

functies en dysfuncties van de vrouwenpers (1)

I. boone

INLEIDING

Een wetenschappelijk gefundeerde uiteenzetting houden over de vrouwenpers is een hachelijke onderneming. In de eerste plaats omdat de termen «pers» en «vrouwenpers» meestal gebrekkig of helemaal niet worden bepaald en bovendien een snelle en diepgaande evolutie doormaken. Vervolgens omdat de wetenschappelijke en zelfs de vulgariserende literatuur over deze materie kwantitatief zeldzaam is en kwalitatief vrij zwak.

Het zou interessant zijn, de redenen te onderzoeken van deze wetenschappelijke leemte. Hoewel een dergelijke vraagstelling tot het domein behoort van de sociologie van de communicatiewetenschap en derhalve hier niet kan worden uitgediept, lijkt het toch interessant er even bij stil te staan. Het wil mij voorkomen, dat hier min of meer waarschijnlijke hypothesen kunnen worden geformuleerd, om de stiefmoederlijke behandeling van de vrouwenpers door de communicatiestudie te verklaren :

1. de controle van financiering, opzet en uitvoering van de communicatiestudie door mannen ;
2. het doorgaans vrij stevig commerciële succes van de vrouwenpers (althans tot vóór kort) en derhalve het ontbreken van de noodzaak om fundamenteel onderzoek op touw te zetten. Dit soort onderzoek verschilt inderdaad aanzienlijk van de eerder «toegepaste» opiniepeilingen, die waarschijnlijk frequent worden georganiseerd en waarvan de

- meestal securiserende - resultaten snel achterhaald zijn ;
- 3. de geringe achting waarvan de vrouwenpers genoot en nog geniet. Ze wordt al te zeer beschouwd als een «mineure» perssoort ;
- 4. factoren die eigen zijn aan de communicatiestudie «überhaupt», zoals bv. :
 - de Duits-Amerikaanse overheersing van theorievorming en onderzoekingen ;
 - de overheersing van «campagne»-onderzoeksprojecten ;
 - de overheersing van de studie der zogenaamde «harde» media, producten en effecten/functies (zoals berichtgeving, overreding, opvoeding of reclame) ten nadele van «zachte» onderzoeksthema's (ontspanning, «escapism, enz.).

Hoe dan ook, op de reeds ietwat verouderde monografie van Mevrouw SULLE-ROT (*), die trouwens bijna uitsluitend de Franse vrouwenpers behandelt, in een interessante mededelingsanalyse van G. TROMSDORFF (†) na, is de oogst niet beoedigend.

Deze, voor een goed deel hypothetische, zoniet «impressionistische» uiteenzetting omvat drie delen. In een eerste deel worden de termen bepaald en de probleemstelling geformuleerd. Vervolgens wordt een bondig overzicht geschetst van de functies der geschreven pers in het algemeen. In een derde deel, tenslotte, worden een aantal hypothesen geformuleerd m.b.t. de functies en dysfuncties van de vrouwenpers.

I. FORMULERING VAN HET PROBLEEM : (DYS-)FUNCTIES VAN DE VROUWEN- PERS

1. Bepaling van «vrouwenpers»

Een poging om het verschijnsel «vrouwenpers» te definiëren doet onmiddellijk de vraag rijzen naar een typologie van de persgenres. De beschikbare literatuur gaat een degelijke typologie uit de weg, of lost ze pragmatisch op, d.w.z. ontwerpt ze vertrekkend van de concrete perssituatie in het land waarvan de auteur afkomstig is : het lijkt dan ook verkieslijk te opteren voor een operationele bepaling, die ongeveer als volgt kan luiden : de vrouwenpers is **het geheel van periodieke publikaties die bestemd zijn voor een vrouwelijk publiek en mededelingen afdrucken die afgestemd zijn op de reële of vermeende behoeften, belangstelling en smaak van de dames.**

2. Bepaling van «functie»

De term «functie» wordt in diverse wetenschappen en in verschillende betekenissen gebruikt. In de sociologie alleen al maakt G. ROCHER een onderscheid tussen vier betekenissen van functie, nl.

- a. status, beroep, bezigheid, enz. («een functie bekleden») ;
- b. het geheel van taken, plichten, verantwoordelijkheden die diegenen te beurt vallen welke een beroep uitoefenen ;
- c. de mathematische betekenis : een verhouding tussen twee of meer elemen-

ten, zodat een wijziging van één der elementen een wijziging van het andere meebrengt (x is functie van y) ;

- d. de biologische betekenis ligt aan de grondslag van het functionalisme in de anthropologie en de sociologie. Functie wordt bepaald als de bijdrage van een onderdeel tot de organisatie en de activiteit van het geheel, waarvan dit onderdeel deel uitmaakt (*).

