

SBIB  
COMMUN

29 (4)  
2000

# unicatie

communicatiewetenschap en mediacultuur

g 29 • nummer 4 • december 2000

14/02/04

coml cwq  
i s mu a  
ni d c ex mo  
d f g s h ca  
ie m l o b a

Garant

---

## Redactie

---

H. Van Pelt, Departement Politieke en Sociale Wetenschappen, U. Antwerpen  
H. Verstraeten, Sectie Communicatiewetenschappen, V.U. Brussel  
P. Vyncke, Vakgroep Communicatiewetenschappen, U. Gent

### Hoofdredacteur

L. Van Poecke, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven

### Redactiesecretariaat

I. De Wachter

### Redactieadres

*Communicatie*, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven,  
E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven, tel 016/32.32.20-24, fax 016/32.33.12  
E-mail: Ingrid.DeWachter@soc.kuleuven.ac.be

### Verantwoordelijke uitgever

L. Van Poecke, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven

---

## Uitgever

---

Garant-Uitgevers, Tiensesteenweg 83, B-3010 Kessel-Lo (Leuven).

**Abonnementenadministratie en advertentie-exploitatie:** Garant-Uitgevers

### Abonnementsprijzen voor jaargang 1999 (4 nummers):

- in België: **650 BEF** - betaling op rekening nr. 734-4291103-26 van Garant-Uitgevers.
- in Nederland: **NLG. 38,50** - betaling op rekening nr. 42.61.07.322 van ABN-AMRO-bank, Apeldoorn (giro nr. 837570) t.n.v. Garant-Uitgevers.
- Andere landen: 650 BEF (of 16,15 €) + verzendkosten - betaling na ontvangst van onze factuur.

Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij men een maand vóór het einde van de jaargang opzegt.

Los nummer: 200 BEF / 11,50 NLG (5,- €)

### Advertenties

Advertentietarieven worden op aanvraag toegezonden.

*Communicatie* verschijnt driemaandelijks, in maart, juni, september en december.

ISSN 0771-7342

© 2000 by Garant-Uitgevers NV

Alle rechten voorbehouden.  
Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen  
mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd,  
opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand  
of openbaar gemaakt, op welke wijze ook,  
zonder de uitdrukkelijke voorafgaande schriftelijke toestemming  
van de auteur en van de uitgever.

# communicatie

TIJDSCHRIFT VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP  
EN MEDIACULTUUR

Jaargang 29, nummer 4  
december 2000

## INHOUD

<b>Bericht aan de lezer</b>	2
<b>Politiek tv-debat als strijdtoneel</b>	3
Relationele controle tussen debatterende politici David Gelders	
<b>De identiteit van het televisiepubliek</b>	19
Naar de articulatie van het televisiepubliek als discursief geladen betekenisveld Nico Carpentier	
<b>Een asociale beeldschermgeneratie?</b>	38
Een empirisch onderzoek naar de rol van de media in de vrijtijdsbesteding van A.S.O.-jongeren tussen twaalf en veertien jaar Pauline van Aarle	
<b>Boekbesprekingen</b>	61
<b>Abstracts</b>	64

Beste lezer

Dit is niet alleen het laatste nummer van de 29ste jaargang van *Communicatie* dat u in uw handen houdt, het is tevens het laatste nummer van het tijdschrift.

Dat het tijdschrift net niet zijn 30ste jaargang haalt, is niet, zoals men zou kunnen denken, te wijten aan een te klein abonnementenbestand en daarmee gepaard gaande financiële moeilijkheden. In het licht van het feit dat een wetenschappelijk tijdschrift nu eenmaal niet veel lezers aantrekt, deed *Communicatie* het niet eens zo slecht en voor de rest ligt het voor de hand dat het uitgeven van een dergelijk tijdschrift een financiële inspanning vraagt.

Wat de redactie heeft doen besluiten met *Communicatie* te stoppen, is het feit dat naargelang de jaren vorderden er steeds minder manuscripten voor publicatie werden aangeboden. Gedurende al de jaren dat de redactie met een dubbel-blinde beoordelingsprocedure heeft gewerkt, heeft ze getracht artikels te publiceren die aan bepaalde kwaliteitsnormen beantwoordden. Ze hoopt dat ze hierin tot en met dit laatste nummer is geslaagd. Het voortdurend verminderen van het aanbod van manuscripten doet de redactie echter vrezen dat ze in de toekomst deze kwaliteit moeilijker of wellicht helemaal niet meer zal kunnen garanderen. Dit zou tevens impliceren dat ze zou moeten afstappen van de dubbel-blinde beoordeling - een systeem dat nochtans noodzakelijk is om te kunnen meetellen op academisch niveau. Het is in het licht van deze evolutie dat de redactie haar beslissing heeft genomen.

Het is hier niet de plaats om uitgebreid in te gaan op de redenen van dit verminderende aanbod van manuscripten. Een van de redenen is alleszins de huidige mentaliteit aan onze universiteiten. Deze maakt dat velen hun artikels direct in het Engels aanbieden aan een internationaal tijdschrift. Dit is geen goede zaak, onder meer niet voor het Nederlands. Wanneer een taal niet meer wordt gebruikt voor de wetenschapsbeoefening, verliest ze een van haar belangrijkste toepassingsdomeinen, wat zich onvermijdelijk laat voelen in een verarming en in een ernstig prestigeverlies.

De redactie wil deze zwanenzang afsluiten met een woord van dank aan allen die op een of andere manier gedurende de afgelopen 29 jaar een bijdrage hebben geleverd tot dit tijdschrift. De lezers en de auteurs in de eerste plaats, het was de functie van het tijdschrift hen bij elkaar te brengen. Alle vroegere hoofdredacteurs met hun redacties, omdat ze er steeds opnieuw in geloofd hebben en steeds opnieuw bereid waren er een deel van hun tijd en energie in te steken. Garant-Uitgevers voor de goede diensten tijdens de laatste jaren. Een laatste, speciale, dank dient te gaan naar diegenen die gedurende al die jaren het redactiesecretariaat hebben verzorgd en zonder wie er geen letter zou zijn gepubliceerd.

Luc Van Poecke  
Hoofdredacteur

# Politiek tv-debat als strijdtoneel

## RELATIONELE CONTROLE TUSSEN DEBATTERENDE POLITICI

David Gelders

### SAMENVATTING

Dit artikel analyseert de controlepatronen in politieke tv-debatten. Hierbij wordt het aangepaste 'three digit'-model van Ericson en Rogers (1973) gebruikt om de relationele controle tussen debatterende politici op televisie te onderzoeken. Uit de case-study (2 Vlaamse tv-uitzendingen, 3 onafhankelijke coderingen) blijkt dat competitieve symmetrische controlepatronen het prominentst voorkomen, terwijl er van complementair, of van neutraal of submissief symmetrisch gedrag nauwelijks sprake is. Deze resultaten ondersteunen de algemeen gangbare stelling dat belangrijke politieke tv-debatten gekenmerkt worden door een hoge competitiegraad en een sterk dominantiestreven.

Sleutelwoorden: politiek televisiedebat, relationele controle, dominantie, controlepatroon, competitieve interactie

'Tournoi, joute, attaque et parade comme l'escrime', 'Streitgespräch', 'Gladiatorial contest in miniature',... Het zijn slechts enkele van de zeer vele uitdrukkingen die het strijd- en spektakelkarakter van het *politieke tv-debat* beklemtonen. Dergelijke verwoordingen noteert men niet alleen uit de mond van wetenschappers.<sup>1</sup> Een gelijkaardige opvatting vindt men bij de door ons geïnterviewde politici, politieke communicatieadviseurs en journalisten (1999-2000).<sup>2</sup> Politieke tv-debatten die in politiek en mediamiek opzicht belangrijk zijn, zo zeggen zij, vormen een *strijdtoneel*, waarin de acteurs-politici elkaar in de coulissen trachten te spelen en waarin ze de gunst van de toeschouwer-kiezer pogen te winnen. Deze belangrijke debatten zouden m.a.w. worden gekenmerkt door een hoge competitiegraad en een sterk dominantiestreven.

In dit artikel willen we deze algemeen gangbare stelling onderwerpen aan een microanalytische studie van relationele controle. Concreet betekent dit dat we de interactie tussen debatterende politici van tussenkomst tot tussenkomst zullen ontleden. Zo krijgt men een nauwkeurig zicht op de controle- of dominantiepatronen in het politieke tv-debat.

Probleem - maar tegelijk uitdaging - is dat er geen model bestaat om dit dominantievraagstuk voor politieke tv-debatten op te lossen. Vandaar dat we ons gebaseerd hebben op een degelijk uitgewerkt model dat voor de analyse van relationele controle in man-vrouwrelaties werd ontworpen: het aangepaste 'three digit'-model van Ericson en Rogers (1973).

In wat volgt, zullen we vooreerst die elementen uit hun model toelichten die nodig zijn om onze latere analyse van relationele controle in twee Vlaamse politieke tv-debatten te begrijpen.

## ■ THEORETISCH KADER: OPERATIONALISEREN VAN RELATIONELE CONTROLE

### Basisschema: het aangepaste three digit-model

Geïnspireerd door Mark (1971) omschrijven Ericson en Rogers (1973: 245-267) elke boodschap aan de hand van een driedelige boodschappencode ('three digit number'). Het eerste cijfer van deze code ('digit 1') wijst op de spreker van de dyade, het tweede ('digit 2') slaat op de grammaticale vorm van de boodschap, terwijl het laatste cijfer ('digit 3') betrekking heeft op de manier waarop men t.a.v. de voorafgaande boodschap reageert (wij noemen dit kortweg de 'responswijze'). De algemene veronderstelling hierbij is dat eenzelfde boodschap ('B') een respons is op een juist voorafgaande boodschap ('A') en dat ze tegelijkertijd een stimulus kan zijn voor een volgende ('Abis' of 'C'). Het model ziet er als volgt uit:

Figuur 1: Aangepast 'three digit'-model van Ericson en Rogers (1973: 250)

Digit 1: Speaker	Digit 2: Format	Digit 3: Response
1. first speaker 2. second speaker	1. assertion 2. question 3. talk-over 4. non-complete 5. other	1. support 2. non-support 3. extension 4. answer 5. instruction 6. order 7. disconfirmation 8. topic change 9. initiation-termination 0. other

Een voorbeeld ter illustratie: de categorieën 'assertie' (uit digit 2) en 'niet-akkoord' (uit digit 3) worden respectievelijk met de nummers 1 en 2 aangeduid. Wanneer *spreker 2* zich in *assertie*-vorm *niet akkoord* verklaart met wat

spreker 1 heeft gezegd, codeert men de boodschap van spreker 2 als volgt: '212' (eerste 2: code voor 'spreker 2' in de eerste digit; 1: code voor een 'assertie' in de tweede digit; laatste 2: code voor een 'niet-akkoord' in de derde digit).

Ericson en Rogers vertrekken nu van dit basisschema om de controlepatronen in de interactie te operationaliseren. Die operationalisering kan men zien als een proces in drie fasen. Eerst wordt een boodschap aan de hand van bovenstaand schema in een 'driedelige boodschappencode' omgezet (fase 1). Daarna wordt deze code in een 'individuele controlewaarde' vertaald (fase 2). Tot slot worden twee opeenvolgende individuele controlewaarden tot één 'transactionele controlewaarde' samengevoegd (fase 3).

## **Fase 1: omzetting van de boodschap in een driedelige boodschappencode**

In de eerste fase van de operationalisering wordt, zoals vermeld, een boodschap in een driedelige code ('three digit number') omgezet. Om dit consequent en betrouwbaar te kunnen doen, heeft men, naast transparante codeerregels en -prioriteiten (cf. Ericson, 1972: 221-222), een duidelijke definitie van de diverse categorieën van het model nodig. De categorieën van digit 1 spreken voor zich; de categorieën van digits 2 en 3 laten we Ericson en Rogers als volgt verduidelijken:

### **Digit 2**

1. Assertion: elke volledig afgewerkte declaratieve of imperatieve stelling, en ook: woorden zoals 'ja', 'nee', 'zeker', die duidelijk een controlefunctie hebben.
2. Question: elke verbale uiting met een vragende vorm.
3. Talk-over: elke verbale tussenkomst of onderbreking door ego terwijl alter aan het spreken is; daarbij onderscheidt men:
  - 'geslaagde talk-over': alter stopt met spreken (aangeduid met rechthoekige haken)
  - 'niet geslaagde talk-over': alter blijft doorspreken, ondanks de poging van ego (aangeduid met ronde haken).
4. Non-complete: al die uitingen die worden geïnitieerd, maar niet afgewerkt, en die niet als een talk-over worden beschouwd.
5. Other: alle onduidelijke of niet te classificeren verbale uitingen.

