', considers women as a suppressed group. In this view, sex differences in communication behaviour can be attributed to male dominance and female subordination. However, in the past 10 years, the dominance approach is being questioned and is increasingly replaced by the 'difference approach'. This model emphasises the idea that men and women are socialised in two different subcultures and consequently develop different interaction patterns.

Key words: sex differences, interaction patterns, dominance approach, difference approach

als achtergrond (cf. de 'wallpaper'-functie van de reclame).

Een sterk wetenschappelijk - vooral methodologisch - werk dat niet alleen een antwoord geeft op enkele intrigerende vragen, maar ook een mooi voorbeeld vormt van hoe een studieobject door middel van verschillende onderzoeksmethoden (literatuurstudie, diepte-interviews, telefonisch survey met schriftelijke follow-up, experiment, en face-to-face survey) kan worden benaderd.

A.G.

H. M. GLANCY,

**When Hollywood loved Britain:
the Hollywood 'British' film 1939-45.**

Manchester, Manchester University Press, 1999, 280 blz.

Het uitstekend gedocumenteerd boek *'When Hollywood loved Britain'* maakt het fenomeen van de 'Britse' film uit Hollywood inzichtelijk voor een ruimer publiek. Op zeer duidelijke wijze wordt het hoe en het waarom van deze toch wel mooie filmcanon uit de doeken gedaan. Glancy schetst niet alleen een duidelijk beeld van de bestaande banden tussen de Britse en de Amerikaanse filmindustrie, maar besteedt ook veel aandacht aan de dieperliggende maatschappelijke en politieke tendensen die de prominente aanwezigheid van de 'Britse' film in Hollywood mede kunnen verklaren. Hierdoor wordt een heel nieuw licht geworpen op Academy Award winnaars als *Rebecca* (1940), *How green was my valley* (1941) en *Mrs Minidriver* (1942), en kassuccessen als *Goodbye Mr Chips* (1939), *The Sea Hawk* (1940) en *A yank in the RAF* (1941). Meteen wordt het voor de lezer duidelijk dat de 'Britse' film in Hollywood een bijzondere plaats innam en dat hij, zeker voor de hier bestudeerde periode, als een afzonderlijke stroming kan worden bestudeerd.

In een eerste hoofdstuk gaat de auteur dieper in op de moeilijkheden die de Amerikaanse filmindustrie ondervond tijdens de Tweede Wereldoorlog. Wanneer Hollywood ondanks het verlies van verschillende Europese en Latijns-Amerikaanse markten toch furore maakte tijdens de oorlogsjaren, heeft

het dit voornamelijk te danken aan het voortdurend succes op de Britse markt. Dat deze financiële dependentie een grote invloed had op de economische structuur van de Amerikaanse filmindustrie spreekt voor zich.

In het tweede hoofdstuk wordt de invloed van het buitenlandse beleid van de zogenaamde Hays Office op de Amerikaanse producties nagegaan. Naarmate de oorlog dichterbij kwam, werd Hollywood noodgedwongen voorzichtiger. De filmindustrie evolueerde in de richting van een pure entertainment industrie teneinde bij haar belangrijkste buitenlandse afnemer, met name Groot-Brittannië, geen kwaad bloed te zetten. Dit resulteerde in films waarin zeer omzichtig werd omgesprongen met representaties van de Britse betrokkenheid in internationale conflicten.

Hoe een van de belangrijkste producenten van 'Britse' film in het Hollywood van de jaren veertig functioneerde, wordt nagegaan in het derde hoofdstuk dat volledig gewijd is aan de MGM-studio.

In de volgende hoofdstukken wordt dieper ingegaan op enkele 'Britse' films uit de periode 1939-1945. Deze periode is bijzonder interessant gebleken omdat de 'Britse' films traditioneel zeer patriottisch waren. Het beeld dat van Groot-Brittannië geschetst werd onderging echter belangrijke wijzigingen onder invloed van de veranderende posities van Engeland en de Verenigde Staten in de oorlog. Dat deze representaties niet louter ingegeven werden door de in Hollywood levende anglofilie bewijst het laatste hoofdstuk waarin aangetoond wordt hoe na 1941 de box office het won van het Office of War Information. In plaats van de door opiniepeilingen ondersteunde en de door het OWI wenselijk geachte educatieve voorstelling van Groot-Brittannië als een democratische natie waarin de arbeidersklasse een belangrijke rol speelt, verstrekte Hollywood populaire kostuumfilms die speelden in het oude aristocratische Engeland.