Het absolute functionalisme van MALINOWSKI en andere anthropologen werd een paar decennia terug scherp op de korrel genomen door R. MERTON. Deze auteur bepaalt functie als een **objectief en waarneembaar gevolg dat bijdraagt tot de aanpassing en instandhouding van een systeem.**

In deze definitie kan men diverse belangrijke elementen onderkennen, en m.n.

- functie is een **gevolg** : ze is dus duidelijk onderscheiden van de bedoeling, het nagestreefde opzet ;
- het is een **objectief en waarneembaar gevolg** : het begrip functie houdt rekening met het standpunt van de waarnemer, de onderzoeker en niet noodzakelijk met dat van de deelnemers ;
- dit gevolg **draagt bij tot de instandhouding en aanpassing van het systeem** ;
- deze bijdrage is **niet noodzakelijk essentieel** voor het voortbestaan van het systeem.

MERTON stelt vast dat sommige verschijnselen gevolgen verwekken die de instandhouding of aanpassing van het systeem verhinderen. Hij noemt ze dysfuncties. Tenslotte maakt MERTON een onderscheid tussen **manifeste en latente (dys-)functies**. Manifeste (dys-)functies zijn objectieve gevolgen die tot de instandhouding en de aanpassing van het systeem bijdragen of deze verhinderen en door de deelnemers aan het systeem worden gewild en onderkend. Latente (dys-)functies zijn gevolgen die niet worden gewild of onderkend (*).

In zijn functionalistische formulering luidt het probleem waarover deze uiteenzetting handelt, als volgt : «**Welke zijn de objectieve en observeerbare gevolgen van de vrouwenpers voor diverse systemen ?**». Aansluitend bij de operationalisering van MERTONS paradigma door C. WRIGHT (cf. infra) zullen we ons afvragen welke de gevolgen zijn van de vrouwenpers voor de individuele lezers, het geheel der vrouwen, en de gemeenschap in het algemeen. Vooraleer echter deze vraag te beantwoorden t.a.v. de vrouwenpers lijkt het voorzichtiger om, in een eerste fase, na te gaan welke de (dys-)functies zijn van de pers in het algemeen.

CE.CO.WE.-PUBLIKATIES

WERKDOCUMENTEN

- Nr. 1 : Prof. Dr. J.M. Peters,
Fictioneel Beeldamusement.
(Het Amusementskarakter van bioscoop- en televisiefilms).
50 fr.
- Nr. 2 : Dr. L. BOONE,
Massamedia en Interpersonale Communicatie.
(Een kritische balans van de rol der zogenaamde 'Opinion Leaders' en van de hypothese van het tweefasig verloop van communicatieprocessen).
95 fr.
- Nr. 3 : Dr. René LINDEKENS,
Inleiding tot een Analyse van Boodschappen volgens Strukturele, Linguïstische Methode.
95 fr.
- Nr. 4 : F. VLAEMYNCK - Prof. Dr. G. FAUCONNIER m.m.v. G. DE MEYER,
«Het vraagstuk "Leuven" (1968) in de spiegel van de Belgische Pers».
80 pagina's, 150 fr.
- Nr. 5 : Drs. G. DE MEYER,
Het advertentieblad in België
(Een verkennend onderzoek)
139 pagina's, 250 fr.

DOCTORALE PROEFSCHRIFTEN

- Dr. W. Van der biesen : **De verkiezingspropaganda in de democratische maatschappij.** (Een literatuur-kritische studie en een inhoudsanalyse van de verkiezingspropaganda).
Leuven, Ce.Co.We., 1973, gestencild, 661 blz., 375 fr.
- Dr. H. Van Pelt : **De omroep in revisie.** Structurering en ontwikkelingsmogelijkheden van het radio- en televisiebestel in Nederland en België. Een vergelijkende studie.
Leuven, Acco, 398 blz., 395 fr.

CONGRESBROCHURE

- **Kabeltelevisie**, brochure van het congres over kabeltelevisie, gehouden van 1 tot 5 oktober 1974 te Hasselt.
128 blz., 100 fr.

Te bestellen bij het Ce.Co.We.,
E. Van Evenstraat 2A,
3000 Leuven.