### Digit 3

1. Support: elk statement waarmee een spreker aanvaarding, akkoord of goedkeuring zoekt of geeft.
2. Non-support: verbale uiting van niet-akkoord, afkeuring, verzoek of een vraag om uitleg.
3. Extension: elk statement dat aansluit bij het thema van de voorafgaande boodschap, en ook: het geven van 'niet substantiële antwoorden'.
4. Answer: elk afdoend, of tenminste substantieel, betrokken antwoord.
5. Instruction: elk sturend, suggestief of evaluatief statement: het is doorgaans gematigd qua toon en bevat uitleg voor diegene die de instructie moet volgen.
6. Order: elk sturend, expliciet of direct statement: men beveelt om iets al dan niet te doen en geeft daarbij weinig of zelfs geen enkele uitleg of rechtvaardiging.
7. Disconfirmation: elk statement waarmee ego de vraag van alter negeert of ontwijkt.
8. Topic change: de sprekers veranderen zelf van onderwerp (maar niet als reactie op een vraag; in het geval van een ontweken antwoord op een vraag spreekt men van 'disconfirmation').
9. Initiation-termination: statements die een gesprek aansnijden of beëindigen, en initiation ook: boodschappen die op de vragen van de interviewer volgen.
0. Other: alle onduidelijke of niet te classificeren responsen.

Een voorbeeld kan een en ander illustreren:

Uit: De Zevende Dag, 28 november 1999, met: Eric Van Rompuy (EVR) en Patrick Dewael (PDW)

EVR	Ik zeg gewoon wat de Volksunie altijd heeft gezegd.	112
PDW	De kern van de zaak is dat we een aanpassing van de financieringswet nodig hebben en dit in de richting van meer financiële autonomie. (...) Zo kan elke gemeenschap volledig zelf oordelen over de inkomsten en uitgaven van het eigen onderwijs. Dat kan vandaag niet.	218
EVR	(Dat is zo.	131
	Maar...)	132
PDW	Dat kan vandaag niet.	213
EVR	Wij staan daar honderd procent achter.	111

Zoals bovenstaand voorbeeld toont, volstaat *één* driedelige code niet altijd: in *één* tussenkomst zitten soms *twee* verschillende grammaticale vormen en/of responswijzen verborgen. Dit is begrijpelijk vermits een boodschap



tegelijktijd een antwoord op een vorige (cf. EVR: *Dat is zo*) én een stimulus voor een volgende boodschap (cf. EVR: *Maar*) kan zijn.

## Fase 2: omzetting van de driedelige boodschappencode in een individuele controlewaarde

Nadat men de boodschappen van de interactanten in driedelige codes heeft omgezet, vertaalt men elke code in een individuele controlewaarde: 'one-up', 'one-down' of 'one-across'. Een 'one-up' ( $\uparrow$ ) is een boodschap waarmee ego alter probeert te domineren, terwijl 'one-down' ( $\downarrow$ ) naar het onderwerpend gedrag van ego verwijst. 'One-across' ( $\rightarrow$ ) is een poging om een controleonevenwicht te neutraliseren of weg te werken. Ericson en Rogers (1973: 255) koppelen deze controlewaarden nu aan specifieke (combinaties van) categorieën uit de tweede en derde digit. Dit kan als volgt worden gesystematiseerd:

Figuur 2: Controlewaarden op basis van het aangepaste 'three digit'-model (Ericson & Rogers, 1973: 255)

Digit 2	Digit 3	Digit 3									
		Support	Non-support	Extension	Answer	Instruction	Order	Disconfirmation	Topic change	Initiation-termination	Other
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	0.
Assertion	1.	$\downarrow$	$\uparrow$	$\rightarrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\rightarrow$
Question	2.	$\downarrow$	$\uparrow$	$\downarrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\downarrow$
Talk-over	3.	$\downarrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\downarrow$
Non-complete	4.	$\downarrow$	$\uparrow$	$\rightarrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\rightarrow$	$\rightarrow$
Other	5.	$\downarrow$	$\uparrow$	$\rightarrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\uparrow$	$\rightarrow$

Laten we het eerder aangehaalde debatfragment hernemen om de tweede fase te illustreren:

EVR	Ik zeg gewoon wat de Volksunie altijd heeft gezegd.	112	↑
PDW	De kern van de zaak is dat we een aanpassing van de financieringswet nodig hebben en dit in de richting van meer financiële autonomie. (...) Zo kan elke gemeenschap volledig zelf oordelen over de inkomsten en uitgaven van het eigen onderwijs. Dat kan vandaag niet.	218	↑
EVR	(Dat is zo.	131	↓
	Maar...)	132	↑
PDW	Dat kan vandaag niet.	213	→
EVR	Wij staan daar honderd procent achter.	111	↓

### Fase 3: samenvoeging van twee individuele controlewaarden tot een transactionele controlewaarde

Nadat men een boodschap in een driedelige code heeft omgezet (fase 1) en deze in een individuele controlewaarde heeft vertaald (fase 2), worden de controlewaarden van twee opeenvolgende boodschappen tot één transactionele controlewaarde samengevoegd.

Tabel 1: Transactionele controlewaarden en -types (Ericson, 1972: 107)

Controlewaarde van boodschap van interactant A	Controlewaarde van boodschap van interactant B		
	One-up (↑)	One-down (↓)	One-across (→)
One-up (↑)	1. ↑↑ competitieve symmetrie	4. ↑↓ complementariteit	7. ↑→ transitie
One-down (↓)	2. ↓↑ complementariteit	5. ↓↓ submissieve symmetrie	8. ↓→ transitie
One-across (→)	3. →↑ transitie	6. →↓ transitie	9. →→ neutrale symmetrie

Dankzij dit schema krijgt men zicht op vijf verschillende soorten van relationele controle: *complementariteit* ('C': tegenovergestelde richting van de controleboodschappen), *transitie* ('T': verschillende, maar niet tegenovergestelde richting), en 3 typen van *symmetrie* ('S': dezelfde richting van de controleboodschappen). Ericson en Rogers maken een onderscheid tussen competitieve, submissieve en neutrale symmetrie.

Bij 'competitieve symmetrie' ['S(c)'] strijden de beide interactanten om de controle van de interactie, bij 'submissieve symmetrie' ['S(s)'] onderwerpen ze zich aan elkaar, en bij 'neutrale symmetrie' ['S(n)'] gedragen ze zich noch boven- noch ondergeschikt.

Wanneer dit alles op het bekende voorbeeld wordt toegepast, krijgt men:

EVR	Ik zeg gewoon wat de Volksunie altijd heeft gezegd.	112	↑	
PDW	De kern van de zaak is dat we een aanpassing van de financieringswet nodig hebben en dit in de richting van meer financiële autonomie. (...) Zo kan elke gemeenschap volledig zelf oordelen over de inkomsten en uitgaven van het eigen onderwijs. Dat kan vandaag niet.	218	↑	} ↑↑=S(c)
EVR	(Dat is zo. Maar ...)	131 132	↓ ↑	
PDW	Dat kan vandaag niet.	213	→	} ↑→=T
EVR	Wij staan daar honderd procent achter.	111	↓	} →↓=T

Deze wijze van operationaliseren werd toegepast op twee uitzendingen van het debatprogramma *De Zevende Dag* (TV1). Dit wordt behandeld in de volgende paragraaf.

## ■ ONDERZOEK: DE ZEVENDE DAG VAN 19 SEPTEMBER 1999 EN 28 NOVEMBER 1999

### Hypotheses

Vooreerst formuleerden we vijf hypotheses m.b.t. de frequentie van de transactionele controletypes in politieke tv-debatten.

Ons vertrekpunt is het volgende: als men zegt dat er sprake is van een *strijd* in politieke tv-debatten, moet dit ook tot uiting komen in de controlepatronen van de interactie. Vandaar:

H1: *competitieve symmetrieën* > 60% van het totaal aantal controlepatronen.

Komt daarbij dat debatterende politici zich niet té combattief mogen opstellen: om de kijker(-kiezer) te imponeren moeten debatterende politici zich wel assertief (strijdlustig), maar niet agressief (té strijdlustig) gedragen. En

dus kan men verwachten dat een debatterend politicus soms ook 'one-across'-boodschappen zal versturen: met dergelijke neutrale boodschappen geeft hij immers aan dat hij zich niet bovengeschikt ('agressief'), maar ook niet ondergeschikt (niet 'niet assertief') wil opstellen. En dus:

H2: *transities* > 10% van het totaal aantal controlepatronen.

Tegelijkertijd lijkt het weinig waarschijnlijk dat de debaters twee *opeenvolgende* neutrale boodschappen versturen. Vandaar:

H3: *neutrale symmetrieën* < 10% van het totaal aantal controlepatronen.

Voorts is de kans klein dat een debatterend politicus alters poging tot dominantie zal aanvaarden. En dus:

H4: *complementair gedrag* < 10% van het totaal aantal controlepatronen.

Tot slot menen we dat debatterende politici zich zelden tot nooit aan elkaar (willen) onderwerpen. Vandaar:

H5: *submissieve symmetrieën* < 10% van het totaal aantal controlepatronen.

Merken we nog op dat het moeilijk is om het precieze aandeel van de verschillende soorten controlepatronen in te schatten, vermits er op het vlak van relationele controle *in politieke tv-debatten* bij ons weten nog geen onderzoek is verricht. Vandaar dat we ons bij de formulering van voorgaande hypothesen enkel gewaagd hebben aan een ruwe frequentieverdeling (> 60% ; > 10% ; < 10%).

## Methode

### Onderzoekstype en steekproefkeuze

We opteerden voor de 'case-study' als onderzoekstype, omdat we een (relatief) diepgaand inzicht wilden krijgen in de relationele controle tussen debatterende politici. Concreet werden twee uitzendingen, nl. *De Zevende Dag* van 19 september 1999 en die van 28 november 1999, geanalyseerd: zij behandelen resp. de waarde van de Conferentie voor Staatshervorming en de onderwijsfinanciering in België, twee - in politiek en mediamiek opzicht - belangrijke 'disputable events' (cf. Blum-Kulka, 1983: 136).

Dat de keuze *niet* uitging naar verkiezingsdebatten (cf. 13 juni 1999), heeft te maken met het volgende. Het 'three digit'-model is ontworpen om de con-

trolepatronen tussen de opeenvolgende boodschappen van *twee* sprekers te analyseren.

*In de debatten juist vóór de recentste verkiezingen* (28 april t.e.m. 12 juni 1999) werden meestal vier tot zes politici met elkaar geconfronteerd. Het hier gehanteerde model uitbreiden tot zoveel sprekers zou erg complex zijn. Men kan weliswaar de controlepatronen tussen twee sprekers uit die groep volgen, maar dat zou slechts een partieel beeld geven van de controlepatronen van zo'n politiek tv-debat.

*In de debatten juist na de verkiezingen* (14 juni t.e.m. 27 juni 1999) werden wel meestal twee sprekers met elkaar geconfronteerd, maar de moderator kwam hierin vaak en/of lang tussenbeide. Vermits de aandacht naar de relationele controle tussen debatterende politici uitging, werden ook deze debatten als onderzoekseenheid uitgesloten.

Het is duidelijk dat er op basis van zo'n beperkte en beredeneerde steekproef geen te veralgemenen conclusies kunnen worden getrokken. Met Peters (1995: 602) kan men stellen dat deze meervoudige case-study een analytische en niet een statistische generalisatie beoogde.

### **Codering en codeurbetrouwbaarheid**

Zoals blijkt uit het theoretisch kader, vormt het toekennen van een driedelige code aan een boodschap de basis van de operationalisering van relationele controle. Het spreekt voor zich dat, wanneer er in deze fase veel en/of grote codeerfouten worden gemaakt, alle andere daaropvolgende operationaliseringsfasen en bijgevolg heel het onderzoek waardeloos zijn. Vandaar dat we bijzonder veel zorg aan het coderen hebben besteed.

Het codeerwerk werd gerealiseerd in zes stappen.

Stap 1: we testten of we het aangepaste 'three digit'-model *zelf voldoende* hadden *begrepen*. Daarom codeerden we een aantal transcripts uit het onderzoek van Ericson (1972: 157-160), vergeleken die, en besloten dat onze codering nagenoeg dezelfde was als die van Ericson, een van de grondleggers van het gehanteerde model.

Stap 2: we gingen op basis van enkele willekeurige debatfragmenten na of het aangepaste 'three digit'-model *ook voor politieke tv-debatten* bruikbaar was. Het antwoord bleek positief te zijn, ook al deden er zich specifieke codeerproblemen voor: zij waren de aanleiding voor een (extra) aantal aanbevelingen en afspraken bij het latere codeerwerk.

Stap 3: we maakten *twee extra codeurs* vertrouwd met het door ons gehanteerde model. Dit gebeurde gestandaardiseerd (op hetzelfde moment, met geüniformeerde schema's, e.d.) en werd uitvoerig geïllustreerd aan de hand

van een aantal voorbeelden die we, om er zeker van te zijn dat we geen verkeerde illustraties zouden geven, aan Ericson zelf (1972: 225-227) hadden ontleend.

Stap 4: we gingen na *in welke mate* de twee andere codeurs *vertrouwd* waren met het door ons uitvoerig toegelichte model. Om dit te testen, deden we een beroep op Ericsons transcripts die we zelf in de eerste stap hadden gecodeerd. De gemiddelde codeurbetrouwbaarheid was 0,72, wat voor een test-codering voldoende leek (de variantie was bovendien gering).

