

**ingezonden boeken** (bespreking naar mogelijkheid)

- ALSEM, K.J., LEEFLANG, P.S.H. en REUYL, J.C., *Media in beweging. Concurrentieverhoudingen op de Nederlandse reclamemarkt*. Amsterdam, Otto Cramwinckel Uitgever, 1991, 275 blz.
- ALTMAN, R., *Sound theory, sound practice*. London, Routledge, 1992, 291 blz., £ 10,99.
- AUER, P. en DI LUZIO, A., *The contextualization of language*. Amsterdam, John Benjamins, 1992, 402 blz., Fl. 150.
- BACKER, Th. e.a. *Designing health communication campaigns : what works ?* London, Sage Publications, 1992, 181 blz., £ 12,95.
- BLIESZNER, R. en ADAMS, R.G., *Adult friendship*. Sage Series on Close Relationships, London, Sage Publications, 1992, 148 blz., £ 11,50.
- BOUWMAN, H., NELISSEN, P. en VOOIJS, M., *Tussen vraag en aanbod. Optimalisering van de informatievoorziening*. Amsterdam, Otto Cramwinckel Uitgever, 1991, 196 blz.
- BOYD-BARRETT, O. en THUSSU, D.K., *Contra-flow in global news. International and regional news exchange mechanisms*. Acamedia Research Monograph 8, London, John Libbey, 1992, 150 blz., £ 20.
- BRANIGAN, E., *Narrative comprehension and film*. London, Routledge, 1992, 325 blz., £ 12,99.
- BURKART, R. en HÖMBERG, W., *Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung*. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 8, Wien, Braumüller, 1992, 237 blz., öS 280.
- CALLINICOS, A., *Against postmodernism. A marxist critique*. Oxford, Polity Press, 1989, 207 blz., £ 10,95.
- CATE, R.M. en LLOYD, S.A., *Courtship*. Sage Series on Close Relationships, London, Sage Publications, 1992, 142 blz., £ 11,50.
- CRAWFORD, P.I. en TURTON, D., *Film as ethnography*. Manchester, Manchester University Press, 1992, 322 blz., £ 17,50.
- CUSTEN, G.F., *Bio/Pics : How Hollywood constructed public history*. New Brunswick, Rutgers University Press, 1992, 304 blz., \$ 14,95.
- DELORS, J., *Our Europe. The community and national development*. London, Verso, 1992, 166 blz., £ 17,95.

- DONOHUE, W.A. en KOLT, R., *Managing interpersonal conflict*. Interpersonal Commtexts 4, London, Sage Publications, 1992, 171 blz., £ 12,50.
- FELIX, J., *Woody Allen. Komik und Krise*. Aufblende Schriften zum Film Band 3, Marburg, Hitzeroth, 1992, 256 blz., DM 40.
- FRIEDHOFF, R.M. en BENZON, W., *The second computer revolution visualization*. Oxford, W.H. Freeman and Company, 1991, 215 blz., £ 17,95.
- GILLAERTS, P., *Leesbaar schrijven. Een handreiking*. Leuven, Garant, 1992, 96 blz., BEF 290.
- GOLDMAN, R., *Reading ads socially*. London, Routledge, 1992, 247 blz., £ 13,99.
- GUNTER, B. en WOBER, M., *The reactive viewer. A review of research on audience reaction measurement*. London, John Libbey, 1992, 114 blz., £ 18.
- HALL JAMIESON, K., *Packaging the presidency. A history and criticism of presidential campaign advertising*. Second edition, Oxford, Oxford University Press, 1992, 546 blz., \$ 15,95.
- HEATH, R.L. en BRYANT, J., *Human communication. Theory and research*. London, Lawrence Erlbaum Associates, 1992, 337 blz., £ 48,95.
- HENAUULT, A., *Histoire de la sémiotique. Que sais-je ?* Paris, Presses Universitaires de France, 1992, 125 blz.
- HENDRICK, S.S. en HENDRICK C., *Romantic love*. Sage Series on Close Relationships, London, Sage, 1992, 138 blz., £ 11,50.
- HOLZBERGER, R., *Zeitungsdämmerung. Wie Journalisten die Welt verpacken. Eine Kritik der journalistischen Praxis*. Der Andere Journalismus, München, Verlag ölschläger, 1991, 324 blz., DM 44.
- HOPKINSON, A., *The forbidden rainbow. Images and voices from Latin America*. London, Serpent's Tail, 1992, 159 blz., £ 14,99.
- JACOBS, L., *The wages of sin. Censorship and the fallen women film, 1928-1942*. London, The University of Wisconsin Press, 1991, 202 blz., £ 11,95.
- JAY, T., *Cursing in America*. Amsterdam, John Benjamins, 1992, 273 blz., Fl. 35.
- KATUS, J. en VAN DER MEIDEN, A., *Jaarboek public relations en voorlichting*. Muiderberg, Coutinho, 1992, 208 blz., Fl. 29,50.
- KEITH, M.C., *Selling radio direct*. London, Focal Press, 1992, 117 blz., £ 10,95.
- KING, A. (ed.), *Culture globalization and the world-system*. London, Macmillan Education, 1991, 186 blz., £ 10,99.
- KUBEY, R. en CSIKSZENTMIHALYI, M., *Television and the quality of life. How viewing shapes everyday experience*. London, Lawrence Erlbaum Associates, 1990, 287 blz., £ 33,50.