2. DE FUNCTIES VAN DE GESCHREVEN PERS

In navolging van W. HAGEMANN⁽⁶⁾ en een beroemd artikel van LASSWELL uit 1948⁽⁷⁾, schrijft men de massamedia doorgaans vier intenties toe: informatie, duiding en opiniëring, ontspanning, en opleiding. De liberale perstheoretici voegen daar doorgaans nog de controle van de overheid (zgn. «watchdog»-functie) aan toe. Deze laatste neemt echter doorgaans de vorm aan van informatie en/of commentaar.

Het zou interessant zijn om na te gaan of, en zo ja, in welke mate deze intenties inderdaad worden verwezenlijkt, d.w.z. de congruentie te onderzoeken tussen opzet en geobserveerd gevolg (functie). Een dergelijke analyse gaat echter het bestek van deze uiteenzetting te buiten. Evenmin kan worden onderzocht welke functies, buiten de reeds door HAGEMANN en LASSWELL veronderstelde, door empirische enquêtes en theoretici in het licht werden gesteld. Zoals C. Wright MILLS terecht onderstreept, kent niemand alle functies van de massamedia, omdat het onderzoeksinstrumentarium der sociale wetenschappen ze niet volledig kan vatten⁽⁸⁾. Het lijkt daarom raadzaam ons te beperken tot een oppervlakkige studie van drie soorten functies, nl. informatie, overreding en «andere functies».

1. De Informatiefunctie

In 1940 heeft de Amerikaanse hoogleraar en oud-journalist R. PARK een onderscheid gemaakt tussen twee soorten informatie, die hij «acquaintance with» en «knowledge about» noemde. Volgens hem behoort de nieuwsberichtgeving tot de eerste categorie, deze van de discontinue, gefragmenteerde en niet-systematische kennis. «Knowledge about» veronderstelt daarenboven een eerder systematisch «leerproces»⁽⁹⁾.

De overgrote meerderheid van de informatie-onderzoekingen peilen hoofdzakelijk, zoniet exclusief naar het «acquaintance with»-niveau van de kennis der respondenten. Dit is m.n. het geval voor de zgn. nieuwsdiffusiëstudies. Uit de enkele tientallen dergelijke onderzoekingen die meestal in de U.S.A. werden ondernomen kan men m.b.t. de informatiefunctie van de pers volgende conclusies trekken:

a. de snelheid van de verspreiding en de globale verspreidingscoëfficiënt staan in functie van de actualiteitswaarde van het bericht;

b. de rol van de pers in het verspreidingsproces is des te geringer naargelang de actualiteitswaarde van het bericht hoger is;

c. de rol van de pers is gering in de verspreiding van berichten van nationaal en internationaal belang;

d. inzake informatie m.b.t. regionale en lokale berichten haalt de pers het op de omroepmedia;

f. de pers wordt vaak geraadpleegd voor bevestiging en verklaring van berichten die reeds door de omroepmedia werden gesignaleerd;

g. de pers vervult een belangrijke rol bij de «opinion leaders»⁽¹⁰⁾.

Dit bondig en onvolledig overzicht van de resultaten der diffusiëstudies lijkt er op te wijzen dat:

- inzake 'acquaintance with' m.b.t. de actualiteit de pers het moet afleggen t.o.v. de omroepmedia, de regionale en lokale informatie en de «ingewikkelde» berichten uitgezonderd;

- inzake «knowledge about» de pers het haalt van de omroepmedia.

Men kan deze - grotendeels hypothetische - besluiten in verband brengen met het onderscheid van W. SCHRAMM tussen de soorten van «beloningen» die de blootstelling aan de massamediaproducten voor het individu meebrengen: de onmiddellijke en uitgestelde («immediate» vs. «delayed» reward)⁽¹¹⁾. Het wil ons voorkomen dat de onmiddellijke beloning eerder samengaat met de «acquaintance with» en de uitgestelde beloning met de «knowledge about». Dit zou betekenen dat de pers eerder «uitgestelde beloningen» verschafft, zoals een zeer systematische kennis die het individu in de mogelijkheid stelt de discontinue berichtgeving in referentiekaders te plaatsen en ze aldus beter te begrijpen.