Stap 5: we *verfijnden* het aangepaste 'three digit'-model op enkele punten. Zo vatten we de categorieën 'extension' en 'topic change' specifiekier op dan Ericson en Rogers dat hadden gedaan. Zoals vermeld, verstaan Ericson en Rogers onder 'extension' elke boodschap die inhoudelijk aansluit bij het thema van de voorafgaande tussenkomst. Maar op basis van onze ervaringen uit stap 2 bleek deze omschrijving te algemeen. Debatterende politici spreken wellicht vaak over één en hetzelfde algemene thema (in de termen van Ericson en Rogers zou men van 'extension' spreken). Een vaak gevolgde tactiek van debatterende politici bestaat er nu echter juist in om erg subtiel over een *subthema* te spreken dat weliswaar verwant, maar toch verschillend is van het eigenlijk bediscussieerde subthema. Op zo'n moment is er o.i. reeds sprake van een verandering van onderwerp (dus geen 'extension', wel 'topic change').

Houdt men geen rekening met dergelijke subtiele vormen van inhoudelijke veranderingen, dan wordt het aantal 'extensions' onterecht erg hoog. Vermits nu een boodschap met een 'topic change' als responswijze steeds als een 'one-up'-boodschap moet worden gezien, en een boodschap met een 'extension' als responswijze verschillende controlewaarden kan aannemen (cf. figuur 2), is het belangrijk om een verfijnd onderscheid tussen deze twee categorieën te maken. Dit betekent overigens dat de codeurs voldoende politieke achtergrondinformatie moeten hebben om uit te maken of een tussenkomst inhoudelijk aansluit bij een vorige.

Stap 6: we - alle drie de codeurs - codeerden de twee vermelde debatten afzonderlijk. De drie aparte coderingen werden naast elkaar gelegd en de codeurbetrouwbaarheid werd berekend. Voor twee codeurs is de betrouwbaarheidsformule (cf. Roe, 1998):

$$\text{Reliability} = \frac{\text{aantal identieke coderingen}}{\text{totaal aantal coderingen}} = \frac{2 * (C1, C2)}{C1 + C2}$$

Wij hebben nu echter niet met twee, maar met *drie codeurs* gewerkt.

Het zou een te streng criterium zijn om het aantal identieke overlappingsen tussen de *drie* codeurs te berekenen (d.w.z. alle drie digit nummers bij de drie codeurs dezelfde): het gehanteerde 'three digit'-model bevat zoveel categorieën, die bovendien niet altijd even duidelijk worden omschreven, dat zo'n maatstaf te streng zou uitvallen. Het lijkt redelijker om eerst *per twee codeurs* (codeur 1 en 2; 2 en 3; 1 en 3) het betrouwbaarheidsniveau te berekenen, om vervolgens het gemiddelde van deze drie afzonderlijke betrouwbaarheidswaarden te maken (R<sub>1,2,3</sub>). Voor *De Zevende Dag* van 19 september en 28 november 1999 is deze R<sub>1,2,3</sub>-waarde resp. 0,83 en 0,80. Deze relatief hoge R-waarden maakten het mogelijk om de analyse uiteindelijk op één gemeenschappelijke code per boodschap uit te voeren.<sup>3</sup>

## Resultaten en analyse

Alle vijf de hypothesen hadden betrekking op de aanwezigheid van de verschillende transactionele controletypes in de interactie. Vandaar de volgende frequentieoverzichten per onderzocht politiek tv-debat:

Tabel 2: Transactionele controletypes, *De Zevende Dag* van 19 september 1999

Controlewaarde van boodschap van Van Rompuy	Controlewaarde van boodschap van Vankrunkelsven		
	One-up (↑)	One-down (↓)	One-across (→)
One-up (↑)	23# S(c)	1# C	2# T
One-down (↓)			
One-across (→)	2# T		

Tabel 3: Transactionele controletypes, *De Zevende Dag* van 28 november 1999

Controlewaarde van boodschap van Van Rompuy	Controlewaarde van boodschap van Dewael		
	One-up (↑)	One-down (↓)	One-across (→)
One-up (↑)	27# S(c)	2# C	8# T
One-down (↓)	1# C		1# T
One-across (→)	3# T		1# S(n)

Uit bovenstaande tabellen kan het volgende worden besloten:

- in beide debatten komt competitief symmetrisch gedrag duidelijk het prominentst voor (> 60%);
- transities zijn significant aanwezig (> 10%);
- van complementair, of van neutraal of submissief symmetrisch gedrag is nauwelijks of geen sprake (telkens < 10%).

En dus kunnen de vijf hypothesen op basis van het hier onderzochte materiaal niet worden verworpen.

Wanneer men nu meer specifiek kijkt naar de boodschappenuitwisselingen in *De Zevende Dag* van 19 september 1999, komen de volgende combinaties het meest voor: 'assertion non-support + assertion non-support' (#5), 'assertion non-support + talk-over non-support' (#5), 'assertion initiation-termination + talk-over non-support' (#2), 'assertion topic change + talk-over extension' (#2), en tot slot 'assertion extension + assertion topic change' (#2). Wanneer men dezelfde oefening doet voor *De Zevende Dag* van 28 november 1999, komen de volgende combinaties het meest voor: 'assertion non-support + talk-over non-support' (#5), 'assertion non-support + assertion non-support' (#3), 'assertion extension + talk-over extension' (#3), 'assertion extension + talk-over non-support' (#2), 'assertion extension + assertion support' (#2), en tot slot 'assertion extension + assertion non-support' (#2).

Hierbij valt nog op te merken dat de 'assertion non-support' en de 'talk-over non-support' in beide debatten meermaals in verschillende combinaties voorkomt. Belangrijkst verschil is dat *De Zevende Dag* van 19 september 1999 nogal wat 'assertion *topic change*'-boodschappen bevat, terwijl *De Zevende Dag* van 28 november 1999 meer door 'assertion *extension*'-boodschappen wordt gekenmerkt. Dit verschil wijst erop dat er in het laatstgenoemde debat doorgaans meer wordt ingegaan op wat de andere debater heeft gezegd.

## Discussie

De toepassing van het hier gehanteerde model biedt leerrijke inzichten in de relationele controle tussen debatterende politici. Toch blijven een aantal belangrijke problemen bestaan, die voor een goede analyse van de interactie in politieke tv-debatten o.i. best worden vermeden. Een beknopt overzicht van de belangrijkste methodologische plus- en minpunten van het gebruikte model:

### *Pluspunten*

Vooreerst laat het model zien dat en hoe controle relationeel ontwikkeld en opgebouwd wordt.



Ericson en Rogers tonen dit bovendien op een goed uitgewerkte en overzichtelijke manier: hun model heeft voldoende en toch niet te veel categorieën om de boodschappen van de sprekers te etiketteren (in tegenstelling tot bv. het eerste transactionele dominantiemodel van Sluzki en Beavin, 1965).

Door zijn - theoretisch gezien - redelijk eenvoudig en overzichtelijk karakter is het model daarenboven vrij gemakkelijk aan codeurs uit te leggen.

Tot slot kan men aan het model van Ericson en Rogers een accurate intensiteitsmeting koppelen.<sup>4</sup>

### *Minpunten*

Vooreerst is het model ontworpen om alleen verbale boodschappen te categoriseren, en is het in die zin eenzijdig te noemen. Al moet men zeggen dat Siegel, Friedlander en Heatherington (1992) gepoogd hebben dit gebrek aan een non-verbaal dominantiemodel te ondervangen.

Daarnaast is de analyse-eenheid binnen het aangepaste 'three digit'-model van Ericson en Rogers nog steeds (cf. Sluzki & Beavin, 1965; Mark, 1971) onterecht een paar van elkaar opeenvolgende boodschappen (cf. supra: 'A-B-Abis'-principe). Ericson (1972: 180) merkt echter zelf op dat een boodschap ook een reactie kan zijn op een stelling, vraag,... die veel eerder ter sprake kwam. Maar het aangepaste 'three digit'-model biedt geen uitweg om de relatie tussen dergelijke niet opeenvolgende boodschappen te analyseren. Gezien het chaotisch verloop van een politiek tv-debat was zo'n analyse-mogelijkheid nochtans niet onbelangrijk.

Het prioriteitenschema dat men moet volgen tijdens het coderen (Ericson, 1972: 221-222), is bovendien niet altijd even sluitend. Uit de nabespreking met de twee andere codeurs bleek meermaals dat het bijvoorbeeld onduidelijk was wanneer men een boodschap nu precies als een 'extension' of als een 'support'/'non-support' moest beschouwen.

Een volgend probleem staat niet los van het vorige en heeft betrekking op het gebrek aan specifieke bepalingen van sommige categorieën. Zoals reeds gesteld, lijkt het onderscheid tussen 'topic change' en 'extension' ons te weinig concreet en nauwkeurig.

Daarenboven geven Ericson en Rogers soms nogal onduidelijke instructies wat betreft het aanduiden of weergeven van bepaalde categorieën (bv. 'talk-over' en 'non-complete'-aanwijzingen; cf. Ericson, 1972: 225-226).

Probleem is ook dat sommige tussenkomsten met meer dan twee codes kunnen/moeten worden aangeduid. De tussenkomsten van debatterende politici zijn doorgaans langer dan die van de door Ericson en Rogers bestudeerde echtgenoten, waardoor de kans op meerdere combinaties van categorieën uit de tweede en derde digit verhoogt. Ondanks het feit dat de codeurs het meestal eens waren over het aantal toe te kennen codes, bleek uit de nabespreking dat dit geen gemakkelijke beslissing was.

## ■ BESLUIT

In dit artikel poogden we inzicht te krijgen in 'de strijd om het woord in politieke tv-debatten'. Hiermee wilden we een leemte in de literatuur opvullen, nl. het gebrek aan informatie over de relationele controle tussen debatterende politici (op televisie).

Vermits hierover nog geen studie was verricht, hebben we zelf een verkennend onderzoek opgesteld en uitgevoerd. Daarbij deden we een beroep op het microanalytisch dominantiemodel van Ericson en Rogers. Dit was overzichtelijk en bruikbaar, ook al stelden er zich een aantal problemen die slechts gedeeltelijk door een goede codeerbegeleiding konden worden ondervangen.

In ons onderzoek formuleerden we vijf hypotheses m.b.t. de aanwezigheid van de verschillende soorten controlepatronen in het politieke tv-debat. Achterliggende gedachte hierbij was o.m. dat, als er sprake zou zijn van een strijd in politieke tv-debatten, dit ook in de gevonden controlepatronen tot uiting moest komen. Zo veronderstelden we bijvoorbeeld dat de controlepatronen in politieke tv-debatten hoofdzakelijk competitief symmetrisch zijn, een hypothese die op basis van onze meervoudige case-study overigens niet kon worden verworpen.

Vermits het operationaliseren van relationele controle een erg arbeidsintensieve opdracht is, was het betrekken van meer onderzoekseenheden niet mogelijk. Meer analysemateriaal is echter noodzakelijk als men in dit verband statistisch veralgemeenbare uitspraken wil doen.

### NOTEN

- 1 Zie respectievelijk: Ockrent (1988: 115), Dieckmann (1981: 161), Jamieson & Birdsell (1988: 15).
- 2 Het gaat om: G. Annemans, S. De Clerck, I. De Vadder, P. Dewael, M. Eyskens, J. Gabriëls, C. Gennez, H. Knapen, B. Schoofs, N. Schoofs.
- 3 Deze ene code is toegekend op basis van het meerderheidsoordeel van de drie codeurs tezamen. Te noteren valt nog dat men de volledige transcripts van de twee uitzendingen, alsook hun codes en geoperationaliseerde waarden, terugvindt in Gelders (2000: bijlage 3.3.-3.4).
- 4 Zo gebruikt Gelders (2000: 85-87, 90, 99-101) het intensiteitsmodel van Rogers, Courtright en Millar (1980) om 'de temperatuur van de debatstrijd te meten'.

### LITERATUURLIJST

- Annemans, G. (2000) *Gesprek met G. Annemans, fractieleider van het Vlaams Blok in het Federaal Parlement*, Antwerpen, 31 maart.
- Blum-Kulka, S. (1983) 'The dynamics of political interviews', *Text: An interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*, 3: 131-153.

