

**ingezonden boeken** (bespreking naar mogelijkheid)

- BERGLER, R., *Kulturfaktor Werbung. Werbung im Spiegel der Gesellschaft*. Bonn, Verlag edition ZAW, 1989, 54 blz.
- BILLIG, M., *Ideology and opinion. Studies in rhetorical psychology*. London, Sage, 1991, 216 blz., £ 9,95.
- BLUMLER, J.G. en NOSSITER, T.J., *Broadcasting finance in transition. A comparative handbook*. Oxford, Oxford University Press, 1991, 443 blz., £ 45.
- BOSMA, P., *Filmkunde. Een inleiding*. Nijmegen, SUN, 1991, 327 blz., Fl. 39,50.
- BREAKWELL, I. en HAMMOND, P., *Seeing in the dark. A compendium of cinemagoing*. London, Serpents Tail, 1990, 166 blz., £ 10,99.
- BROWNLOW, K., *Behind the mask of innocence. Sex, violence, prejudice, crime : films of social conscience in the silent era*. London, Jonathan Cape, 1990, 579 blz., £ 35.
- CHARON, J.-M., *L'Etat des médias*. Collection L'Etat du monde, Paris, Editions La Découverte/Médias-pouvoirs/CFPJ, 1991, 461 blz., FF 169.
- CHOMSKY, N., *Gekoesterde illusies*. Berchem, vertaling uitgeverij EPO, 1991, 163 blz., BEF 698.
- CLARK, R.A., *Studying interpersonal communication. The research experience*. Interpersonal Commtexts 2, London, Sage Publications, 1991, 166 blz., £ 12,75.
- COSTE, D., *Narrative as communication*. Volume 64, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1989, 370 blz., \$ 15,95.
- COUPLAND, N. e.a., *'Misscommunication' and problematic talk*. London, Sage Publications, 1991, 373 blz., £ 18,95.
- CROWTHER, B., *Captured on film. The prison movie*. London, Batsford, 1989, 184 blz., £ 17,95.
- DAMBRON, P., *Sponsoring et politique de marketing*. Paris, Les Editions d'Organisation, 1991, 204 blz., BEF 1.550.
- DARBY, W. en DU BOIS, J., *American film music. Major composers, techniques, trends, 1915-1990*. Jefferson, McFarland, 1990, 605 blz., \$ 55.

- DENNIS, E.E. e.a., *Beyond the cold war. Soviet and American media images*. London, Sage Publications, 1991, 180 blz.
- DUBOIS, B., *Comprendre le consommateur*. Paris, Dalloz, 1990, 261 blz., FF 192.
- ERDMANN, G. en FRITSCH, B., *Zeitungsvielfalt im Vergleich. Das Angebot an Tageszeitungen in Europa*. Mainz, v.Hase & Koehler, 1990, 128 blz., DM 24,80.
- GIFFORD, D., *American animated films : The silent era, 1897-1929*. Jefferson, McFarland, 1990, 208 blz., \$ 29,95.
- GODWIN, R.K., *One billion dollars of influence. The direct marketing of politics*. Chatham, Chatham House, 1988, 186 blz., \$ 12,95.
- GREGORY, R.L., *Eye and brain. The psychology of seeing*. Fourth edition, Princeton, Princeton University Press, 1990, 264 blz., \$ 12,95.
- GUDYKUNST, W.B., *Bridging differences. Effective intergroup communication*. Interpersonal Commtexts 3, London, Sage Publications, 1991, 171 blz., £ 11,75.
- HURWITZ-LEEDS, W., *Communication in everyday life. A social interpretation*. Second edition, Norwood, Ablex Publication Corporation, 1990, 203 blz.
- JHALLY, S., *The codes of advertising. Fetishism and the political economy of meaning in the consumer society*. London, Routledge, 1990, 225 blz., £ 9,99.
- KING, J., *Magical reels. A history of cinema in Latin America*. London, VERSO, 1990, 266 blz., £ 10,95.
- KLEBER, P. en VISSER, C., *Re-interpreting Brecht. His influence on contemporary drama and film*. Cambridge, Cambridge University Press, 1990, 220 blz., £ 25.
- KLEINSTEUBER, H.J. e.a., *EG-Medienpolitik. Fernsehen in Europa zwischen Kultur und Kommerz*. Berlin, Vistas Verlag, 1990, 205 blz., DM 32.
- KNOKE, D., *Political networks. The structural perspective*. Structural analysis in the social sciences 4, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, 290 blz., £ 27,50.
- KOOISTRA, P., *Criminals als heroes. Structure, power and identity*. Bowling Green, Bowling Green University Popular Press, 1989, 202 blz., \$ 15,95.
- LANDWEHRMANN, F. en JACKEL, M., *Kabelfernsehen - von der Skepsis zur Akzeptanz. Das erweiterte Programmangebot im Urteil der Zuschauer*. Schriftenreihe Band 1, München, Verlag Reinhard Fischer, 1991, 190 blz., DM 28.
- MEDHURST, M. e.a., *Communication and the culture of technology*. Washington, Washington State University Press, 1990, 285 blz., \$ 30.
- MILLER, N. en ALLEN, R., *And now for the BBC ... Current debates in broadcasting 1*, London, John Libbey, 1991, 118 blz., £ 14,50.