2. De overredingsfunctie

De studies die de persuasieve potentie van de interpersonale en massamediale communicatie nagaan, zijn zeer talrijk en kunnen in twee grote categorieën worden ingedeeld: de laboratoriumexperimenten en de representatieve onderzoekingen «op het terrein». Het is een hachelijke onderneming om een synthese van deze onderzoekingen te presenteren, omdat de resultaten van beide soorten studies nogal eens verschillen, zoniet tegenstrijdig lijken. Het kan de bedoeling niet zijn om de redenen van deze verschillen te analyseren⁽¹²⁾. Wat meer bepaald de hier behandelde problematiek betreft, kan men,

zonder al te erg te veralgemenen, stellen dat inzake persuasieve potentie, de interpersonale communicatie het haalt op de pers, die het dan weer haalt op de omroepmedia.

De betrekkelijke overmacht van de pers t.o.v. de omroepmedia is waarschijnlijk te verklaren door haar superieure «sociusfunctie» welke in de volgende paragraaf aan de orde is.

3. «Overige» functies

Uit de -overigens te schaarse - functionalistische onderzoekingen op dit stuk blijkt, dat de massamedia in het algemeen en de pers in het bijzonder nog een groot aantal andere functies hebben dan informatie en ontspanning. Als voornamelijk illustratief bedoeld voorbeeld van deze «andere functies» overlopen we even BERELSONS klassieke enquête: «What 'missing the newspaper' means». BERELSON zette dit onderzoek op touw n.a.v. een staking van de New Yorkse dagbladen in 1945. Hij ondervroeg een zestigtal personen over «wat ze wisten». De antwoorden op zijn vragen leverden de auteur een aantal «functies» van de krant op, die hij als volgt classificeerde:

- informatie over en interpretatie van openbare zaken;
- werktuig in het dagelijks leven (bv. inzake advertenties);
- ontspanning en ontspanning aan de dagelijkse realiteit;
- sociale prestige-functies (men kan «meepreten» en zelfs de toon aangeven);
- sociale contact-functie (de lezer voelt zich in contact met figuren die in de krant worden beschreven);
- de ritusfunctie van het lezen als bezigheid op bepaalde tijdstippen⁽¹³⁾.

Terecht heeft PRAKKE opgemerkt, dat een aantal deze functies wijzen in de richting van een «sociusfunctie». De auteur bepaalt deze als volgt: «De krant als kameraad, als gesprekspartner in de vrije tijd, die in het leven van elke dag... de geur en de smaak brengt van die andere wereld waar altijd wat gebeurt, iets schokkends, iets groots, iets anders». En verder: «De krant... wint juist als 'socius' vertrouwen. Het is het 'lijfblad', dat maar niet zo voor een andere krant te ruilen is: het blad, dat men uit de buitenwereld heeft opgenomen in de eigen «Umwelt», de eigen kleine wereld, waar men onder-elkaar is; de huisvriend.»⁽¹⁴⁾.

Het is vermoedelijk uit deze groepsprimaire sociusfunctie dat de krant haar overredingsfunctie put.

3. DE FUNCTIES VAN DE VROUWENPERS

Het ontbreekt bijna volslagen aan functionalistische onderzoeken met betrekking tot de vrouwenpers. De volgende stellingen kunnen derhalve slechts hypothetisch worden geformuleerd en steunen eerder op inductie en deductie uit empirische gegevens waarvan de toepasbaarheid op de vrouwenpers niet vaststaat en op de voor-wetenschappelijke observatie van steller.

Het schema dat voor de ordening van de

ze hypothese werd gekozen is geïnspireerd door, zonet overgenomen van de operationalisering van MERTONs functionalistisch paradigma door C. WRIGHT. Hij combineerde MERTON met de door LASSWELL geformuleerde en reeds vernoemde drie hoofdintenties van de massamedia, nl. berichtgeving, duiding en cultuuroverdracht. WRIGHT stelde de vraag: wat zijn de (1) manifeste en (2) latente (3) functies en (4) dysfuncties van de massacom-municatieve (5) informatie, (6) overreding, (7) cultuuroverdracht en (8) ontspanning voor de (9) gemeenschap, de (10) subgroe-

pen, het (11) individu en de (12) culturele systemen?

Niet elke van deze 12 vragen wordt door WRIGHT even breedvoerig behandeld. De manifeste en latente (dys-)functies van de informatie bespreekt hij diepgaand, de overige weinig of niet (").