- Courtright, J.A., Millar, F.E. & Rogers L.E. (1979) 'Domineeringness and dominance: Replication and expansion', *Communication Monographs*, 3: 179-192.
- De Clerck, S. (1999) *Gesprek met S. De Clerck, voorzitter van de CVP*, Brussel, 14 december.
- De Vadder, I. (2000) *Gesprek met I. De Vadder, moderator van De Zevende Dag*, Brussel, 12 april.
- Dewael, P. (2000) *Gesprek met P. Dewael, minister-president van Vlaanderen*, Brussel, 4 april.
- Dieckmann, W. (1981) *Politische Sprache, politische Kommunikation: Vorträge - Aufsätze - Entwürfe*. Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag.
- Ericson, P. (1972) *Relational communication: Complementarity and symmetry and their relation to dominance-submission*. Ann Arbor: Unpublished doctoral manuscript, Michigan State University.
- Ericson, P. & Rogers L.E. (1973) 'New procedures for analyzing relational communication', *Family Process*, 12(3): 245-267.
- Eyskens, M. (1999) *Gesprek met M. Eyskens, voormalig eerste minister van België*, 22 oktober, Heverlee.
- Gelders, D. (2000) *De strijd om het woord in politieke televisiedebatten: Strategieën en tactieken van debatterende politici*. Leuven: Verhandeling Departement Communicatiewetenschap, K.U.Leuven.
- Gabriëls, J. (2000) *Gesprek met J. Gabriëls, federaal minister van Landbouw en Middenstand*, Sint-Truiden, 16 januari.
- Gennez, C. (2000) *Gesprek met C. Gennez, voorzitter van de SP-jongeren Vlaanderen*, Sint-Truiden, 2 april.
- Jamieson, K.H. & Birdsell, D. (1988) *Presidential debates*. New York: Oxford University Press.
- Knapen, H. (2000) *Gesprek met H. Knapen, woordvoerder van de minister-president van Vlaanderen*, Sint-Truiden, 1 april.
- Mark, R.A. (1971) 'Coding communication at the relationship level', *Journal of Communication*, 21: 221-232.
- Millar, F.E. & Rogers, L.E. (1976) 'A relational approach to interpersonal communication', pp. 87-103 in G.R. Miller (ed.) *Explorations in interpersonal communication*. London: Sage.
- Millar, F.E., Rogers-Millar, L.E. & Courtright, J.A. (1979) 'Relational control and dyadic understanding: An exploratory predictive regression model', pp. 213-224 in D. Nimmo (ed.) *Communication Yearbook*, 3. New Brunswick, NJ. Transaction Books.
- Ockrent, C. (1988) *Duel: Comment la télévision façonne un président*. Paris: Hachette.
- Peters, V. (1995) 'Case study', pp. 586-607 in H. Hüttner, K. Renckstorf & F. Wester (red.) *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Roe, K. (1998) *Methoden en technieken van communicatiewetenschappelijk onderzoek: collegenota's*. Leuven: Departement Communicatiewetenschap, K.U.Leuven.
- Rogers, L.E. & Farace, R.V. (1975) 'Analysis of relational communication in dyads: New measurement procedures', *Human Communication Research*, 1: 229-239.

- Rogers, L.E. & Millar, F.E. (1979) 'Domineeringness and dominance: A transactional view', *Human Communication Research*, 5: 238-246.
- Rogers, L.E., Courtright, J.A. & Millar, F.E. (1980) 'Message control intensity: Rationale and preliminary findings', *Communication Monographs*, 47: 201-217.
- Schoofs, B. (2000) *Gesprek met B. Schoofs, voorzitter van de Vlaams Blok-jongeren Limburg*, Beringen, 5 april.
- Schoofs, N. (2000) *Gesprek met N. Schoofs, communicatieadviseur van de Vlaamse Regering*, Brussel, 4 april.
- Siegel, S.M., Friedlander, M. & Heatherington, L. (1992) 'Nonverbal relational control in family communication', *Journal of Nonverbal Behavior*, 16(1): 117-139.
- Sluzki, G. E. & Beavin, J. (1965) 'Simetria y complementaridad: Una definicion operacional y una tipologia de parejas', *Acta Psiquiatrica y Psicologica de America Latina*, 11: 321-330.

#### AUTEUR

David Gelders is licentiaat communicatiewetenschappen, K.U.Leuven.  
Dit artikel is gebaseerd op zijn verhandeling *De strijd om het woord in politieke tv-debatten: Strategieën en tactieken van debatterende politici*, juli 2000.

# De identiteit van het televisiepubliek

## NAAR DE ARTICULATIE VAN HET TELEVISIEPUBLIEK ALS DISCURSIEF GELADEN BETEKENISVELD

Nico Carpentier

The public is totem and talisman, and an object of ritual homage. (Carey, 1987: 5)

### SAMENVATTING

De veelheid aan betekenissen van de term publiek laat toe dit concept binnen een discours-theoretisch kader als 'floating signifier' te definiëren. Via een op Derrida's deconstructie geïnspireerde reeks van methoden wordt gepoogd het betekenisveld 'publiek' in kaart te brengen, op basis van de analyse van vier domeinen: actief/passief, publiek/privaat, micro/macro en maatschappij/gemeenschap. Deze strategie leidt tot de ontwikkeling van een model van het reservoir aan betekenissen waaruit geput wordt om het concept 'publiek' te articuleren. Dit model laat toe nieuwe vragen over de dominantie van een aantal publieksarticulaties en de afwezigheid van andere publieksarticulaties aan te kaarten.

Sleutelwoorden: discours-theorie, publiek, deconstructie, televisie

Theoretici die hun aandacht toespitsen op het concept 'publiek'<sup>1</sup> in de communicatiewetenschappen, staan voor de keuze om 1) de veelheid aan publieksarticulaties in kaart te brengen, en desgewenst toe te wijzen aan specifieke onderzoekstradities - de weg die bijvoorbeeld Jensen en Rosengren (1990) gekozen hebben; om 2) met verve een specifieke articulatie te verdedigen - zoals bijvoorbeeld Webster en Phalen (1997) doen voor het massapubliek en Carey (1987) voor de articulatie van het publiek binnen de publieke sfeer; ofwel om 3) het publieksconcept als voorbijgestreefd te articuleren - een standpunt dat McQuail (1997: 142) bij momenten<sup>2</sup> lijkt in te nemen als hij bijvoorbeeld zegt: 'We can (and largely do) go on behaving as if the audience still exists "out there" somewhere, but we may be largely deceiving ourselves.'

Een van de sleutelargumenten in deze laatste optie steunt op de fragmentatie of hybriditeit van het publiek: McQuail (1997: 150) spreekt hierbij van een 'myriad kind of audiences', Abercrombie en Longhurst (1998: 68) van het 'diffused audience' en Ang (1991) van het 'elusive audience'. Biocca (1988: 127) verwijst naar 'the breakdown of the referent for the word audience in the communication research.'

In het kader van deze analyse wordt echter een ander uitgangspunt gehuldigd, dat samengevat wordt door Allor (1988: 228): 'the audience exists nowhere; it inhabits no real space, only positions within analytic discourses.' Na kritiek van Hartley heeft Allor (1988: 252) deze stelling weliswaar herzien in 'the audience exists everywhere', zonder echter afbreuk te doen aan zijn discursieve benadering van het publieksconcept.

In dit artikel worden met andere woorden de vragen naar de niet-discursieve component van het publiek, naar de referent van de betekenaar 'publiek' of naar de 'ware' aard van het publiek terzijde geschoven. De klemtoon komt daarentegen volledig te liggen op de veelheid aan discursieve publieksarticulaties, waarbij er vanuit gegaan wordt dat de discursieve strijd om de articulatie van de identiteit van het publiek in sterke mate open is.

Het publieksconcept wordt in dit artikel namelijk beschouwd als wat Laclau en Mouffe (1985: 112-113) een 'floating signifier' en Zizek (1989: 97) een 'empty signifier' noemen. Het is een betekenaar die volledig losgekoppeld is van elke betekende - 'so over-coded that it means everything and nothing' (Torfing, 1999: 301) - en die daarom binnen verschillende discoursen telkenmale een andere betekenis kan aannemen. In deze hoedanigheid kan een zwevende betekenaar uitstekend als bindmiddel functioneren voor de andere elementen in een discours.

Binnen het gehanteerde discours-theoretisch kader van Laclau en Mouffe wordt immers gesteld dat deze verschillende discoursen - in hun poging om een hegemone positie te verwerven - allen elementen uit het betekenisveld of het 'field of discursivity' (Laclau & Mouffe, 1985: 112) proberen te articuleren. Zwevende betekenaars vergemakkelijken hierbij de opname en fixatie van een aantal andere identiteiten binnen een discours, waardoor coherente discoursen kunnen ontstaan. Deze fixaties kunnen slechts partieel zijn, aangezien identiteiten als overgedetermineerd worden beschouwd: door de multiplicititeit aan identiteiten zullen identificaties steeds onvolledig zijn en beïnvloed worden door andere identiteiten.

In dit artikel wordt een bescheiden poging gewaagd om een (per definitie onvolledig)<sup>3</sup> overzicht te genereren van het betekenisveld 'publiek', op basis van een op Derrida's deconstructie geïnspireerde werkwijze. Een belang-

rijke inspiratiebron voor dit overzicht bestaat uit de publieksarticulaties die de Britse Cultural Studies-stroming heeft geïntroduceerd; en vanuit dit perspectief kan dit artikel gezien worden als een poging om deze verruiming te continueren en te verdiepen.

In een eerste beweging worden in dit artikel de binaire opposities die de articulaties van het publieksconcept binnen de academische literatuur domineren, opgespoord. Vervolgens wordt getracht deze binaire opposities op drie manieren te overstijgen en een (relatief) nieuwe zienswijze op dit begrip te introduceren, die niet meer op zoek gaat naar de 'ware aard' van het publiek, maar die toelaat de positie van dit begrip te bekijken vanuit de hegemonische ambities van een aantal discoursen, die elk op een onderscheiden manier het concept 'publiek' gebruiken.

Een eerste methode bestaat erin om deze opposities open te breken, door achter deze opposities nieuwe dimensies bloot te leggen. Daarnaast worden de geïndiceerde opposities gerearticuleerd als dimensies of als schalen, waardoor een aantal tussenposities kunnen worden (h)erkend. Tenslotte wordt de aandacht gericht op het non-publiek, of met andere woorden op de publieksarticulaties die 'verlaagd, verdrongen, uitgedrongen en gedeprecieerd' (Oger, 1995: 61) worden, maar die tegelijk als negatief referentiepunt functioneren voor andere publieksarticulaties. De (her-)incorporatie van deze uitgesloten articulaties in het betekenisveld publiek (her-)opent niet alleen een aantal perspectieven, maar vormt tegelijk een verduidelijking van de publieksarticulaties die het non-publiek als (negatief) referentiepunt hanteren.

Het vertrekpunt van deze analyse steunt op de identificatie van twee binaire opposities, die hier benoemd worden als de actief/passief dimensie (BO1) en de micro/macro dimensie (BO2). In het eerste geval wordt gepoogd de reductie van deze dimensie tot het betekenisgeven te doorbreken door deze dimensie te combineren met elementen uit een publiek/privaat dimensie. Ten tweede wordt de micro/macro dimensie opengemaakt aan de hand van de gemeenschap/maatschappij dimensie. Bovendien wordt binnen deze micro/macro dimensie een meso-niveau ge(her)introduceerd.

## ■ B01: DE ACTIEF/PASSIEF DIMENSIE IN DE PUBLIEKSARTICULATIE

De inleiding van het hierboven vermelde artikel van Allor bevat tevens een kort overzicht van een belangrijk deel van het betekenisveld waarbinnen dit publieksconcept gearticuleerd wordt:

The concept of audience has come to cover the space of the individual/social distinction in locating the site of the impact of the media. As a general theoretical pivot point, it has allowed the field to extend the assumptions about the place of the individual within the social formation from its parent discourses, structural functionalism and social psychology. The field continues to oscillate, within these traditions, between the voluntarism of a conception of the full human subject as agent of meaning making and the determinism of a conception of the individual as the object of socialization processes. (Allor, 1988: 217)

Deze laatste benadering vindt zijn inspiratie in een van de meest hardnekkige communicatiemodellen uit de geschiedenis van de communicatiewetenschap: het 'zender-boodschap-ontvanger'-model van Shannon en Weaver (1949). Zoals Nightingale (1996: 6) stelt, leidt de conceptualisering van een publieksconcept binnen de lijnen van dit model tot de articulatie van het publiek als passief en reactief. Latere versies en varianten - zoals het model van DeFleur (1966) - voegen weliswaar een feedback-lus toe, maar deze toevoegingen brengen geen fundamentele wijzigingen aan aan de positie van de ontvanger als 'eindpunt' van de communicatieprocessen.

De onderzoekstraditie die bij deze benadering het meeste aansluiting vindt, is het media-effectenonderzoek, dat vooral geïnspireerd is door de bezorgdheid en/of vrees voor de nadelige effecten die de media op de ontvanger(s) - gearticuleerd als potentiële slachtoffers (Webster & Phalen, 1997: 128) - op een aantal specifieke domeinen zoals seksualiteit en geweld zouden kunnen hebben.

De benadering van het menselijke subject als betekenisgever vindt pas later zijn weerklank met enerzijds de ontwikkeling van de theorie van 'aberrant decoding' van Eco uit 1972 (zie Fiske, 1987: 64-65), het encoding/decoding-model van Hall uit 1973 (later gepubliceerd in Hall, 1980), en het hieruit afgeleide concept van het actieve publiek (Fiske, 1987), waarbij het polysemische karakter van de tekst aangevuld wordt met een articulatie van het publiek als

sense-making viewers who watch programmes and enjoy responding to them, and talk with each other about what they see on television: in the home, in the neighbourhood, in school, at work. (Dahlgren, 1998: 300)

Anderzijds steunt ook de 'uses en gratifications'-theorie van Katz, Blumler en Gurevitch (1974) en de daarvan afgeleide modellen zoals bijvoorbeeld de 'expectancy-value'-theorie van Palmgreen en Rayburn (1985) en het 'social action'-model van Renckstorf et al. (1996) in sterke mate op het concept van het actieve publiek (Livingstone, 1998: 238), wanneer zij de redenering dat



leden van het publiek een bewuste keuze maken op basis van het beschikbare aanbod aan kanalen en inhoud, als vertrekpunt kiezen. Het wezenlijk belang van de 'uses en gratifications'-theorie binnen de context van de articulatie van het publieksconcept is echter niet alleen de klemtoon die deze theorie legt op het actieve lid van het publiek, dat vanuit utilitaristische overwegingen handelt. Minstens even belangrijk is de - vanuit analytisch oogpunt - volledige omkering van het 'zender-boodschap-ontvanger'-model (Nightingale, 1996: 8). Publiekspreferenties (op basis van het sociale nut) functioneren als graadmeter voor 'value judgements about the cultural significance of mass communications' (Katz et al., 1974: 22).

