

ingezonden boeken (bespreking naar mogelijkheid)

- BATZER, E. en LAUMER, H., *Marketing strategies and distribution channels for foreign companies in Japan*. London, Westview Press, 1989, 302 blz., £ 32,50.
- BONE, J. en JOHNSON, R., *Understanding the film. An introduction to film appreciation*. Fourth edition, Lincolnwood, National Textbook Company, 1992, 304 blz., \$ 22,95.
- BONE, J. en JOHNSON, R., *Understanding the film. Teacher's manual*. Fourth edition, Lincolnwood, National Textbook Company, 1991, 76 blz., \$ 10,60.
- BOSSERT, J., *The advertising photographers of America*. Mies, Rotovision, 1991, 487 blz.
- BURNS, T., *Erving Goffman*. London, Routledge, 1992, 386 blz.
- CHABOUD, J., *La bande dessinée, outil de communication des entreprises. Narration du 9ème type*. Communication, Paris, Editions Eyrolles, 1991, 141 blz.
- CRAIG, S., *Men, masculinity, and the media*. London, Sage Publications, 1992, 271 blz., £ 14,95.
- DANNA, S.R., *Advertising and popular culture : Studies in variety and versatility*. Bowling Green, Bowling Green State University Popular Press, 1992, 162 blz.
- DROST, H., *The world's news media. A comprehensive reference guide*. Essex, Longman, 1991, 604 blz., £ 115.
- EBERT, R. en SISKEL, G., *The future of the movies. Interviews with Martin Scorsese, Steven Spielberg and George Lucas*. Kansas City, Andrews and McMeel, 1991, 116 blz., \$ 9,95.
- FEATHERSTONE, M., *Global culture : Nationalism, globalization and modernity*. London, Sage Publications, 1991, 411 blz., £ 12,95.
- FINLER, J.W., *The Hollywood story. Everything you ever wanted to know about the American movie business*. London, Mandarin, 1992, 565 blz., £ 9,99.
- FLÖPER, B.L., *Ratgeber freie Journalisten. Ein Handbuch*. Zweite Ausgabe, Berlin, Vistas Verlag, 1992, 374 blz., DM 29,80.

- FOWLES, J., *Why viewers watch. A reappraisal of television's effects*. Revised edition, London, Sage Publications, 1992, 281 blz., £ 15,50.
- GAVIN, B., *European broadcasting standards in the 1990's*. Oxford, NCC Blackwell, 1991, 254 blz., £ 50.
- GERSTLE, J., *La communication politique. Que sais-je ?*, Paris, Presses Universitaires de France, 1992, 128 blz.
- GRANT LEWIS, S. en SAMOFF, J., *Microcomputers in African development. Critical perspectives*. Oxford, Westview Press, 1992, 258 blz., £ 23.
- GUNTER, B. e.a., *Television : The public's view*. London, John Libbey, 1992, 70 blz., £ 14,50.
- HARDT, H., *Critical communication studies. Communication, history and theory in America*. London, Routledge, 1992, 279 blz., £ 35.
- HEADRICK, D.R., *The invisible weapon. Telecommunications and international politics 1851-1945*. Oxford, Oxford University Press, 1991, 289 blz., £ 27,50.
- IDEMA, G.J.F., *Informatica voor het secundair onderwijs*. Schoonhoven, Academic Service, 1991, 391 blz., BEF 770.
- JANKOWSKI, N. e.a., *The people's voice : Local radio and television in Europe*. Acamedia Research Monograph 6, London, John Libbey, 1992, 274 blz., £ 22,50.
- KEPPLINGER, H.M. e.a., *Das Aktuelle in RTL plus. Analysemethoden - Untersuchungsergebnisse - Interpretationsmuster*. Medienskripten, Band 12, München, Verlag Reinhard Fischer, 1991, 104 blz., DM 35.
- KOPPER, G.G., *Medien- und Kommunikationspolitik der Bundesrepublik Deutschland. Ein chronologisches Handbuch 1944 bis 1988*. München, Saur, 1992, 518 blz., DM 320.
- KOUCHNER, J., *Radio locale : mode d'emploi*. Paris, CFPJ, 1991, 118 blz., FF 65.
- KRUTNIK, F., *In a lonely street. Film noir, genre, masculinity*. London, Routledge, 1991, 268 blz., £ 10,99.
- LEE, D., *Competing discourses. Perspective and ideology in language*. Real Language Series, London, Longman, 1992, 210 blz., £ 10,99.
- LIEBES, T. en KATZ, E., *The export of meaning. Cross-cultural readings of Dallas*. Oxford, Oxford University Press, 1990, 188 blz., £ 25.
- LUYKEN, G.-M. e.a., *Overcoming language barriers in television. Dubbing and subtitling for the European audience*. Media Monograph No 13, Manchester, The European Institute for the Media, 1991, 222 blz.
- MARSHALL, D.F., *Language planning*. Amsterdam, John Benjamins, 1991, 360 blz., Fl. 160.
- MEULENBERG, M. en VAN RULER, B., *Public relations met beleid*. Muiderberg, Coutinho, 1992, 174 blz., Fl. 27,50.
- MORRISON, D.E., *Television and the Gulf war*. Acamedia Research Monograph 7, London, John Libbey, 1992, 100 blz., £ 15.