Aansluitend bij WRIGHT trachten wij een (begin van hypothetisch) antwoord te formuleren op de vraag: **welke zijn de manifeste en latente (dys-)functies van de vrouwenpers voor de individuele lezers, de lezeressen in het algemeen en de gemeenschap?**

INDIVIDUELE LEZERES

DE LEZERESSEN

DE GEMEENSCHAP

A. INFORMATIE

1. «Acquaintance with»

Deze functie wordt aan de massamedia van zgn. «algemene informatie» overgelaten. Daaruit vloeit bv. voort dat de vrouwenpers weinig aan «status conferral» doet, d.w.z. weinig onbekenden een openbare status verleent. Voor zover deze functie voorkomt, gaat het eerder om status-bevestiging dan om status-verlening. De enige noemenswaardige berichtgeving in de vrouwenpers is deze m.b.t. specifieke vrouwelijke onderwerpen. De vrouwenpers vervult hier een taak van gespecialiseerde pers.

2. «Knowledge about»

Voor lezeressen die weinig of geen media «van algemene informatie» raadplegen, informeert deze pers alleen over haar primaire «Umwelt», vnl. de familie. Er worden weinig echt controversiële thema's aangesneden, en dan nog wel op een zeer voorzichtige toon. Politieke onderwerpen, die zelden voorkomen, worden eerst gepersonaliseerd om van hun controversiële aard te worden ontdaan. Het lijkt waarschijnlijk dat de privatisering in de hand wordt gewerkt.

Voor zover ze geen algemene media «volgen», kunnen deze lezeressen buiten alle controversen leven.

De controverses-vermijdende of «ontla-dende» aard van de vrouwenpers werkt waarschijnlijk politiek conservatisme in de hand, waarop de verkiezings-slogans vlijtig speculeren: «geen avonturen», «Le changement dans la stabilité» enz.

B. OVERREDING EN COMMENTAAR

Aangezien overreding als corrolarium «controversen» impliceert, kan ze slechts voorzichtig gearticuleerd worden. Ze neemt derhalve overwegend de vorm aan van bevestiging der bestaande normen, een (dys-)functie waarop ook LAZARSELD en MERTON reeds de aandacht vestigden ("). Gedurende lange tijd en tot voor een paar jaren ging het om sterk traditionele normen i.v.m. huwelijk, verlovings enz. (zgn. «Penelope»-mythe).

De bevestiging van de traditionele vormen (bv. de bijna systematische afwijzing van de echtscheiding als oplossing van huwelijksconflicten) kan bij individuele lezeressen, die tot echtscheiding, ontrouw enz. hun toevlucht nemen, schuldgevoelens verwekken en anomie.

De traditionele vrouwenrol wordt bevestigd. Uit de mededelingsanalyse van TROMSDORFF blijkt, dat de vrouwenrol een verschillende belichting krijgt naargelang van het type van het blad. Damesbladen die zich tot de vrouwen uit hogere inkomstenklassen richten e.q. daar hun lezeressen vinden, bieden een meer op het secundaire afgestemde socialisering. Damesbladen voor de lagere inkomstenklassen mikken daarentegen overwegend op de primaire socialisering (familie, kleine groepen, enz.) Daardoor wordt de culturele achterstand van de lezeressen uit de laatstgenoemde klassen waarschijnlijk nog in de hand gewerkt.

De reclame bevordert wellicht een verwijdering tussen de vrouwen- en mannenrollen. De man komt in de meeste advertenties naar voren als een object waarvoor geschenken moeten worden gekocht en/of als de begeleider van de vrouw.

C. DE SOCIUS-FUNCTIE

1. De niet-fictionele bijdragen

De niet-fictionele, op de socius-functie mikkende bijdragen, bestaan voor een goed deel uit zgn. «Lebenshilfe», d.w.z. dat zij de lezeres helpen om haar taken en rollen te vervullen. Men kan een onderscheid maken tussen niet-sentimentele (bv. wellevendheid, wenken voor huishouding en dgl.) en sentimentele «Lebenshilfe» (bv. hartenrubriek).

De wenken m.b.t. de wellevendheid, de huishouding enz. vergemakkelijken voor de vrouw de uitoefening van haar taken.

De sentimentele «Lebenshilfe» kan zowel functioneel als dysfunctioneel werken. Men moet een onderscheid maken tussen de lezeres die de raad vroeg en de andere. Voor de raadvrage-vrouw (of man) kan de raad een (voorbijgaande) opluchting of operationele hulp betekenen.

Voor de andere lezeressen dreigt dit soort bijdragen tot een voyeur-dysfunctie te worden.

Het lijkt waarschijnlijk, dat de involgving van een identieke wenk door een groot aantal lezeressen de homogenisering van de vrouwenrol bevordert.

In de mate waarin de door het blad voorgestelde oplossing als min of meer bindend wordt ervaren, wordt de homogenisering van de vrouwenrol in de hand gewerkt.