- MILLWOOD HARGRAVE, A., *Taste and decency in broadcasting. Public opinion and broadcasting standards 2*, London, John Libbey, 1991, 53 blz., £ 7,50.
- MOBIUS, H. en VOGT, G., *Drehort Stadt. Das Thema 'Grossstadt' im deutschen Film*. Aufblende, Band 1, Marburg, Dr. Wolfram Hitzeroth Verlag, 1990, 185 blz., DM 48.
- MOWLANA, H. en WILSON, L.J., *The passing of modernity. Communication and the transformation of society*. London, Longman, 1990, 240 blz., £ 26.
- NOWLAN, R.A. en NOWLAN, G.W., *Cinema, sequels and remakes, 1903-1987*. London, St. James Press, 1989, 954 blz., £ 25.
- OSBORN, M. en OSBORN, S., *Public speaking*. Second edition, Boston, Houghton Mifflin Company, 1991, 488 blz.
- PARISH, J.R. en PITTS, M.R., *The great detective pictures*. London, The Scarecrow Press, 1990, 616 blz., \$ 59,50.
- PARISH, J.R., *The great cop pictures*. London, The Scarecrow Press, 1990, 681 blz., \$ 62,50.
- PEETERS, B., *Autour du scénario. Cinéma, bande dessinée, roman-photo, vidéo-clip, publicité, littérature*. Vierde editie, Brussel, Editions de l'Université de Bruxelles, 1986, 301 blz., BEF 850.
- RYBACKI, K. en RYBACKI, D., *Communication criticism. Approaches and genres*. Belmont, Wadsworth Publishing Company, 1991, 381 blz., \$ 22,50.
- SCHLUPMANN, H., *Unheimlichkeit des Blicks. Das Drama des frühen deutschen Kinos*. Frankfurt am Main, Stroemfeld/Roter Stern, 1990, 365 blz., DM 48.
- SCHMIDBAUER, M. en LOEHR, P., *Fernsehpädagogik. Eine Literaturanalyse*. Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen Nr. 25, München, Saur Verlag, 1991, 126 blz., DM 36.
- SELBY, S., *Dark city. The film noir*. London, St. James Press, 1984, 22 blz., £ 22,50.
- SENNITT, A.G., *World radio tv handbook. Comprehensive country-by-country listings of long, medium and shortwave broadcasters by frequency, time and language*. Volume 45, Mies, Rotovision, 1991, 574 blz., \$ 19,95.
- SHEARER, A., *Survivors and the media*. Research monograph 2, London, John Libbey, 1991, 69 blz., £ 7,50.
- STAPPERS, J.G. e.a., *De werking van massamedia. Een overzicht van inzichten*. Tweede geheel herziene uitgave, Amsterdam, Uitgeverij De Arbeiderspers, 1990, 320 blz.
- STEIER, F., *Research and reflexivity. Inquiries in social construction*. London, Sage Publications, 1991, 257 blz., £ 12,95.

- STOQUART, J., *Le marketing événementiel*. Paris, Les Editions d'Organisation, 1991, 129 blz., BEF 966.
- SUSSMAN, G. en LENT, J.A., *Transnational communications. Wiring the Third World*. Communication and Human Values, London, Sage, 1991, 327 blz., £ 15,50.
- TING-TOOMEY, S. en KORZENNY, F., *Cross-cultural interpersonal communication*. International and intercultural communication annual, volume XV, London, Sage Publications, 1991, 283 blz., £ 15,50.
- VAN DEN BRANDEN, W., *Audiovisuele communicatie. Theorie en praktijk*. Antwerpen, Patrick Proost, 1990, 318 blz., BEF 1.350.
- VAN DONGEN, W., *Doorzien. Een kunstwerk op tien manieren bekeken*. Assen, Van Gorcum, 1990, 240 blz., Fl. 59,50.
- VAN MALSEN, W., *Analfabetisch woordenboek*. Utrecht, Spectrum, 1991, 295 blz., BEF 295.
- VAN ZOONEN, L., *'Moeten strijdende vrouwen zo grof zijn ?' De vrouwenbeweging en de media*. Amsterdam, Uitgeverij SUA, 1991, 323 blz., Fl. 45.
- VERDAASDONK, D., *Beroep filmregisseur. Het verkrijgen van continuïteit in een artistiek beroep*. Zeist, Kerckebosch, 1990, 182 blz., Fl. 35.
- VRUGT, A. en SCHABRACQ, M., *Vanzelfsprekend gedrag. Opstellen over nonverbale communicatie*. Meppel, Boom, 1991, 225 blz., BEF 550.
- WATSON, J. en HILL, A., *A dictionary of communication and media studies*. Second edition, London, Edward Arnold, 1989, 190 blz., £ 9,95.
- WEIRICH, D., *Europas Medienmarkt von morgen*. Berlin, Vistas Verlag, 1989, 177 blz., DM 19,80.
- X, *Annuaire 91, des sources d'information communautaires*. Genval, Euroconfidentiel, 1991, BEF 8.100.
- X, *BLM-Rundfunkkongress 10/11 Oktober 1989. Rundfunk in den 90-er Jahren - zwischen Kultur, Kommerz und Internationalisierung*. München, Bayerische Landeszentrale für neue Medien, 1990, 368 blz., DM 35.
- X, *DLM Jahrbuch 89/90. Privater Rundfunk in Deutschland*. München, Verlag Reinhard Fischer, 1990, 639 blz., DM 15.
- X, *Handboek groepsvoorlichting*. Ede, Informatie en Kennis Centrum, 1991, 264 blz.
- X, *Rapport sur la communication dans le monde*. Paris, Unesco, 1990, 524 blz.
- YOUNG, B.M., *Television advertising and children*. Oxford, Oxford University Press, 1990, 360 blz., £ 37,50.

Verantwoordelijk uitgever :  
L. Van Poecke, Dalenstraat 26 B  
B-3020 Winksele