L.E.

Communicatie is een wetenschappelijk tijdschrift dat bijdragen publiceert over alle vormen, niveaus en aspecten van de menselijke communicatie, benaderd vanuit een diversiteit aan theoretische en methodologische invalshoeken. *Communicatie* neemt, hetzij onder de vorm van een artikel (10 à 15 blz.) of als een kort onderzoeksverslag (3 à 5 blz.), theoretische bijdragen, verslagen van empirisch onderzoek, en literatuurreviews op. Verder is er een rubriek met korte boekbesprekingen en een rubriek 'Standpunten', waarin gereflecteerd of gepolemiseerd kan worden over actuele feiten en problemen uit de wereld van de communicatie.

Manuscripten die als artikels worden ingezonden, worden aan een dubbel-blinde beoordelingsprocedure onderworpen en dienen, in het Nederlands en het Engels, vergezeld te zijn van een samenvatting (max. 10 lijnen) en 3 à 5 sleutelbegrippen.

Manuscripten dienen het redactiesecretariaat te bereiken zowel in geprinte vorm als op diskette in Word.

Het manuscript dient op een redelijke manier gestructureerd te worden in onderdelen, die niet genummerd worden, maar wel van tussentitels worden voorzien. Citaten dienen aangeduid te worden met enkele aanhalingstekens, citaten in citaten met dubbele. Langere citaten worden opgenomen zonder aanhalingstekens en dienen van de rest van de tekst geïsoleerd te worden door middel van tussenwit. Voetnoten worden doorgenummerd en krijgen een korte titel. Grafieken, figuren, modellen en andere illustraties (b.v. foto's) moeten fotografisch overgenomen kunnen worden.

Geciteerde auteurs en hun werk worden in de tekst als volgt opgenomen: Langer (1981:365) stelt dat ...; of: ... zoals door verschillende auteurs wordt opgemerkt (Connel & Curti, 1985:106; Altheide & Snow, 1991:46-47). De letters a, b, c ... worden gebruikt om de verschillende werken aan te duiden die eenzelfde auteur gedurende hetzelfde jaar heeft gepubliceerd, b.v. (Fiske, 1992a, 1992b). Gebruik 'et al.' wanneer een werk geciteerd wordt van meer dan twee auteurs, b.v. Leiss et al. (1990).

Alle geciteerde werken dienen achteraan, na de noten en onder de titel LITERATUURLIJST, alfabetisch gerangschikt te worden, waarbij bij boeken, indien nodig, het volume en bij tijdschriftartikels de jaargang en tussen haakjes het nummer van het tijdschrift worden vermeld.

Het verwijzen naar *Internetbronnen* gebeurt op volgende manier:

Auteur(s) (datum publicatie) 'titel document' in *titel elektronische publicatie* [WWW]. Producent/uitgever website: URL [datum raadpleging op het Internet].

E-mailberichten dienen als volgt vermeld te worden:

Naam verzender (e-mail-adres verzender) (datum verzending) 'titel e-mail bericht' [e-mail] voor Naam ontvanger (e-mail-adres ontvanger).

Altheide, D.L. & Snow, R.P. (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.

Clark, K. (1998/06/21) *The New Political Order* [WWW]. Sage Electronic Publications: gopher://gopher.uidaho.edu/11/IU_gopher/library.html [18/09/98].

Fiske, J. (1992a) 'British Cultural Studies and Television', pp. 284-326 in R.C. Allen (ed.) *Channels of Discourse*, Reassembled. 2nd ed. Chapel Hill & London: The University of North Carolina Press.

Fiske, J. (1992b) 'Cultural Studies and the Culture of Everyday Life', pp. 154-173 in L. Grossberg, C. Nelson & P. Treichler (eds.) *Cultural Studies*. New York & London: Routledge.

Hughes, D. & Starck, P. (z.d.) 'Sources of Information About Mailing Lists' in *Guidelines for Academic Research* [WWW]. University of North Carolina: <http://www.crombec.edu/howard/index.html> [18/09/98].

Langer, J. (1981) 'Television's Personality System', *Media, Culture and Society*, 3(4): 351-365.

Tilmans, K. (k.tilmans@skynet.be) (16/08/99) 'Antwoord op uw vraag' [e-mail] voor Kortens, J. (j.kortens@ping.be).