De vraag rijst of door de accentuering van de traditionele normen het afwijkend gedrag wordt afgeremd, of althans als «afwijkend» wordt erkend.

2. De fictionele bijdragen

De «romans», «beeldverhalen» en dgl. die in vele vrouwenbladen voorkomen, betekenen voor sommige lezeressen wellicht rollen-oriëntatie, voor andere weer «escape». Het traditionele «happy end» werkt waarschijnlijk securisering in de hand. Het zou interessant zijn om te analyseren of, en zo ja, in welke mate door dit fictieel materiaal sentimentele verwachtingen worden gewekt c.q. bevestigd, die de realiteit van het dagelijkse leven niet kan inlossen en die derhalve tot ontgoochelingen, frustraties enz. leiden.

4. BESLUIT

Aangezien de meeste van de opgesomde (dys-)functies slechts als hypothesen mogen worden beschouwd, is het moeilijk tot **besluiten** te komen na een dergelijke analyse. Als waarschijnlijke conclusie kan wellicht worden geformuleerd:

- 1) de directe informatiefunctie van de vrouwenpers is gering, tenzij in de gespecialiseerde vrouwelijke sfeer en via de «Levenshilfe»;
- 2) de overredingsfunctie is weinig gearticuleerd, maar bestaat vooral uit de bevestiging van traditionele normen en de afwijzing van afwijkend gedrag;
- 3) de sociusfunctie van de vrouwenpers lijkt uitgesproken sterk.

L. BOONE

(¹) Uitgeschreven tekst van een lezing gehouden voor «Les amis de la presse féminine» op 8 mei 1973 te Brussel.

(²) SULLEROT, E., *La presse féminine*, Parijs, Colin, 1966.

(³) TROMMSDORFF, G., *Kommunikationsstrategie sechs westdeutscher Frauenzeitschriften: Einkommenshöhe der Leserin als beschränkender Einfluss auf ihre sozialen Orientierungsmöglichkeiten*, in *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Jg. 21, 1969, blz. 60-92.

(⁴) ROCHER, G., *Introduction à la sociologie générale. 2. l'Organisation sociale*, z.pl., Editions HMH, 1968, blz. 160-167.

(⁵) MERTON, R.K., *Social theory and social structure*, 1968 enlarged edition, New York, The Free Press, blz. 105.

(⁶) HAGEMANN, W., *Grundzüge der Publizistik* (1947), 2e door H. PRAKKE e.a. bewerkte editie, Münster, Regensburg, 1966, blz. 37.

(⁷) LASSWELL, H.D., *The structure and function of communication in society*, (1948), in SCHRAMM, M. (ed.), *Mass communications*, Urbana, University of Illinois Press, 1966, blz. 118.

(⁸) MILLS, C.W., *The power elite*, Oxford University Press, 1971, blz. 311.

(⁹) PARK, R.E., *News as a form of knowledge* (1940), in STEINBERG, C.S., (ed.), *Mass media and communication*, New York, Hastings-Hou-

se, 1966, blz. 127-141.

(¹⁰) BRAEKEN, L., *De verspreiding van nieuws*, eindverhandeling K.U.L., 1973, Pro manuscripto.

(¹¹) SCHRAMM, W., *The nature of news*, in *Journalism Quarterly*, vol. 26, 1949, blz. 259-269.

(¹²) Cf. in dit verband HOVLAND, C.I., *Reconciling conflicting results from experimental and survey studies of attitude change* (1959), in SCHRAMM, W. & ROBERTS, D. (eds.), *The process and effects of mass communication*, Urbana, University of Illinois Press, 1971, blz. 495-515.

(¹³) BERELSON, B., *What «missing the newspaper» means*, in LAZARFELD, P. & STANTON, F. (eds.), *Communications research 1948-1949*, New York, Harper, 1949, blz. 111-129.

(¹⁴) PRAKKE, H., *Van perswetenschap tot publicistiek*, Openbare les, Assen, Van Gorcum, 1956, blz. 36.

(¹⁵) WRIGHT, C.R., *Functional analysis and mass communication*, in DEXTER, L.A. & WHITE, D.M. (eds.), *Peoples, society and mass communication*, New York, The Free Press, 1964, blz. 91-109.

(¹⁶) LAZARFELD, P. & MERTON, R.K., *Mass communication, popular taste, and organized social action* (1948), in SCHRAMM, W. & ROBERTS, D. (eds.), *op. cit.*, blz. 554-578.