## ■ DE PUBLIEK/PRIVAAT DIMENSIE IN DE PUBLIEKSARTICULATIE

De 'traditionele' actief/passief dimensie legt de nadruk op de actieve rol van de individuele kijker in het geven van betekenis aan het bekeken. Achter deze dimensie gaat echter een tweede dimensie schuil, die de concepten 'actief' en 'passief' niet reduceert tot het betekenisgeven in het communicatieve proces, maar ze in een bredere context plaatst door ze te koppelen aan Habermas' publieke sfeer. Habermas definieert dit begrip mede aan de hand van de publiek/privaat dimensie:

By the 'public sphere' we mean first of all a realm of our social life in which something approaching public opinion can be formed. Access is guaranteed to all citizens. A portion of the public sphere comes into being in every conversation in which private individuals assemble to form a public body. (Habermas, 1984: 49)

Ondanks de verschillende betekenisniveaus van de publiek/privaat dimensie,<sup>4</sup> en ondanks de kritiek op het specifieke karakter van de publieke sfeer dat Habermas haar toekent, laat dit concept - op basis van de publiek/privaat dimensie - toe om individuen te articuleren als actieve burgers, die zich in een aantal gevallen zullen verenigen om hun (collectieve) private belangen te verdedigen (waardoor de zogenaamde civiele maatschappij ontstaat (Slater, 1998: 139)) en een reeks publieke activiteiten zullen ontplooiën. Het actieve publiek wordt binnen dit denken gezien als 'participating, potentially at least, in democratic processes' (Livingstone & Lunt, 1996: 19), waarbij deze participatie of interactie een reeks vormen kan aannemen.

In de ruime zin van participatie komt de klemtoon te liggen op de 'rituele', 'expressieve', 'cultiverende' of 'mediërende quasi-interactieve' aspecten van de media (zie respectievelijk Carey, 1975, McQuail, 1987/1994, Gerb-

ner et al., 1979 en Thompson, 1995). Het uitgangspunt van deze modellen is de symbolische band die bestaat tussen media en publiek, waarbij de participatie en het actief-zijn van het publiek gezien wordt als een vorm van betrokkenheid en het delen van gemeenschappelijke overtuigingen.

Naast de symbolische interactie tussen publiek en media zijn ook directere vormen van interactie mogelijk. Binnen sommige klassieke lineaire media-modellen (zie bijvoorbeeld DeFleur, 1966) speelt het feedback-concept een - weliswaar secundaire - rol, waarbij onder meer verwezen wordt naar de spontane reacties van het publiek in de vorm van telefoon of brief (later ook via fax of e-mail) naar een specifiek programma of programmamaker.

Een tweede articulatie van het actieve publiek is terug te vinden in de stelling dat burgers zich individueel of collectief (als facet van de civiele maatschappij) tot de (nieuws)media kunnen richten. Ondanks de structurele bias die de toegang van zogenaamde 'establishment sources' bevoordeelt (McNair, 1998: 76-77), kunnen ook actoren variërend van nieuwe (en oude) sociale bewegingen tot lokale actiegroepen op deze manier toegang (proberen te) verwerven tot de (nieuws)media, en een actieve - publieke - rol spelen.

Een derde element dat de publieksarticulatie als actieve burger ondersteunt, verwijst naar het concept publieksparticipatie, waar 'leden van het publiek' - soms uitermate zorgvuldig geselecteerd - deelnemen aan bijvoorbeeld talkshows of duidingsprogramma's. Een dergelijke articulatie van het publiek als aggregaat van participerende burgers is bijvoorbeeld in de analyse van publieksdiscussieprogramma's van Livingstone en Lunt terug te vinden, waarbij zij de identiteit van de participant articuleren als burger-kijker of met andere woorden expliciet in het publieke domein situeren. Als dusdanig wordt de burger-kijker negatief gearticuleerd met twee identiteiten uit het private domein: de gealliëerde kijker ('passive, male, a viewer of news and action-adventure') en de consument-kijker ('resistant, subversive, female - a consumer of soap opera, magazines and romances') (Livingstone & Lunt, 1996: 18-19). Deze burger-kijker is een actieve kijker: 'As more ordinary people participate in making television programmes as well as receiving them, this gives new force to the concept of the active viewer' (Livingstone & Lunt, 1996: 19).

Zoals het bovenstaande citaat illustreert, wordt deze burger-kijker ook gezien als een 'gewone mens', een concept dat op zijn beurt - in navolging van onder meer Laclau, Hall en Fiske - negatief gearticuleerd wordt met de elite, het 'power bloc', of - in de woorden van Livingstone en Lunt (1996: 9) - de 'elite representatives of established power.' Deze publieksarticulaties vinden aansluiting bij een segment van de micro/macro dimensie, die in een volgend deel zal worden behandeld.

## ■ B02: DE MICRO/MACRO DIMENSIE IN DE PUBLIEKSARTICULATIE

De tweede binaire oppositie die in dit artikel als vertrekpunt wordt gekozen, is de micro/macro dimensie. Deze dimensie is wijd verspreid: in de meeste definities van het publiek wordt verwezen naar het publiek als aggregaat van individuen (de micro-dimensie) of als collectiviteit (de macro-dimensie). Radway (1988: 359) verwijst bijvoorbeeld naar publiek als 'a collective label for the consumers of electronically mediated messages'; Ang (1991: 33) definieert publiek in navolging van Harré (1981) als een 'taxonomic collective': 'an entity of serialized, in principle unrelated individuals who form a group solely because each member has a characteristic - in our case, spectatorship - that is like that of each other member', en Moores (1993 & 1996: 2) spreekt van 'several groups divided by their reception of different media and genres, or by social and cultural positioning.'

Zoals de bovenstaande definities illustreren, kan het betekenisveld 'publiek' mede in kaart worden gebracht aan de hand van de manier waarop deze veelheid benaderd wordt. In de micro-benadering komt de klemtoon te liggen op de individuen als bouwstenen van het publiek, terwijl in de macro-benadering de klemtoon komt te liggen op collectieve aspecten:

on the one hand [relating] to complete groups or social categories (a class, a community, a political public, etc.) and on the other to overlapping subsets of individuals within the total media audience which express this or that requirement from mass communication. (McQuail, 1987/1994: 288-289)

Voorbeelden van de publieksarticulaties die in de micro-dimensie gesitueerd moeten worden, zijn terug te vinden in de 'uses en gratifications'-theorie van Katz, Blumler en Gurevitch (1974) en in de daarvan afgeleide modellen.

Aan de andere (macro-)zijde van deze schaal is vooral de articulatie van het publiek als massa van belang, waarbij vaak teruggegrepen wordt naar Blumers werk in de jaren '30 en '40 (zie bijvoorbeeld Blumer, 1953). In hun poging tot revaluatie van het massapubliek definiëren Webster en Phalen (1997: 7) het concept massa - in expliciete navolging van Blumer - als 'unified by a common object of attention. It forms when a multitude of individuals select something as the focus of their interest.' Door deze definitie verenigt dit concept heterogeniteit (en anonimiteit) in oorsprong en homogeniteit in interesse.

Binnen de publieksarticulatie als massa zijn nog een aantal belangrijke varianten aanwezig, die zich niet beperken tot de aspecten rond heterogeni-

teit en homogeniteit. Ten eerste wordt in deze publieksarticulatie massa soms verbonden met elementen uit de actief/passief dimensie en uit de publiek/privaat dimensie, wanneer de massa gezien wordt als passief en manipuleerbaar. Webster en Phalen (1997: 7) pogen dit uitdrukkelijk te weerleggen door te wijzen op de macht van de massa om - weliswaar ongeorganiseerd - keuzes te maken. McQuail (1987/1994: 38) daarentegen verbindt deze publieksarticulatie wel met passiviteit en manipulatie: '[The mass] lacked self-awareness and self-identity [...]. It did not act for itself but was, rather, "acted upon" (thus an object of manipulation).'

Een tweede - verwante - variant plaatst de publieksarticulatie als massa expliciet in een dichotomie met het elite-concept, waarbij een elite gezien wordt als een fragment van het dominante deel van een sociale formatie die op basis van veronderstelde kwaliteiten sociaal en cultureel leiderschap claimt of heeft (O'Sullivan, 1994: 103).

De nadruk op cultureel leiderschap over de massa is - zoals Ang in navolging van Williams stelt - ook aanwezig in de publieke omroeptraditie, wanneer - aldus Williams (1976: 117) - deze instituten op een 'paternal system' gebaseerd zijn, of wanneer ze met andere woorden: 'an authoritarian system with a conscience' zijn. Ang merkt hierbij wel nuancerend op dat dit ideaal niet meer (exclusief) verbonden is met een conservatief cultureel elitarisme dat de beginperiode van de publieke omroepen kenmerkte (Ang, 1991: 28), maar stelt wel dat de idee van 'reforming the audience' en 'the construction of "quality" citizens' nog steeds binnen deze omroepen aanwezig is (Ang, 1991: 102-103).

Wanneer de klemtoon eerder op het sociale leiderschap van de elite over de massa komt te liggen, treedt - zoals Hartley (1994: 173) opmerkt - het klassebegrif op de voorgrond: 'These terms, mass and elite, are of course convenient "erasures" or euphemisms for class'. Bijvoorbeeld binnen een marxistisch discours zal de term massa daardoor een veel positievere betekenis krijgen, waarbij er verwezen wordt naar de 'mass of ordinary people as the main agent of progressive social change' (McQuail, 1987/1994: 39). Latere versies - zoals bij Laclau (1977), Hall (1981) en Fiske (1993), maar ook het bovenstaande citaat van McQuail bevat deze articulatie - zullen dit onderscheid tussen massa en elite herarticuleren als respectievelijk '(ordinary) people' en het 'power-bloc'.

Een (iets) minder sterk doorgedreven macro-benadering dan die van het publiek-als-massa, leidt tot de articulatie van het publiek als markt of als 'public'. De klemtoon op de collectiviteit leidt ook hier tot de articulatie van het publiek als een levende entiteit, 'a huge, living subject' (Ang, 1991: 61). Zowel in de 'audience-as-market' als in de 'audience-as-public'-articulatie -

een onderscheid dat Ang in 'Desperately seeking the audience' maakt - is deze macro-benadering aanwezig.

De articulatie van het publiek als markt hangt nauw samen met een commercieel mediasysteem, dat gebaseerd is op het dubbele principe 'making programmes for profit and the use of television channels for advertising' (Ang, 1991: 26). Publieksmaximalisatie is hierbij een manier om winstmaximalisatie te bereiken, waardoor kijkcijfers een belangrijk instrument worden: 'ratings provide knowledge about the television audience that is indispensable for the economic functioning of the system' (Ang, 1991: 27). Op basis van deze kijkcijfers worden vaak marktsegmenten gecreëerd, bestaande uit een reeks groepen of segmenten die onder meer zijn samengesteld op basis van leeftijd, geslacht, ras, inkomen, beroep, opleiding en woonplaats in combinatie met variabelen die gerelateerd zijn aan het mediagebruik (zoals bijvoorbeeld de duurtijd van het mediagebruik, en mediapreferenties). Terwijl de verschillen tussen de categorieën erkend worden, wordt in dit discours gesteld dat binnen de categorieën of segment het publiek stabiel is. Om deze reden bestempelt Ang (1991: 63) deze publieksarticulatie als het 'streamlined audience': 'neatly sliced up in substantive "segments", each of which consists of presumably well-organized, serialized viewers displaying dependable viewing behaviour.'

De tweede publieksarticulatie die Ang onderscheidt - het 'audience-as-public' - is volgens haar nauw verbonden met de Europese publieke omroep-traditie, waar het basisconcept luidt: 'to serve the public'. Deze positionering leidt tot een articulatie van het publiek dat niet uit een collectief van consumenten bestaat, maar uit een collectief van 'citizens who must be reformed, educated, informed as well as entertained - in short "served" - presumably to enable them to better perform their democratic rights and duties.' (Ang, 1991: 29)

## ■ PUBLIEKSARTICULATIES VAN HET PUBLIEK-ALS-GEMEENSCHAP

Vooraf binnen de macro-benadering van het publiek verbergt de micro/macro dimensie echter een veelheid aan diverse publieksarticulaties, die gerelateerd moeten worden aan de aard van de collectiviteit. Om deze diversiteit verder te ontsluiten, wordt in deze tekst gekozen voor Tönnies' oude Gemeinschaft/Gesellschaft dimensie, waarbij gemeenschap volgens Martin-Barbero (1993: 29) vooral gekenmerkt wordt door 'an absence of identifying group relations'. Naast een aantal publieksarticulaties waar de collectiviteit tot stand gebracht wordt door het loutere mediagebruik, en er dus geen groepsidentiteit aanwezig is, kunnen binnen de academische literatuur ook

een aantal articulaties onderscheiden worden waar een dergelijke groepsidentiteit wel aanwezig is, of verondersteld wordt aanwezig te zijn. Deze articulaties worden onder de noemers publiek-als-gemeenschap en het georganiseerde publiek samengebracht.