- MOSER, H., *L'Éclat c'est moi. Zur Faszination unserer Skandale*. Weinheim, Deutscher Studien Verlag, 1989, 365 blz., DM 39,80.
- MacPHERSON, A., *International telecommunication standards organizations*. London, Artech House, 1990, 317 blz.
- McGILLIGAN, P., *Backstory. Interviews with screenwriters of Hollywood's golden age*. London, University of California Press, 1986, 382 blz., \$ 37,50.
- McQUAIL, D., *Media performance. Mass communication and the public interest*. London, Sage Publications, 1992, 350 blz., £ 12,95.
- NEALE, S. en KRUTNIK, F., *Popular film and television comedy*. London, Routledge, 1990, 291 blz., £ 9,99.
- NIBLOCK, M., *The future for HDTV in Europe. The role of broadcasters in the commercial development of a European standard for High Definition Television*. Media Monograph No 14, Manchester, The European Institute for the Media, 1991, 162 blz.
- PACERE, T.F., *Le langage des tam-tams et de masques en Afrique*. Paris, Editions L'Harmattan, 1991, 342 blz., FF 160.
- PALETZ, D.L. en SCHMID, A.P., *Terrorism and the media*. London, Sage Publications, 1992, 250 blz., £ 15,50.
- PHILLIPSON, R., *Linguistic imperialism*. Oxford, Oxford University Press, 1992, 365 blz., £ 11,95.
- RABOY, M. en DAGENAIS, B., *Media, crisis and democracy. Mass communication and the disruption of social order*. London, Sage Publications, 1992, 199 blz., £ 10,95.
- RENCKSTORF, K. e.a., *Communicatiewetenschappelijke bijdragen 1990-1991*. Nijmegen, Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen, 1991, 262 blz.
- RICHMOND, V.P. e.a., *Nonverbal behavior in interpersonal relations*. Second edition, Herts, Prentice Hall, 1991, 342 blz., \$ 38,10.
- SAXER, U. en RATHGEB, J., *Lokalradiowerbung als Innovation. Der Einführungsprozeß eines neuen Werbeträgers in der Schweiz. Eine empirische Studie*. Medienskripten Band 14, München, Verlag Reinhard Fischer, 1992, 218 blz., DM 39.
- STANGE, M., *Symbols of ideal life. Social documentary photography in America 1890-1950*. Cambridge, Cambridge University Press, 1992, 190 blz., £ 14,95.
- STRAKA, G.A. e.a., *Aktive Mediennutzung im Alter. Modelle und Erfahrungen aus der Medienarbeit mit älteren Menschen*. Heidelberg, Asanger Verlag, 1990, 152 blz., DM 29,80.
- TAYLOR, P.M., *War and the media. Propaganda and persuasion in the Gulf war*. Manchester, Manchester University Press, 1992, 338 blz., £ 9,95.
- THOMPSON, J.B., *Ideology and modern culture*. Oxford, Polity Press, 1990, 362 blz., £ 10,95.

- VAN CUILENBURG, J.J. e.a., *Communicatiewetenschap*. Derde volledig herziene druk, Muiderberg, Coutinho, 1992, 424 blz., Fl. 59,50.
- VAN DEN EECKHOUT, P., *Naslagwerken voor de studie van de hedendaagse samenleving*. Brussel, VUBPress, 1991, 557 blz.
- VAN MECHELEN, M., *Beeldopvoeding in het onderwijs. Het vormingsaanbod van Vlaamse verenigingen*. Zaventem, Kluwer Editorial, 1991, 34 blz.
- VANDERSANDEN, G., *L'Espace audiovisuel européen*. Collection 'Etudes européennes', Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles, 1991, 224 blz., BEF 850.
- VELAERS, J., *De beperkingen van de vrijheid van meningsuiting*. Deel I en II, Antwerpen, Maklu Uitgevers, 1991, 907 blz., BEF 4.450.
- VERHOEST, P. e.a., *Telecommunicatie en beleid in België 1830-1991*. Amsterdam, Otto Cramwinckel, 1991, 254 blz., BEF 995.
- VOS, Ch., *Het verleden in bewegend beeld. Een inleiding in de analyse van audiovisueel materiaal*. Houten, De Haan, 1991, 199 blz., BEF 900.
- WEIB, R., *Aufgaben und Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Fernsehens*. Symposien des Hans-Bredow-Instituts Band 12, Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, 1991, 182 blz., DM 64.
- WOMBELL, P., *Photovideo. Photography in the age of the computer*. London, Rivers Oram Press, 1991, 160 blz., £ 11,95.
- X, *Directors*. International Dictionary of Films and Filmmakers, volume 2, London, St. James Press, 1991, 958 blz., £ 75.
- X, *Journalismus für den Hörfunk der Zukunft*. Münchner Debatte zum Berufsbild des Hörfunk-Journalisten. BLM-Ausbildungskongreß 1990, München, Reinhard Fischer, 1991, 224 blz.
- X, *MedienForum Berlin 1991*. Kongreßband, München, Verlag Reinhard Fisher, 1991, 221 blz., DM 39.

De bijdragen in dit nummer zijn van :

Els DE BENS, hoogleraar in de Pers- en Communicatiewetenschap aan de Rijksuniversiteit Gent

Greet RIEBBELS, assistente in de Pers- en Communicatiewetenschap aan de Rijksuniversiteit Gent

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