- LAVER, J., *The gift of speech*. Edinburgh, Edinburgh University Press, 1991, 400 blz., £ 45.
- LUSTED, D., *The media studies book. A guide for teachers*. London, Routledge, 1991, 234 blz., £ 9,99.
- LUYKEN, G.-M. et al., *Overcoming language barriers in television. Dubbing and subtitling for the European audience*. Media Monograph No 13, Düsseldorf, The European Institute for the Media, 1991, 222 blz., £ 35.
- MAYLE, P., *Hoe schoner de schijn... Geld en geldingsdrang in de reclamewereld*. Baarn, Uitgeverij Mingus, 1992, 119 blz., BEF 490.
- MEYER, M., *Aspects of school television in Europe. A documentation*. Communication Research and Broadcasting n° 10, München, K.G. Saur, 1992, 595 blz., DM 56.
- MORGAN, J. en WELTON, P., *See what I mean ? An introduction to visual communication*. Second edition, London, Edward Arnold, 1992, 150 blz., £ 10,99.
- NIEUWENHUIS, A.J., *Persvrijheid en persbeleid*. Amsterdam, Otto Cramwinckel Uitgever, 1991, 344 blz.
- PRICE, V., *Public opinion*. Communication Concepts 4, London, Sage Publications, 1992, 112 blz., £ 6,95.
- ROBERTS, T.E.F., *Practical radio productions*. London, Focal Press, 1992, 92 blz., £ 10.
- RUCH, W.V., *International handbook of corporate communication*. Jefferson, McFarland, 1989, 486 blz., \$ 49,95.
- RUTTEN, P. en OUD, G.J., *Nederlandse popmuziek op de binnen- en buitenlandse markt*. Amsterdam, Stichting Popmuziek Nederland, 1991, 241 blz.
- SCANNELL, P. et al., *Culture and power. A media, culture and society reader*. London, Sage Publications, 1992, 357 blz., £ 12,95.
- SCHLESINGER, P. et al., *Women viewing violence*. London, British Film Institute, 1992, 210 blz.
- SEMIN, G.R. en FIEDLER, K., *Language, interaction and social cognition*. London, Sage Publications, 1992, 262 blz., £ 35.
- SERVAES, J. en TONNAER, C., *De nieuwsmarkt. Vorm en inhoud van de internationale berichtgeving*. Groningen, Wolters-Noordhoff, 1992, 146 blz., BEF 650.
- SHAUGHNESSY, H. en FUENTE COBO, C., *The cultural obligations of broadcasting. National and transnational legislation concerning cultural duties of television broadcasters in Europe*. Media Monograph No. 12, Manchester, The European Institute for the Media, 1990, 212 blz.
- SIEGEL, B.H., *Creative radio production*. London, Focal Press, 1992, 292 blz., £ 30.
- SKOVMAND, M. en SCHRØDER, K.Ch., *Media cultures : Reappraising transnational media*. London, Routledge, 1992, 222 blz., £ 11,99.

- SOLOMON, M.R., *Consumer behavior. Buying, having and being*. London, Allyn and Bacon, 1992, 618 blz., \$ 41,95.
- STILES, W.B., *Describing talk : A taxonomy of verbal response modes*. Interpersonal Communication 12, London, Sage, 1992, 238 blz., £ 16,95 met diskette.
- UTZ, P., *Today's video. Equipment, setup, and production*. Second edition, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1992, 617 blz., \$ 67,60.
- VERBEKE, W.J.M.I. e.a., *Marketing-communicatie en chaos. Een visie voor de jaren negentig*. Deventer, Kluwer Bedrijfswetenschappen, 1990, 134 blz., BEF 966.
- WAYNE, S.J., *The road to the White House 1992. The politics of presidential elections*. New York, St. Martin's Press, 1992, 319 blz.
- WEATHERILL, B., *Television democracies*. London, Routledge, 1992, 290 blz., £ 11,99.
- WINTERHOFF-SPURK, P., *Fernsehen und Weltwissen. Der Einfluß von Medien auf Zeit-, Raum- und Personenschemata*. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 1989, 203 blz., DM 42.
- X, *CD-ROMs in print 1992*. London, Meckler, 1992, 583 blz., £ 40.
- X, *Gids voor de informatiesector 1992. Cijfers en trends*. Den Haag, NBLC, 1992, 328 blz., Fl. 65.
- X, *Reclamebarometer 1991*. Brussel, Associatie van Communicatieprofessionals, 1992, 17 blz., BEF 424.
- X, *Reporters sans frontières 1992 report. Freedom of the press throughout the world*. London, John Libbey, 1992, 246 blz., £ 12.

De bijdragen in dit nummer zijn van :

Leen D'HAENENS, assistente in de Pers- en Communicatiewetenschap aan de Universiteit Gent

Els JANSSENS, assistente aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Koen MICHIELS, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Herman SANTY, hoofd van de Studiedienst van de BRTN

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