Een eerste publieksarticulatie waar - slechts ten dele - de maatschappijdimensie verlaten wordt, is de verwijzing naar burgerschap in de typologie van Livingstone en Lunt. Door het publiek als aggregaat van burgers te definiëren, wordt een band gecreëerd tussen de burger-kijker en een politieke gemeenschap. De klemtoon op het begrip 'burgerschap', dat - zoals ook Held (1991) stelt - een sterk individueel geladen invulling heeft,<sup>5</sup> maakt de verwijzing naar de gemeenschapsdimensie echter relatief zwak.

Een tweede articulatie van het publiek-als-gemeenschap, die ook eerder aan sluiting vindt bij het micro-niveau, situeert individuen binnen hun sociale relaties. Binnen de oudere communicatiewetenschappelijke theorievorming is het 'two-step flow'-model van Katz en Lazarsfeld (1955) hier een belangrijk voorbeeld van, gezien de klemtoon die zij leggen op de sociale contacten tussen opinieleiders en -volgers. Later zal vooral de zogenaamde 'ethnographic turn' (Livingstone, 1998: 239) leiden tot de contextualisering - de inpassing in het dagelijkse leven (op basis van onder meer werk van Lefebvre (1971) en De Certeau (1988)) - van de tekstuele interpretatie. Deze beweging heeft geleid tot een toegenomen aandacht voor de interactie binnen kleinschalige gemeenschappen zoals het gezin (of juist: het huishouden), de peer group, de werkomgeving en de buurt, waardoor deze publieksarticulatie sterk aanleunt bij de actief- en publieksdimensie. Voorbeelden hiervan zijn terug te vinden in het werk van Morley (1986), Walkerdine (1986) en Silverstone (1991) in verband met de familiale processen die gepaard gaan met respectievelijk televisie, video en ICT-gebruik.

Naast de kleinschalige gemeenschappen zoals bijvoorbeeld het huishouden en de werkomgeving - die gekenmerkt worden door hun bestaan los van de massamediale producten (Nightingale, 1996: 14) en die Schröder 'social communities' noemt - is er ook aandacht voor de zogenaamde 'interpretatieve gemeenschappen'. Binnen deze publieksarticulaties ligt de nadruk op het gemeenschappelijk interpretatiekader - soms nog in combinatie met socio-demografische eigenschappen, zoals bijvoorbeeld door Jensen (1990: 130) wordt gesuggereerd. Anderen, zoals Lindlof en Schröder, definiëren interpretatieve gemeenschappen exclusief op basis van hun specifiek mediagebruik, waarbij mogelijk - maar niet noodzakelijk - overlappings optreden met socio-structurele eigenschappen. In enkele voorbeelden concretiseert Schröder (1994: 344) (zijn invulling van) het concept interpretatieve ge-

meenschap: 'Teenage groups gathering around such cultural forms as video films or rock music, adult cult audiences, and Radway's group of female romance readers.'<sup>6</sup>

De articulatie van het publiek-als-gemeenschap vindt daarentegen eerder aansluiting bij de macro-dimensie wanneer het gemeenschapsconcept gedefinieerd wordt op basis van klasse, gender of ethnie, waarbij Livingstone (1998: 239) de term 'marginalized audience' gebruikt om de publieksarticulatie die in deze onderzoeksagenda's vervat zit, te omschrijven.

Een eerste voorbeeld kan worden teruggevonden in het 'Crossroads'-onderzoek van Hobson (1982), dat de klemtoon legde op de receptie van een soap door vrouwelijke kijkers en waarbij het gebruik van het publiek-als-gemeenschap op twee verschillende manieren gearticuleerd wordt. Niet alleen zijn deze lezeressen 'a dispersed community [which] seized the opportunity to engage in communal action' (Nightingale, 1996: 17), maar tegelijk - en belangrijker in deze context - gaat Hobson uit van het bestaan van 'community' bij vrouwen (en ouderen), op basis van een gemeenschappelijk belang. Het zijn deze reeds bestaande gemeenschappen die zich - volgens Hobson - materialiseren in het publiek.

Morley's (1980) 'Nationwide'-onderzoek hanteert het encoding/decoding-model van Hall in een poging om de invloed van de sociale (klasse-)positie op de interpretatie en de ideologische status van het programma na te gaan. Het onvermogen om deze invloed ook empirisch aan te tonen - 'social position in no way correlates with decodings' (Morley, 1980: 137) - doet geen afbreuk aan de relevantie van de articulatie van het publieksconcept, dat hier gezien wordt als een aggregaat van de verschillende sociale klassen, met elk specifieke (klasse)belangen oftewel "direct common concerns", especially socially and politically' (Nightingale, 1996: 15). De hierboven reeds beschreven articulatie van het publiek als 'gewone mensen' (negatief gearticuleerd met de elite of het 'power-bloc') vindt ook hier gedeeltelijk aansluiting, wanneer deze publieksarticulatie als 'gewone mensen' verwijst naar een gemeenschappelijke populaire cultuur (Hall, 1981), of naar 'alliances of social interests formed strategically or tactically to advance the interests of those who form them.' (Fiske, 1993: 10)

Naast de verwijzingen naar socio-demografisch of materialistisch geïnspireerde begrippen als klasse, gender of ras wordt ook het concept 'taste culture' gebruikt in de articulatie van het publiek-als-gemeenschap. McQuail verwijst in deze context niet alleen naar de definitie van Gans (1980) - waarbij een 'taste culture' gezien wordt als een collectief van individuen op basis van hun voorkeur voor een bepaalde inhoud, waaronder ook media-inhoud verstaan wordt - maar ook naar het werk van Lewis (1992) inzake

muziek en subculturele identiteit. Dergelijke analyses leiden tot de articulatie van het publiek op basis van subculturele identiteiten, in relatie tot een dominante cultuur.

Tenslotte bevat Angs (1991: 36) 'audience-as-public'-articulatie ook een (relatief zwakke) verwijzing naar het publiek-als-gemeenschap, vooral wanneer dit collectief van burgers gezien wordt als een natie, als een 'imagined community', of als een politieke gemeenschap.

## ■ HET MESO-NIVEAU BINNEN DE MICRO/MACRO DIMENSIE

De micro/macro dimensie kan niet alleen verruimd worden aan de hand van de gemeenschap/maatschappij dimensie. Door deze micro/macro dimensie als een schaal te definiëren ontstaat ook ruimte voor een meso-niveau. Deze eerder zeldzame, maar daarom belangrijke articulatie leidt tot een definitie van het publiek als een 'organised audience'. Dit georganiseerde publiek verschilt met de hiervoor beschreven articulaties van het publiek-als-gemeenschap doordat in het concept organisatie de klemtoon gelegd wordt op het formele engagement in functie van een gemeenschappelijk doel, op basis van een gemeenschappelijk belang (Pusic, 1998: 66).

Ook hier wordt de eerste aanzet van deze articulatie van het publiek gegeven door McQuail (1987/1994: 307), wanneer hij verwijst naar de publieksarticulaties als de reeds bestaande sociale groep en naar de fanclub/groep, en beide onder de noemer 'active social group' plaatst. McQuail wijst er impliciet op dat deze 'reeds bestaande sociale groep' als gemeenschap of als organisatie ingevuld kan worden. In het geval van de fanclub/groep is McQuail (1987/1994: 307) explicieter, wanneer hij hen 'a more or less bounded and self-conscious membership and some degree of interaction' toeschrijft.

Belangrijker is echter het werk van Matta dat (onder meer) geleid heeft tot de ontwikkeling van een alternatief communicatiemodel met actieve sociale participatie als basisinvalshoek (zie Matta (1981 & 1986) en Servaes (1987: 139-141 & 1989: 58-60)). Uitgangspunt is hier het 'right to communicate', dat expliciet aan de gehele samenleving, aan individuen en aan groepen toegekend wordt. Zij zien toe op de sociale organisatie van de communicatieprocessen (zowel op internationaal, nationaal en lokaal vlak), waarbinnen de media functioneren. De boodschappen die vanuit deze media vertrekken, bereiken het georganiseerde publiek, dat Matta als volgt definieert:

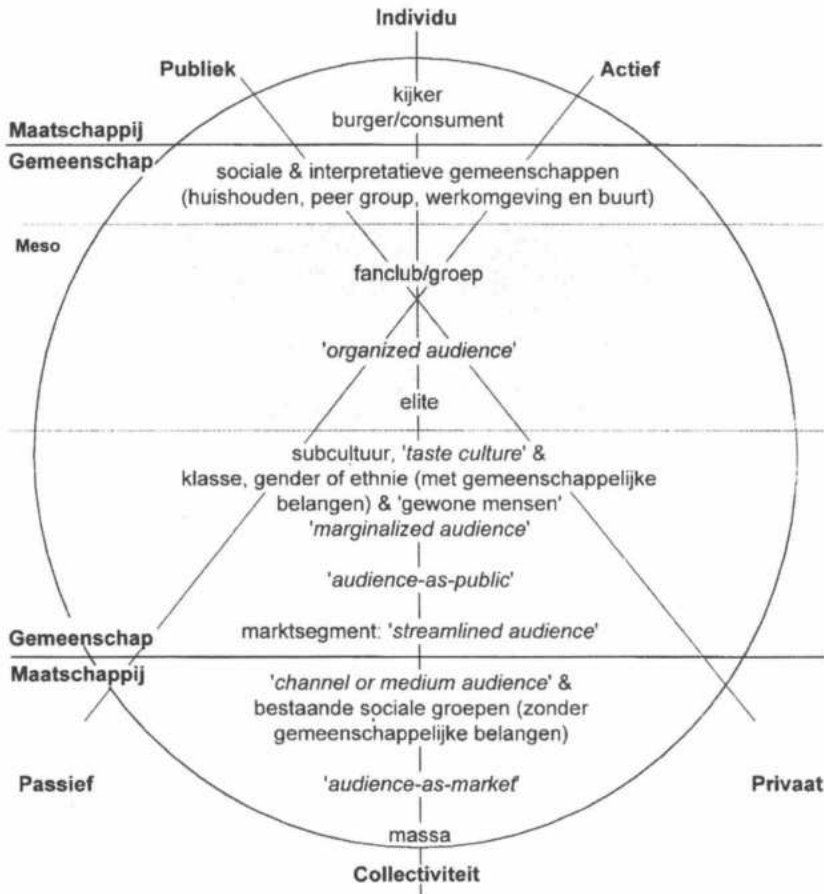


The entirety of the receivers should neither be perceived as individuals, nor as an amorphous, quantitative mass, but rather as social groups or institutions that are linked in an organizational or structural way with the society at large, such as labour unions, cultural groups, political parties, or new social movements. (Matta, 1981, geciteerd in Servaes, 1989: 59)

Tenslotte moet ook de articulatie van de elite of het 'power-bloc' als (non-)publiek vermeld worden. Zoals hoger reeds opgemerkt, wordt in een aantal publieksarticulaties de elite tegenover de massa geplaatst, en 'gewone mensen' tegenover het 'power-bloc', waarbij zowel de elite en het 'power-bloc' uitgesloten worden van enige publieksarticulatie en daardoor non-publiek worden. Niet alle auteurs plaatsen elites echter in een volledig negatieve articulatie met het publieksconcept. De aanwezigheid van een band tussen elite en media is bijvoorbeeld in de (aangepaste) agenda-setting theorie van Rogers en Dearing (1987) terug te vinden. Zij articuleren - door drie agenda's te onderscheiden (namelijk de media-agenda, de publieke agenda en de politieke agenda) - de politieke elite als non-publiek, maar onderkennen wel een directe en onafhankelijke invloed van de media-agenda op de politieke agenda, waardoor de politieke elite - weliswaar gedeeltelijk - binnen een publieksarticulatie opgenomen wordt .

Op basis van het gegeneerde overzicht van de verschillende articulaties van het publieksconcept kan een model van het betekenisveld 'publiek' ontwikkeld worden. In dit model worden ten eerste de twee binaire opposities, die de literatuur over het televisiepubliek domineren, verruimd. De actief/passief dimensie wordt gecombineerd met de publiek/privaat dimensie, en de micro/macro dimensie wordt uitgebreid aan de hand van de gemeenschap/maatschappij (of Gemeinschaft/Gesellschaft) dimensie. Daarnaast maakt de invulling van micro/macro dimensie ook ruimte voor de incorporatie van een meso-niveau binnen deze dimensie. Tenslotte worden enkele articulaties van het publiek als non-publiek - met als belangrijkste voorbeeld de politieke elite - aan dit model toegevoegd.

## Overzicht van het betekenisveld publiek



### ■ BESLUIT

Met een analyse van het betekenisveld 'publiek' wordt in een eerste beweging de veelheid die schuilgaat achter deze term, nog verder vergroot, door het blootleggen van de dubbele dimensie achter de 'traditionele' actief/passief dimensie, door het integreren van de gemeenschap/maatschappij dimensie in de micro/macro dimensie, en door het opwaarderen van het bijna vergeten mesoniveau binnen deze micro/macro dimensie. Deze veelheid - zelfs zonder de in dit artikel geformuleerde aanvullingen - kan geen betere illustratie voor het theoretisch uitgangspunt van dit artikel vormen, waarbij het publiek gezien wordt als een zwevende betekenaar - overladen met

betekenis - die als knooppunt figureert in diverse discoursen met hegemonische ambities.

