

ingezonden boeken (bespreking naar mogelijkheid)

- AGEE, W.K. e.a., *Introduction aux communications de masse*. Brussel, De Boeck-Wesmael, 1989, 735 blz., BEF 1.950.
- ALTSCHULL, J.H., *Agenten der Macht. Die Welt der Nachrichtenmedien. Eine kritische Studie*. Konstanz, Universitätsverlag Konstanz, 1989, 403 blz., DM 69.
- ALVARADO, M. en THOMPSON, J.O., *The media reader*. London, British Film Institute, 1990, 364 blz.
- ANDREW, G., *The film handbook*. Harlow, Longman, 1989, 362 blz., £ 11,95.
- BATE, B. en TAYLOR, A., *Women communicating. Studies of women's talk*. Norwood, Ablex Publishing Corporation, 1988, 321 blz., £ 21.
- BECKER, L.B. en SCHOENBACH, K., *Audience responses to media diversification. Coping with plenty*. Hove, Lawrence Erlbaum Associates, 1989, 376 blz., £ 29,95.
- BOGART, L., *Press and public. Who reads what, when, where, and why, American newspapers*. Second edition, Hove, Lawrence Erlbaum, 1989, 376 blz., £ 41,50.
- BROWN, M.E., *Television and women's culture. The politics of the popular*. London, Sage Publications, 244 blz., £ 9,95.
- CATHELAT, B. en EBGUY, R., *Styles de Pub. 60 manières de communiquer*. Paris, Les Editions d'Organisation, 1988, 447 blz., BEF 488.
- CHARLTON, M. en BACHMAIR, B., *Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen*. München, Saur, 1990, 283 blz., DM 48.
- COHEN, J. en GLEASON, T., *Social research in communication and law*. London, Sage Publications, 1990, 140 blz., £ 8,95.
- COLE, H.M., *Icons : Ideals and power in the art of Africa*. Washington, Smithsonian Institution Press, 1990, 208 blz., \$ 45.
- COLLICK, J., *Shakespeare, cinema and society*. Manchester, Manchester University Press, 1989, 208 blz., £ 8,95.
- COMPAINE, B.M., *Issues in new information technology*. Norwood, Ablex Publishing Corporation, 1988, 309 blz., £ 31,50.
- DAVIES, B., *Frogs and snails and feminist tales. Preschool children and gender*. London, Unwin Hyman, 1989, 152 blz., £ 7,95.

- DREW, W.M., *Speaking of silents. First ladies of the screen*. New York, The Vestal Press, 1989, 298 blz., \$ 24,95.
- DREWNIAK, B., *Der deutsche Film 1938-1945. Ein Gesamtüberblick*. Düsseldorf, Droste Verlag, 1987, 990 blz.
- DUPUY, E. en CINTAS, Y., *L'entreprise à la une. Communiquer avec la presse*. Paris, Les Editions d'Organisations, 1990, 158 blz.
- EICHHORN, P. en RAFFEE, H. (Hrsg.), *Management und Marketing von Rundfunkanstalten*. Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, 1990, 85 blz., DM 36.
- FERGUSON, M., *Public communication. The new imperatives. Future directions for media research*. London, Sage Publications, 1990, 210 blz., £ 9,95.
- FISCHER, H-D., *Local reporting 1947-1987*. München, Saur, 1989, 388 blz., DM 148.
- FISCHER, H-D., *Handbuch der Medizinkommunikation. Informations-transfer und Publizistik im Gesundheitswesen*. Köln, Deutscher Arzte-Verlag, 1988, DM 168.
- FREILICH, M., *The revelance of culture*. London, Bergin & Garvey, 1989, 250 blz., £ 12,95.
- GABBARD, K. en GABBARD, G.O., *Psychiatry and the cinema*. Chicago, The University of Chicago Press, 1990, 304 blz., \$ 17,25.
- GABLER, N., *An empire of their own. How the Jews invented Hollywood*. London, Doubleday, 1989, 503 blz., \$ 12,95.
- GIVON, T., *Mind, code and context. Essays in pragmatics*. Hove, Lawrence Erlbaum Associates, 1989, 456 blz., £ 53,50.
- GOULDING, D.J., *Post new wave cinema in the Soviet Union and Eastern Europe*. Bloomington, Indiana University Press, 1989, 317 blz., \$ 15,95.
- GROENENDIJK, HAZEKAMP en MASTENBROEK, *Public relations en voorlichting. Beleid, organisatie en uitvoering*. Tweede, geheel herziene druk, Alphen aan den Rijn, Samsom Uitgeverij, 1989, 530 blz., BEF 2.195.
- GROSZ, E., *Sexual subversions. Three French feminists*. London, Unwin Heyman, 1989, 262 blz., £ 9,95.
- HELLER, E., *Kleur. Symboliek, psychologie, toepassing*. Utrecht, Uitgeverij Het Spectrum, 1990, 260 blz., BEF 1.395.
- HILLIARD, R.L., *Television station operations and management*. London, Focal Press, 1989, 249 blz., £ 19,95.
- HÖMBERG, W., *Das Verspätete Ressort. Die Situation des Wissenschaftsjournalismus*. Konstanz, Universitätsverlag Konstanz, 1989, 227 blz., DM 49,80.
- HSIA, H.J., *Mass communications research methods. A step-by-step approach*. Hove, Lawrence Erlbaum Associates, 1988, 629 blz., £ 46,50.

