

Ingezonden boeken (bespreking naar mogelijkheid)

- ABEL, R. (ed.) *Silent film*. London, The Athlone Press, 1996, 319 blz., £ 17,95.
- ABERCROMBIE, N. *Television and society*. Cambridge, Polity Press, 1996, 228 blz., £ 12,95.
- ANDERSON, R. et al. *The conversation of journalism: communication, community and news*. London, Praeger, 1994, 206 blz., £ 44,95.
- ARMBRECHT, W. et al. (Hrsg.) *Image und PR: kann Image Gegenstand einer Public Relations-Wissenschaft sein?* Opladen, Westdeutscher Verlag, 1993, 295 blz., DM 52.
- ARMBRECHT, W. & ZABEL, U. *Normative Aspekte der Public Relations: grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 1994, 314 blz., DM 56.
- ARONOWITZ, S. et al. (eds.) *Technoscience and cyberculture*. London, Routledge, 1996, 323 blz., £ 12,99.
- BALVERS, C. *In gesprek met de lezer*. Zaventem, Samsom BedrijfsInformatie, 1995, 141 blz., BEF 1.224.
- BELTON, J. (ed.) *Movies and mass culture*. London, The Athlone Press, 1996, 279 blz., £ 16,95.
- BERNSTEIN, B. *Pedagogy, symbolic control and identity: theory, research, critique*. London, Taylor & Francis, 1996, 216 blz., £ 14,95.
- BOURNE, R. *News on a knife-edge: Gemini journalism and a global agenda*. London, John Libbey, 1995, 216 blz., £ 16.
- BURGELMAN, J.-Cl. et al. *Van telegraaf tot telenet: naar een nieuw communicatiebestel in België en Vlaanderen*. Brussel, VUBPress, 1995, 246 blz., BEF 450.
- BUYENS, D. et al. *Personeelsmanagement en communicatie in organisaties*. Diegem, Kluwer, 1995, 263 blz., BEF 2.490.
- DALLE VACCHE, A. *Cinema and painting: how art is used in film*. London, The Athlone Press, 1996, 303 blz., £ 17,95.
- DANESI, M. *Cool: the signs and meanings of adolescence*. London, University of Toronto Press, 1994, 168 blz., \$ 17.
- DE BOER, C. & BRENNECKE, S.I. *Media en publiek: theorieën over media-impact*. Mepel, Boom, 1995, 168 blz., BEF 750.
- DE LEEUW, S. *Televisiedrama: podium voor identiteit. Een onderzoek naar de relatie tussen omroepidentiteit en Nederlands televisiedrama 1969-1988*. Amsterdam, Otto Cramwinckel, 1995, 566 blz., Fl. 45,50.
- DEHOUSSE, F. *La politique européenne des télécommunications*. Courrier Hebdomadaire no. 1493-1494, Bruxelles, CRISP, 1995, blz., 69, BEF 500.
- DIAMOND, E. & SILVERMAN, A. *White house to your house: media and politics in virtual America*. London, The MIT Press, 1995, 178 blz., £ 16,95.
- FORCEVILLE, C. *Pictorial metaphor in advertising*. London, Routledge, 1996, 233 blz., £ 45.
- FORRESTER, M.A. *Psychology of language: a critical introduction*. London, Sage, 1996, 216 blz., £ 12,95.
- FUERST, G. *Familiäre Lebensbedingungen und die subjektive Bedeutsamkeit der Medien Fernsehen und Videospiele für 12- bis 14-jährige Kinder*. Reihe VI Psychologie Band 473, Frankfurt am Main, Peter Lang, 1994, 518 blz.