Dit uitgangspunt vormt niet alleen een (relatief) nieuwe invalshoek, waar de multiplicitéit aan publieksarticulaties voorop kan komen te staan; tegelijk ondersteunt deze analyse de vaststelling dat binnen het betekenisveld publiek effectief een aantal articulaties ondergewaardeerd of zelfs uitgesloten worden, terwijl andere articulaties enige mate van dominantie hebben verworven. Op basis van de vastgestelde onevenwichten rijst - vanuit een Foucauldiaanse traditie - de vraag naar de machtseffecten op (en van) de diverse discoursen, zonder dat hun overgedetermineerdheid uit het oog verloren mag worden. Omwille van deze machtseffecten is het niet voldoende om in een analyse - zoals McQuail (1997: 150) suggereert - duidelijk aan te geven 'what we mean by [audience] in a given instance', aangezien deze werkwijze niet genoeg rekening houdt met de diverse discoursen waarbinnen het concept 'publiek' geschakeld wordt. Het is een moeilijk houdbare positie om specifieke publieksarticulaties los te zien van de normativiteit en ideologie die bijvoorbeeld ook de democratische theorieën en de normatieve mediatheorieën kenmerkt, om vervolgens op zoek te gaan naar de 'ware aard van het publiek'.

Belangrijker dan deze zoektocht is de academische vraag naar het in kaart brengen van deze discursieve strijd, waarbij drie aandachtspunten geïdentificeerd kunnen worden:

- de manieren waarop de articulatie van het publiek binnen de verschillende discoursen over media en democratie als knooppunt functioneert,
- de aan- of afwezigheid van specifieke - al of niet gecombineerde of geperverteerde - publieksarticulaties bij specifieke actoren,
- de (machts- en verzets-)strategieën die de diverse actoren hanteren om specifieke publieksarticulaties naar de voorgrond te brengen, en andere articulaties naar de achtergrond te doen verdwijnen.

In een periode waarin volop gedacht wordt aan een nieuwe en verdiepte invulling van de democratische staat (zie bijvoorbeeld Held, 1987, maar ook Laclau & Mouffe, 1985), is vooral één onderzoekspiste te relevant om te negeren. Aangezien ook de media - en vooral de publieke omroepen - ook een rol te spelen hebben in deze vernieuwde invulling van de democratische staat (zie onder meer Keane, 1991, Curran, 1991/1997 en Rosen, 1994) rijst de vraag in welke manier de courante publieksarticulaties deze uitdieping van het democratiseringsproces in de weg staan. Een aanverwante vraag is waarom de politieke/publieke dimensies van het massamediale publiek (zoals het meso-niveau en de publieke dimensie) slechts zelden als een wezenlijk onderdeel van het publiek gedefinieerd worden?

## NOTEN

- 1 De focus van dit artikel ligt op de articulaties van het televisiepubliek. Binnen andere domeinen (waaronder ICT) kan natuurlijk een vergelijkbare analyse worden uitgevoerd, maar dit ligt buiten het bereik van dit artikel. Wanneer gebruikgemaakt wordt van de term 'publiek', wordt verwezen naar het 'televisiepubliek'.
- 2 In de laatste regels van 'Audience analysis' zal McQuail (1997: 150) zich wel expliciet uitspreken voor het behoud van de term 'publiek' en de rijke terminologie die daarachter verborgen ligt.
- 3 Aangezien een dergelijk betekenisveld alle elementen bevat die in potentie met het concept publiek gearticuleerd zouden kunnen worden, is het volledig in kaart brengen van het betekenisveld publiek een discours-theoretisch onhoudbaar uitgangspunt, dat het begrenzen van het onbegrensbare zou impliceren.
- 4 Thompson (1995) en Slater (1998) hebben gewezen op de complexe betekenis van de gehanteerde concepten 'publiek' en 'privaat'. Beiden stellen dat deze dimensie twee niveaus kent: enerzijds het onderscheid tussen het openbare/zichtbare en wat gezien wordt als onderdeel van de persoonlijke intimiteit, en anderzijds het onderscheid tussen het algemene en particuliere belang.
- 5 Held (1991: 21) stelt hier: 'citizenship [...] combines in rather unusual ways the public and social with the individual aspects of political life.'
- 6 Met dit laatste voorbeeld verwijst Schröder naar 'Reading the romance', waar Radway (1984) het lees- en interpretatiegedrag van een groep vrouwelijke lezers van romantische literatuur analyseert. Door hun concentratie rond een specifieke boekenwinkel in een Amerikaanse stad gaat deze sociale groep effectief gemeenschappelijke leesstrategieën en interpretatieve conventies hanteren.

## LITERATUURLIJST

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998) *Audiences: A sociological theory of performance and imagination*. London: Sage.
- Allor, M. (1988) 'Relocating the site of the audience', *Critical Studies in Mass Communication*, 5(3): 217-233.
- Ang, I. (1991) *Desperately seeking the audience*. London: Routledge.
- Biocca, F.A. (1988) 'The breakdown of the "canonical audience"', *Communication Yearbook*, (11): 127-132.
- Blumer, H. (1953) 'The mass, the public and public opinion', in B. Berelson & M. Janowitz (eds.) *Reader in public opinion and communication*. Glencoe, IL: Free Press.
- Carey, J.W. (1975) 'A cultural approach to communication', *Communication*, (2): 1-22.
- Carey, J.W. (1987) 'The press and public discourse', *Center Magazine*, (20): 4-16.
- Curran, J. (1991/1997) 'Rethinking the media as public sphere', in P. Dahlgren & C. Sparks (eds.) *Communication and citizenship*. London: Routledge.
- Dahlgren, P. (1998) 'Critique: Elusive audiences', in R. Dickinson, R. Harindranath, O. Linné (eds.) *Approaches to audiences*. London: Arnold.

- De Certeau, M. (1988) *The practice of everyday life*. London: University of California Press.
- DeFleur, M. (1966) *Theories of mass communication*. New York: David McKay.
- Fiske, J. (1987) *Television culture*. London: Methuen.
- Fiske, J. (1993) *Power plays/power works*. London: Verso.
- Gans, H. (1980) *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*. New York: Vintage Books.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. & Jackson-Beek, M. (1979) 'The demonstration of power: Violence profile No. 10', *Journal of Communication*, 29(3): 177-196.
- Habermas, J. (1984) 'The public sphere: An encyclopedia article (1964)', *New German Critique*, (Autumn): 49-55.
- Hall, S. (1980) 'Encoding/decoding', in S. Hall (ed.) *Culture, media, language. Working papers in cultural studies, 1972-79*. London: Hutchinson.
- Hall, S. (1981) 'Notes on deconstructing "The popular"', in R. Samuel (ed.) *People's history and socialist theory*. London: Routledge.
- Harré, R. (1981) 'Philosophical aspects of the macro-micro problem', in K. Knorr-Cetina & A. V. Cicourel (eds.) *Advances in social theory and methodology*. London: Routledge.
- Held, D. (1987) *Models of democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Held, D. (1991) 'Between state and civil society: Citizenship', in G. Andrews (ed.) *Citizenship*. London: Lawrence & Wishart.
- Hobson, D. (1982) *Crossroads: The drama of a soap opera*. London: Methuen.
- Jensen, K.B. & Rosengren, K.E. (1990) 'Five traditions in search of the audience', *European Journal of Communication*, 5: 207-238.
- Jensen, K.B. (1990) 'Television futures: A social action methodology for studying interpretative communities', *Critical Studies in Mass Communication*, 7(2): 1-18.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P.F. (1955) *Personal influence*. Glencoe: Free Press.
- Katz, E., Blumler, J. & Gurevitch M. (1974) 'Utilisation of mass communication by the individual', in J. Blumler & E. Katz (eds.) *The uses of mass communications: current perspectives on gratifications research*. London: Sage.
- Keane, J. (1991) *The media and democracy*. Cambridge: Polity press.
- Laclau, E. (1977) *Politics and ideology in Marxist theory: Capitalism, facism, populism*. London: New left books.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985) *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. London: Verso.
- Lefebvre, H. (1971) *Everyday life in the modern world*. London: Allen Lane and Penguin.
- Lewis, G.H. (1992) 'Who do you love? The dimensions of musical taste', in J. Lull (ed.) *Popular music and communication*. London: Sage.
- Livingstone, S. & Lunt, P. (1996) *Talk on television, audience participation and public debate*. London: Routledge.
- Livingstone, S. (1998) 'Relationships between media and audiences', in T. Liebes & J. Curran (eds.) *Media, ritual and identity*. London: Routledge.
- Martin-Barbero, J. (1993) *Communication, culture and hegemony: From the media to mediations*. London: Sage.

- Matta, F.R. (1981) 'A model for democratic communication', *Development Dialogue*, (2): 79-97.
- Matta, F. R. (1986) 'Alternative communication, solidarity and development in the face of transnational expansion', in R. Atwood & E.G. McAnany (eds.) *Communication and Latin American society: trends in critical research, 1960-1985*. Madison (Wis.): University of Wisconsin Press.
- McNair, B. (1998) *The sociology of journalism*. London: Arnold.
- McQuail, D. (1987/1994) *Mass communication theory: An introduction*. London: Sage.
- McQuail, D. (1997) *Audience analysis*. London: Sage.
- Moore, S. (1993 & 1996) *Interpreting audiences: The ethnography of media consumption*. London: Sage.
- Morley, D. (1980) *The nationwide audience*. London: British Film Institute.
- Morley, D. (1986) *Family television: Cultural power and domestic leisure*. London: Comedia.
- Nightingale, V. (1996) *Studying audiences: The shock of the real*. London: Routledge.
- Oger, E. (1995) *Jacques Derrida*. Kapellen & Kampen: Pelckmans & Kok Agora.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M. & Fiske, J. (1994) *Key concepts in communication and cultural studies*. London: Routledge.
- Palmgreen, P. & Rayburn, J. D. (1985) 'An expectancy-value approach to media gratifications', in J.E. Rosengren, P. Palmgreen & L. Wenner (eds.) *Media gratification research*. London: Sage.
- Pusic, E. (1998) 'Organization theory and participation', in F. Heller, E. Pusic, G. Strauss & B. Wilpert (eds.) *Organizational participation: Myth and reality*. New York: Oxford University Press.
- Radway, J. (1984) *Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill & London: University of North Carolina Press.
- Radway, J. (1988) 'Reception study: Ethnography and the problems of dispersed audiences and nomadic subjects', *Cultural Studies*, 2(3): 359-376.
- Renckstorf, K., McQuail, D. & Jankowski, N. (1996) *Media use as social action: A European approach to audience studies*. London: Libbey.
- Rogers, E. & Dearing, J. (1987) 'Agenda-setting research: Where has it been, where is it going?', *Communication Yearbook*, 14: 309-340.
- Rosen, J. (1994) 'Making things more public: On the political responsibility of the media intellectual', *Critical Studies in Mass Communication*, 11(4): 363-288.
- Schröder, K. (1994) 'Audience semiotics, interpretative communities and the "ethnographic turn" in media research', *Media, Culture and Society*, 16: 337-347.
- Servaes, J. (1987) *Media aid: Naar een 'ander' communicatie- en ontwikkelingsbeleid*. Leuven & Amersfoort: Acco.
- Servaes, J. (1989) *One world, multiple cultures: A new paradigm on communication for development*. Leuven & Amersfoort: Acco.
- Shannon, C. & Weaver, W. (1949) *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois press.
- Silverstone, R. (1991) 'From audiences to consumers: The household and the consumption of communication and information technologies', *European Journal of Communication*, 6: 135-154.

- Slater, D. (1998) 'Public/private', in C. Jenks (ed.) *Core sociological dichotomies*. London: Sage.
- Thompson, J.B. (1995) *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.
- Torring, J. (1999) *New theories of discourse: Laclau, Mouffe and Zizek*. Oxford: Blackwell.
- Walkerdine, V. (1986) 'Video replay: Families, films and fantasy', in J.D. Burgin & C. Kaplan (eds.) *Formations of fantasy*. London: Methuen.
- Webster, J.G. & Phalen, P.F. (1997) *The mass audience: Rediscovering the dominant model*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Williams, R. (1976) *Communications*. Harmondsworth: Penguin books.
- Zizek, S. (1989) *The sublime object of ideology*. London: Verso.

#### AUTEUR

Nico Carpentier is als assistent verbonden aan de Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen van de Universiteit Antwerpen – UIA.

