

**ingezonden boeken** (bespreking naar mogelijkheid)

- BLIESENER, T. en BRONS-ALBERT, R., *Rollenspiele in Kommunikations- und Verhaltenstrainings*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 1994, 218 blz., DM 39,80.
- BOLLERMAN, T., *Vergaderen moet maar met mate en goed: van directieberaad tot werkoverleg*. Bussum, Coutinho, 1994, 188 blz., Fl. 28,50.
- BOOMSMA, S. (red.), *NIMA: marketing jaarboek 1993-1994*. Deventer, Kluwer Bedrijfswetenschappen, 1993, 252 blz., BEF 2.185.
- JARREN, O., *Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland*. Opladen, Leske und Budrich, 1994, 239 blz., DM 28.
- LENART, S., *Shaping political attitudes: the impact of interpersonal communication and mass media*. London, Sage, 1994, 150 blz., £ 14,95.
- MEYER, M., *Kultur- und Bildungsprogramme im Fernsehen: Defizite, Unterstützung, Chancen. Beiträge zu einem internationalen Symposium*. München, Saur, 1994, 367 blz., DM 56.
- PITTAM, J., *Voice in social interaction: an interdisciplinary approach*. Language and Language Behaviors, Volume 5, London, Sage, 1994, 198 blz., £ 18,95.
- RYAN, C., *The master marketer: how to combine tried and tested techniques with the latest ideas to achieve spectacular marketing success*. London, Kogan Page, 1994, 551 blz., £ 27,50.
- SCHULZ, W., *Medienwirkungen: Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft*. Weinheim, VCH Verlagsgesellschaft, 1992, 321 blz., DM 49.
- VAN DER MEER, J.D. et al., *Telewerken ook voor ons? Handleiding voor werkgevers en werknemers bij de invoering van telewerken*. Assen, Van Gorcum, 1994, 75 blz., Fl. 23.
- X, *Dictionary of image technology*. Second edition, Oxford, Focal Press, 1994, 160 blz., £ 16,95.

Verantwoordelijke uitgever:  
G. Fauconnier, Kleine Geeststraat 40  
B-1933 Sterrebeek