

C. P. Perkins, & R. B. Parry: *Mapping the UK*. Bowker-Saur, London 1996. iv, 397 s., ill., 30 cm. GBP 125,-.

"Everything you never wanted to know about maps" hedder en helt anden bog om emnet. Dens titel antyder problemet; kort er essentielle for geografer, og en knap 400 siders beskrivelse af forskellige typer af Engelske kortprodukter, hovedsageligt fremstillet af Ordnance Survey, er ganske relevant information, men særligt spændende er det nu ikke. Bogen opridser den engelske kortlægnings historie og beskriver en lang række eksempler - langt de fleste i sort-hvid - på topografiske kort i forskellig skala. Der er tillige eksempler på søkort, vejkort, geologiske kort, transportkort, tematiske kort, bykort, kortanvendelse i aviser og tv, satellitbaserede kort og meget mere. Desuden findes en mængde referencer og adresser på producenter og salgssteder. Et meget detaljeret og omfattende værk til opslagsbrug, som desværre ikke fås tilsvarende for kortlægning i Danmark.

Lasse Møller-Jensen

D. Bell & G. Valentine: *Consuming geographies - we are what we eat*. London, Routledge, 1997. IX, 236 s., ill., 22 cm. GBP 45,-.

Bogen er moderne i den forstand, at den er med på noderne eller i tidens smag, da den indledes med en dialogstump fra 'Pulp Fiction'. Den er lastet med overvejelse og diskussion - for at blive i den visuelle del af medieverdenen, klippes der meget. Åndelig talt er den nok post-moderne, men hvad ved bønder om agurkesalat? Allerede titelen er flertydig, men som undertitelen melder, drejer det sig om noget med fødevarerkonsum. Hvert kapitel indledes med en opskrift i bred forstand forbundet med en geografisk eller anden videnskabelig notabilitet med 'Globehead! A Journal of Extreme Geography' som kilde. Spekteret er bredt: Yi-Fu Tuan kan åbne en dåse; der er 'Poulet Caraibe à la (Peter) Gould'; Wilbour Zelinsky hævder at besidde en prægtig opskrift, der helt er hans egen, som end ikke et kobbel enhjørninger kan hale fra ham. En serie bokse lader illustrativt en snes mennesker udtale sig om fødevarerholdninger og -vaner. Referencelisten er omfattende, og der er mange både velvalgte og morsomme citater. Men forfatterne har ikke smag for studier som D.Grigg's omfattende forfatterskab; at kvantificere problemstillingerne i næringsindhold eller priser ligger fjernt - for at fortsætte den kulinariske sprogbug: rager dem en papand. At man kunne hente næring hos klassiske forfattere på området Max Sorre, Kariel, Jaques

May eller de Castro er ukendte; at Medline Express måske kunne være næringsgivende i sammenhæng er åbenbart ikke appetitgivende. Er talen om den mediterrane kost er der ingen regulære referencer; er den om Frankrig heller ikke - Livet, Grignon, Thouvenot kendes ikke. Bogen er underholdende, morsom og spøj; den omhandler, sager der er både interessante og i bred forstand relevante i sammenhæng. Nogle vil måske se som en ekstra anbefaling, at bogen ikke rigtigt falder i min smag, og at jeg mener, at der er for megen pølsesnak og for få vitaminer; at den hverken er videre geografisk eller anvendelig. Det mest geografiske ved bogen er den logiske, snusfornuftige, hierakiske opbygning med syv niveauer: krop, hjem, ..... globalt. Af bagsidetekstens klassificering: cultural studies/ geography forekommer det første mest dækkende - i kolofonens bibliografiske oplysninger står tværkulturelle studier, ikke geografi.

Henning Mørch

S. Illeris *The Service Economy - a Geographical Approach*. Wiley, Chichester 1996. viii, 236 s., ill., 24 cm. GBP 35,-.

Service industry has never attracted researchers of working life as much as mass producing industry. The middle class bank clerk has not been such an attractive research object as the metal worker, whose every move has been studied and every possible class position has been theorised. Yet the great changes in the service part of the economy have had almost revolutionary social effects. This neglect is supposedly one of the reasons why theory in the field of service work is meagre and has not developed into an exiting academic battleground. Exiting or not the general belief is that we are on our way to a service economy, but we are at the same time quite uncertain of *how*, *why* and *where*! Is it at all possible that we can survive by shaving one another? That is (according to Illeris) an almost embarrassingly stupid question. But non the less, in this book, he takes the trouble to answer that and a number of other basic questions, like how can we in a purposeful way define service work. Why are services growing and why does service work have different shares in economies at the same GDP level? Can service growth be a statistical illusion because service activities that used to be performed by producing firms today are sold by independent firms over the market? Or has the service content of a product risen also within the producing firms to the extent that the service share of the economy