- GOERNER, S.J. *Chaos and the evolving ecological universe*. The World Futures General Evolution Studies Volume 7, Langhorne, Gordon & Breach, 1994, 255 blz., \$ 43.
- GRAHAM-YOOLL, A. *Committed observer: memoirs of a journalist*. London, John Libbey, 1995, 403 blz., £ 17,50.
- HODGSON, F.W. *Modern newspaper practice: a primer on the press*. Third edition, Oxford, Focal Press, 1993, 195 blz., £ 14,99.
- HÜTTNER, H. et al. (reds.) *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Houten, Bohn Stafleu van Loghum, 1995, 695 blz., BEF 2.340.
- JOHNSTON, C.B. *Winning the global television news game*. Oxford, Focal Press, 1995, 331 blz., £ 25.
- KELLY, W. *Violence to non-violence: individual perspectives, communal voice*. Chur, Harwood Academic Publishers, 1994, 136 blz., \$ 30.
- LANGE, A. (éd.) *Annuaire statistique 96. Cinéma, télévision, vidéo et nouveaux médias en Europe*. Strasbourg, Observatoire de l'Audiovisuel, 1995, 302 blz., FF 800.
- LENTZEN, E. & LEGROS, M. *Télévisions en communauté française. Stratégies de groupes et approche institutionnelle*. Courrier Hebdomadaire no. 1491-1492, Bruxelles, CRISP, 1995, 53 blz., BEF 500.
- LURY, C. *Consumer culture*. Cambridge, Polity Press, 1996, 273 blz., £ 13,95.
- McLAREN, P. et al. *Rethinking media literacy: a critical pedagogy of representation*. Studies in the Postmodern Theory of Education Volume 4, Frankfurt am Main, Peter Lang, 1995, 259 blz.
- MILLWOOD HARGRAVE, A. *The scheduling game: annual review 95*. Public Opinion and Broadcasting Standards Series Volume 6, London, John Libbey, 1995, 152 blz., £ 12,50.
- PASCHEN, J. *Informieren, unterhalten, bilden. Medien zwischen Wirkung und Nutzen*. Frankfurt am Main, Verlag Moritz Diesterweg, 1994, 143 blz., DM 17,80.
- PROUD, J.K. *Children and propaganda. Il était une fois...: fiction and fairy tale in Vichy France*. Oxford, Intellect, 1995, 90 blz.
- RENCKSTORF, K. et al. *Media use as social action: a European approach to audience studies*. Acamedia Research Monograph 15, London, John Libbey, 1996, 200 blz., £ 24.
- ROBILLARD, S. *Television in Europe: regulatory bodies. Status, functions and powers in 35 European countries*. London, John Libbey, 1995, 310 blz., £ 30.
- ROMAINE, S. *Bilingualism*. Second edition, Oxford, Blackwell, 1995, 384 blz., £ 14,99.
- ROSS, K. *Black and white media: black images in popular film and television*. London, Polity Press, 1996, 206 blz., £ 11,95.
- SCHOONMAN, E. *Issuesmanagement: anticiperen op de publieke opinie*. Zaventem, Samson Bedrijfsinformatie, 1995, 153 blz., BEF 1.224.
- STAIGER, J. (ed.) *The studio system*. New Brunswick, Rutgers University Press, 1995, 333 blz., £ 16,95.
- STUART, R. *Stage blood: vampires of the 19th-century stage*. Bowling Green, Bowling Green State University Popular Press, 1994, 377 blz., \$ 25,95.
- THERY, G. *Les autoroutes de l'information*. Collection des rapports officiels, Paris, La Documentations Française, 127 blz., FF 70.
- TOLSON, A. *Mediations: text and discourse in media studies*. London, Arnold, 1996, 235 blz., £ 10,99.
- VAN HORENBEECK, E. *De reclame voorbij: het consumptiecommunicatie universum*. Antwerpen, Hadewych, 1995, 199 blz., BEF 790.
- VYNCKE, P. *Het teken van het dier: communicatie, cultuur en semiotiek*. Gent, Mys & Breesch, 1996, 279 blz., BEF 2.500.
- WILLIAMS, L. (ed.) *Viewing positions: ways of seeing film*. New Brunswick, Rutgers University Press, 1995, 290 blz., £ 16,95.