

Ingezonden boeken (bespreking naar mogelijkheid)

- BERGER, A.A., *Cultural criticism: a primer of key concepts*. Foundations of Popular Culture Volume 4, London, Sage, 1995, 194 blz., £ 12,95.
- DE MENTHON, S., *La vente directe à la télévision*. Que sais-je?, Paris, Presses Universitaires de France, 1995, 128 blz.
- DUCK, S. & WOOD, J.T., *Confronting relationship challenges*. Understanding Relationship Processes Series volume 5, London, Sage, 1995, 278 blz., £ 13,95.
- FORNÄS, J. & BOLIN, G., *Youth culture in late modernity*. London, Sage, 1995, 198 blz., £ 12,95.
- HAGEN, L.M., *Informationsqualität von Nachrichten: Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*. Studien zur Kommunikationswissenschaft, Opladen, Westdeutscher Verlag, 1995, 340 blz., DM 64.
- KAID, L.L. & HOLTZ-BACHA, C., *Political advertising in western democracies: parties and candidates on television*. London, Sage, 1995, 236 blz., £ 19,95.
- KERKI, M. et al. (red.), *Openbare omroepen morgen: een geëngageerde visie*. Brussel, Uitgeverij Masereelfonds, 1995, 143 blz., BEF 395.
- KUHN, R., *The media in France*. London, Routledge, 1995, 284 blz., £ 12,99.
- MUELLER-DOOHM, S. & NEUMANN-BRAUN, K., *Kulturinszenierungen*. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1995, 380 blz., DM 24,80.
- PALME, J., *Electronic mail*. London, Artech House, 1995, 267 blz., £ 39.
- PETRO, P. (ed.), *Fugitive images: from photography to video*. Bloomington, Indiana University Press, 1995, 314 blz., \$ 15,95.
- SNIJDERS, M.L. et al. (red.), *Ethiek in de journalistiek*. Amsterdam, Otto Cramwinckel, 1995, 103 blz., Fl. 24,90.
- VAN DER PLIGT, J. & DE VRIES, N.K., *Opinies en attitudes: meting, modellen en theorie*. Meppel, Boom, 1995, 309 blz., Fl. 58,50.
- WITKIN, R.W., *Art and social structure*. Cambridge, Polity Press, 1995, 222 blz., £ 12,95.
- X, *Handbook 1995*. London, Kogan Page, 1995, 378 blz., £ 125.
- X, *Gids voor muzikanten, artiesten en spektakel*. Schriek, Artist Service, 1995, 725 blz., BEF 750.
- X, *Basic sales skills: business to business*. Amsterdam, Addison-Wesley, 1995, 312 blz., \$ 31,50.