- INGLIS, A.F., *Behind the tube. A history of broadcasting technology and business*. London, Focal Press, 1990, 527 blz., 35,95.
- LA VALLEY, A., *Invasion of the body snatchers*. London, Rutgers University Press, 1989, 230 blz., £ 11,95.
- LAVER, M., *Information technology: agent of change*. Cambridge, Cambridge University Press, 1989, 189 blz., £ 8,95.
- LEEFLANG, T., *De bioscoop in de oorlog*. Brussel, De Arbeiderspers, 1990, 352 blz.
- LEMERT, J.B., *Critici zing the media*. London, Sage Publications, 1989, 122 blz., £ 10,95.
- LE NET, M., *La communication politique. Problèmes politiques et sociaux*. Paris, La Documentation Française, 1989, 64 blz., FF 24.
- LENT, J.A., *The Asian film industry*. Bromley, Christopher Helm, 1990, 310 blz., £ 19,95.
- MANK, G.W., *The Hollywood hissables*. London, The Scarecrow Press, 1989, 518 bl z., \$ 49,50.
- MCCONNELL, BODSON en SCHAPHORST, *FAX: digital facsimile technology and applications*. London, Artech House, 1989, 222 blz.
- MEHRING, M., *The screenplay. A blend of film form and content*. London, Focal Press, 1990, 2 96 blz., £ 22,95.
- MERRILL, LEE en FRIEDLANDER, *Modern massmedia: communication in society*. London, Harper & Row, 1990, 452 blz., £ 17,95.
- MIDDLETON, R., *Studying popular music*. Buckingham, Open University Press, 1990, 328 blz., £ 14,99.
- NEIBAUR, J.L., *Tough guy. The American movie macho*. Jefferson, McFarland, 1989, 224 blz., \$ 24,95.
- NOLL, A.M., *Television technology: fundamentals and future prospects*. London, Artech House, 1988, 184 blz.
- NOWLAN, R.A. en NOWLAN, G.W., *Movie characters of leading performers of the sound era*. London, American Library Association, 1989, 396 blz., £ 40,95.
- RIEBER, R.W., *The individual, communication, and society. Essays in memory of Gregory Bateson*. Cambridge, Cambridge University Press, 1989, 343 blz., £ 40.
- SCHMIDT, L., *Symbiotischer Wissenschaftsjournalismus. Universität und öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Kooperation*. Bochum, Studienverlag Dr. N. Brockmeyer, 1989, 228 blz., DM 34,80.
- SCHNEIDER, I en THOMSEN, C.W. (Hrsg.), *Lexikon der britischen und amerikanischen Spielfilme in den Fernsehprogrammen der Bundesrepublik Deutschland 1954-1985*. 3 Bände, Berlin, Volker Spiess, 1989, DM 198.
- SCHULTZE, B. e.a., *Literatur und Theater. Traditionen und Konventionen als Problem der Dramenübersetzung*. Tübingen, Gunter Narr Verlag, 1990, 317 blz., DM 84.

- SEITER, E. e.a., *Remote control. Television, audiences and cultural power.* London, Routledge, 1989, 262 blz., £ 35.
- SEMIN, G.R. en GERGEN, K.J., *Everyday understanding. Social and scientific implications.* London, Sage Publications, 1990, 248 blz., £ 10,95.
- SERCEAU, M., *Le remake et l'adaptation.* Paris, Les Editions du Cerf, 1989, 174 blz.
- SHAUGHNESSY, H. en FUENTE COBO, C., *The cultural obligations of broadcasting. National and transnational legislation concerning cultural duties of television broadcasters in Europe.* Manchester, European Institute for the Media, 1990, 212 blz.
- SIEFERT, M. e.a., *The information gap. How computers and other new communication technologies affect the social distribution of power.* Oxford, Oxford University Press, 1989, 232 blz., £ 30.
- SLIDE, A., *Silent portraits. Stars of the silent screen in historic photographs.* New York, The Vestal Press, 1989, 276 blz., \$ 24,95.
- SOMMER, R.L., *Hollywood. The glamour years 1919-1941.* London, Hamlyn, 1987, 192 blz., £ 9,95.
- STAPPERS, J.G. e.a., *De werking van massamedia. Een overzicht van inzichten.* Tweede geheel herziene uitgave. Amsterdam, De Arbeiderspers, 1990, 320 blz.
- STARTT, J.D. en SLOAN, W.D., *Historical methods in mass communication.* Hove, Lawrence Erlbaum, 1989, £ 22,95.
- STEVENSON, R.L., *Communication, development and the Third World. The global politics of information.* Harlow, Longman, 1988, 223 blz., £ 26.
- THIMBLEBY, H., *User interface design.* Amsterdam, Addison-Wesley Publishing Company, 1990, 470 blz.
- THOMSEN, C.W. en FAULSTICH, W. (Hrsg.), *Seller, Stars und Serien. Medien im Produktverband.* Heidelberg, Carl Winter Universitätsverlag, 1989, 265 blz., DM 58.
- TITCHENER, C.B., *Reviewing the arts.* Hove, Lawrence Erlbaum, 1988, 141 blz., £ 22,95.
- VREEKAMP, H., *Van informatie naar nieuws. Handboek voor journalistiek, PR en voorlichting.* 's-Gravenhage, VUGA Uitgeverij, 1988, 287 blz., Fl. 39,50.
- WATKINSON, J., *The art of digital video.* London, Focal Press, 1990, 580 blz., £ 42,50.
- WEISS, A.S., *The esthetics of excess.* New York, State University of New York Press, 1989, 211 blz., \$ 14,95.
- WENDERS, W., *Emotion pictures. Reflections on the cinema.* London, Faber and Faber, 1989, 148 blz., £ 12,99.
- WHITBURN, J., *Billboard Hot 100 Charts. The sixties.* Menomonee Falls, Record Research, 1990.

- WIEDEBUSCH, J., *Selbstverständnis und Rezipientenbilder von Hörfunkjournalisten*. Frankfurt am Main, Peter Lang Verlag, 1989, 341 blz., DM 70.
- WIEGAND, W., *Über Chaplin*. Zürich, Diogenes Verlag, 1978, 391 blz., DM 16, 80.
- WOBER, J.M., *The use and abuse of television. A social psychological analysis of the changing screen*. Hove, Lawrence Erlbaum, 1988, 252 blz., £ 19,95.
- WOOD, R., *Film and propaganda in America. A documentary history. World War I*. London, Greenwood Press, 1990, 468 blz., £ 64,50.
- X, *CD-ROMS in print 1990. An international guide*. London, Meckler, 1990, 218 blz., £ 30.
- X, *Dictionary of image technology*. Second edition. London, Focal Press, 1988, 160 blz., £ 10,95.
- X, *Medienpolitik*. Verslagboek MedienForum Berlin 1989, deel 1. München, Reinhard Fischer, 1989.
- X, *Hörfunk/Fernsehen*. Verslagboek MedienForum Berlin 1989, deel 2. München, Reinhard Fischer, 1989.
- X, *Telematik*. Verslagboek MedienForum Berlin 1989, deel 3. München, Reinhard Fischer, 1989.

De bijdragen in dit nummer zijn van :

Joan HEMELS, gewoon hoogleraar aan de Universiteit van Amsterdam en gasthoogleraar aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Gerard HULSEN, onderzoeker bij de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de Nederlandse Omroepprogramma Stichting in Hilversum

Pascale MILO, assistent aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Sabine SOHL, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Deze publikatie kwam tot stand mede dank zij de financiële steun van de Vlaamse Gemeenschap, Ministerie van Onderwijs.