# Een asociale beeldschermgeneratie?

## EEN EMPIRISCH ONDERZOEK NAAR DE ROL VAN DE MEDIA IN DE VRIJETIJDSEBESTEDING VAN A.S.O.- JONGEREN TUSSEN TWAALF EN VEERTIEN JAAR

Pauline van Aarle

### SAMENVATTING

De doelstelling van dit onderzoek is nagaan of we met een 'asociale beeldschermgeneratie' te maken hebben. Het begrip 'asociaal' wordt in de context van dit onderzoek gebruikt in de betekenis van 'in een sociaal isolement verkeren'. Hiermee bedoelen we dat jongeren de elektronische media als hun 'elektronische vriend' beschouwen en zich afzonderen van familie en vrienden. Twee vragen staan centraal: (1) Gaat de volledige vrijetijdsbesteding van de jongeren uit naar de elektronische media of hebben ze ook nog tijd voor lectuur? (2) Verkiezen jongeren het gezelschap van het beeldscherm boven menselijk contact? Uit de resultaten blijkt dat de elektronische media een belangrijke plaats innemen in het leven van de jongeren. De gedrukte media hebben een stap achteruit moeten zetten. We kunnen dus terecht spreken van een beeldschermgeneratie. Volgens onze definitie is 'de jeugd van tegenwoordig' echter niet asociaal: ze verkiezen het gezelschap van mensen boven dat van machines. Deze studie werd uitgevoerd bij 320 jongeren, jongens en meisjes, tussen 12 en 14 jaar.

Sleutelwoorden: mediagebruik, jongeren, vrijetijdsbesteding, loglineaire tabellenanalyse

Op basis van de literatuur omtrent de plaats die de elektronische media in de vrijetijdsbesteding van de jeugd innemen, zou men kunnen stellen dat de huidige generatie jongeren passief is, nauwelijks leest, enkel op beeld en geluid reageert en de voorkeur geeft aan het gezelschap van machines boven dat van mensen. Ongeveer 10 jaar geleden stelde Greenfield (1986: 14) de vraag of er zo'n generatie jongeren op komst was. In dit artikel nemen we deze vraag terug op. Wanneer men nagaat hoe het gedragspatroon van de jongeren de laatste jaren veranderd is, kan men zich afvragen of dit, zoals velen beweren, aan de relatief 'nieuwe media'<sup>1</sup> te wijten is.



De afgelopen 20 jaar heeft het medialandschap in België, zoals elders, enorme veranderingen ondergaan. Een hele reeks elektronische massamedia werden ontwikkeld en kwamen ter beschikking van het grote publiek. Dit verruimde aanbod heeft tot gevolg dat vandaag de dag elk individu zijn persoonlijk 'media-menu' kan samenstellen (Johnsson-Smaragdi, 1996: 97). Men kan zich de vraag stellen of mensen op gelijke wijze met de verschillende media omgaat, en of sommige media door deze overvloed in de verdrinking geraken.

Media komen tegemoet aan een aantal individuele behoeften, zoals bijvoorbeeld de behoefte aan ontspanning, informatie en tijdverdrijf. Voor vele mensen zijn ze niet meer weg te denken, omdat ze als een constante factor steeds op de achtergrond aanwezig zijn. Mogelijk hebben media ook een meer sociale functie. Televisiekijken bijvoorbeeld gebeurt vaak in gezinsverband, dit impliceert dat er heel wat sociale interacties kunnen optreden tijdens het tv-kijken (Van den Bergh & Van den Bulck, 1997: 60).

In het eerste deel van deze bijdrage worden enkele theorieën en onderzoeken over het gebruik van verschillende media voorgesteld. Op basis van deze studies werden hypothesen geformuleerd die aan de hand van een eigen onderzoek werden getoetst. De gebruikte onderzoeksmethode en de populatie worden in een tweede deel nader toegelicht. Ten slotte volgt een overzicht van de belangrijkste resultaten.

## ■ THEORIE EN ONDERZOEK IN VERBAND MET MEDIAGEBRUIK

### Socio-demografische variabelen

Een belangrijke vaststelling naar aanleiding van het onderzoek van Muijs en Roe (1997: 15, 42) omtrent mediagebruik en alfabetisme was dat jongens en meisjes op verschillende manieren met media omgaan. Over het algemeen zijn jongens meer met de elektronische media bezig en meisjes meer met de gedrukte media. Ook Van Lil (1989: 23) merkt op dat de picturale media (televisie en strips) meer door jongens worden gebruikt, terwijl de meer verbaal georiënteerde media (radio en boeken) op een grotere belangstelling van meisjes mogen rekenen. Het *geslacht* is dus een belangrijke factor ter verklaring van verschillen in mediagebruik.

Wat kan dit geslachtsverschil in het gebruik van de media verklaren? De resultaten van de studie van Van den Bergh en Van den Bulck (1998: 41) suggereren dat er naast de klassieke rolsocialisatie bovendien een specifieke

mediasocialisatie optreedt. Verschillende vormen van 'aanvaardbaar' media-gebruik worden de jongens en meisjes dus aangeleerd.

De *adolescentie*<sup>2</sup> is een turbulente periode waarin zeer onzekere jonge mensen met hun zelfbeeld en hun waarden worstelen. Ze zijn op zoek naar een aanvaardbaar evenwicht en een eigen identiteit. Het is een uiterst kwetsbare periode (Bryant & Rockwell, 1994: 185). Jongeren besteden veel vrije tijd aan de media (Van Lil, 1989: 23) en kiezen bewuster tussen boek, tv, computer of andere activiteiten (Heylen, 1996: 72).

In het kader van een studie naar de verschuivingen in het uitgaan en het gebruik van media sinds de jaren vijftig, ging Knulst (1989: 165, 177) na wat de rol van de *intellectuele competentie* hierbij is. Deze factor werd geoperationaliseerd als hoogte van het opleidingsniveau. Zijn analyse wees uit dat personen met een hoger opleidingsniveau meer tijd besteden aan lezen en minder aan televisiekijken. Volgens de achterliggende theorie beschikken hoger geschoolden over meer intellectuele vaardigheden (om te lezen) en meer alternatieve vermaaksmogelijkheden (om iets anders te doen dan tv-kijken).

## Gedrukte media in de verdrukking?

Sinds de jaren tachtig valt er een heropleving te constateren van het (cultuur)*pessimistisch* denken ten aanzien van lezen in het algemeen en van boeken lezen in het bijzonder. Vooral de televisiecultuur zou de rol van de gedrukte media hebben teruggedrongen; men spreekt al over de 'nieuwe analfabeten' (Van der Voort, 1990: 9). Knulst en Kraaykamp (1997: 131-132, 236) halen twee hoofdredenen aan waarom het lezen al een hele tijd zoveel aandacht heeft gekregen. Vooreerst argumenteren vooral hoger opgeleiden dat de verworvenheden van de westerse beschaving grotendeels in boeken ligt opgeslagen. Daarnaast betekent lezen het verwerven van kennis en de ontwikkeling van cognitieve vaardigheden.

Volgens een studie van Knulst en Kraaykamp (1996: 168-170), waarin de resultaten van tijdsbestedingsonderzoeken tussen 1955 en 1995 worden vergeleken, besteedt de jeugd tussen 12 en 18 jaar tegenwoordig het geringste percentage vrije uren aan het lezen (7%). In vergelijking met de totale bevolking (11%) is dit percentage niet zò laag. De leestijd is echter niet gelijk verdeeld over jongens en meisjes: meisjes besteden meer tijd aan het lezen en dit verschil is het grootst bij 12- tot 14-jarigen. Ghesquiere (1993: 92-93) komt in haar onderzoek naar het leesgedrag van Vlaamse jongeren tussen 9 en 15 jaar tot de vaststelling dat kinderen nog wèl tijd en ruimte

vinden om te lezen. Het lezen speelt een grotere rol in het vrijetijdspatroon van het jonge kind (8-12) dan in dat van de jongeren (12-15). Tevens kan men het bestaan van twee leesculturen niet ontkennen: meisjes lezen niet alleen meer dan jongens (cf. Bonfadelli, 1993: 245), ze houden ook van andere genres. Een Nederlands onderzoek van Van der Voort, Van Lil en Vooijs (1988: 383) toont aan dat meisjes meer tijd besteden aan het lezen van boeken en jongens aan het lezen van strips. Beentjes et al. (1998: 466-467) kwamen bovendien tot de bevinding dat meisjes ook meer tijdschriften en minder kranten lezen dan jongens.

## **Opmars van de elektronische media**

Tegenwoordig kan men een keuze maken uit een gamma van elektronische media. Bovendien bestaat er sinds het begin van de jaren zeventig een opmerkelijke kooplust met betrekking tot audiovisuele apparaten (Knulst & Kraaykamp, 1996: 52). De afgelopen 10 jaar is hier weinig verandering in gekomen. Een recent onderzoek van Roe bij duizend Vlaamse gezinnen toont aan dat vrijwel alle jongeren de beschikking hebben over een televisietoestel. In 35% van de gezinnen staat een computer en de helft beschikt over computerspellen. Sommige huisgezinnen (15%) hebben zelfs een aansluiting op het Internet (in HuB, 1999: 18).

Alhoewel de materiële en culturele veranderingen in de maatschappij iedereen aangaan, ongeacht de leeftijd, beïnvloeden deze veranderingen de verschillende leeftijdsgroepen op een andere manier. Bij de confrontatie met nieuwe fenomenen worden grote reactieverschillen vastgesteld tussen bijvoorbeeld een veertigjarige en een vierjarige. Op latere leeftijd staat deze nieuwigheid eerder in tegenstelling met de dingen waarmee je bent opgegroeid; wanneer je jong bent, is het enkel iets nieuws wat je moet leren. Terwijl jongeren zich thuis voelen in de huidige wereld, vinden ouderen het eerder moeilijk zich een weg te banen in een voor hen onbekende omgeving, vaak omdat hun kennis ontoereikend is (Mead, geciteerd in Werner, 1989: 35). Dit verklaart voor een groot deel de bezorgdheid van volwassenen in verband met de nieuwe media, terwijl jongeren hier minder problemen mee lijken te hebben. Onderzoekers spelen echter in op de bezorgdheid van volwassenen: vele studies over kinderen en media gaan over 'ill effects' (Van den Bergh & Van den Bulck, 1988: 27; Bonfadelli, 1993: 229; Buckingham, 1993: 10).

Ook al bestaat er onenigheid over de manier waarop televisie de kinderen beïnvloedt, niemand ontkent het feit dat ze veel kijken. De kijktijd verhoogt tijdens de kleuterjaren, daalt een beetje rond de leeftijd van 6 jaar, stijgt weer tot het einde van de lagere schoolleeftijd en daalt in de adolescentie

(Bryant, Huston & Zillmann, 1994: 6). De Media Generation-studie (1998: 52) heeft vastgesteld dat jongeren van 13 jaar en ouder gemiddeld 2 uur en 23 minuten per dag met televisie vullen. Een Nederlands onderzoek dat tien jaar geleden werd uitgevoerd bij kinderen tussen 6 en 16 jaar, kwam tot een gemiddelde kijktijd van bijna twee uur bij jongeren in de beginjaren van het middelbaar onderwijs. Op tien jaar tijd is de kijkduur dus toegenomen met een half uur. Een groot deel van hun vrije tijd, ongeveer één derde, wordt door dit medium in beslag genomen (Bonfadelli, 1993: 245).

De Media Geration-studie (1998: 33-34) kwam bovendien tot de vaststelling dat 26.6% van de ondervraagde jongeren een televisie op hun kamer hebben. Volgens dezelfde studie beschikt de helft over een computer thuis en staat deze in één geval op vier op hun kamer. Het onderzoek van Van Lil (1989: 22) toonde aan dat het computerbezit het grootst is in de hogere sociale milieus. Uitgesplitst naar type computer, komt de spelcomputer<sup>3</sup> vaker voor in lagere milieus, terwijl de personal computer eerder aangetroffen wordt in hogere milieus.

Net als bij de opkomst van elk nieuw medium, is er een morele paniek ontstaan over de gevolgen van de computer. De meeste onderzoeken naar de mogelijke positieve en negatieve effecten werden uitgevoerd in de Verenigde Staten en Engeland. In Amerikaans onderzoek wordt een duidelijk onderscheid gemaakt tussen computerspelletjes in speelautomaathallen en computerspelletjes die thuis worden gespeeld. Het spelen in speciaal daarvoor voorziene speelhallen is grotendeels ingehaald door het spelen thuis, en onderzoekers richten zich nu ook meer op de laatste categorie (Cunningham, 1995: 188, 192).

Het interactieve karakter van de computer trekt de jongeren aan: ze zijn actief bij het proces betrokken en bepalen meestal zelf wat er gaat gebeuren. De computer biedt jongeren tevens de mogelijkheid er samen gebruik van te maken (Valkenburg, 1997: 111-114). In hun onderzoek stelden Van Schie et al. (1996: 34) vast dat 68% van de bevroagde jongeren samen met anderen meestal video- of computerspelen speelt. Ook volgens een onderzoek dat Valkenburg (1997: 103) aanhaalt, speelt ongeveer twee derde van de kinderen meestal met anderen (vrienden, broers en zussen of andere familieleden).

In verschillende onderzoeken wordt aan de respondenten gevraagd waarvoor ze de computer meestal gebruiken (Media Generation-studie, 1998: 36; Beentjes, et al., 1998: 471; Van Lil, 1989: 23). Deze studies komen allemaal tot de vaststelling dat jongeren de computer het meest voor spelletjes gebruiken.

## Vergelijking tussen gedrukte en elektronische media

Wanneer een nieuw medium bij het grote publiek aanslaat, steekt de verdringingshypothese<sup>4</sup> de kop op. Bij de komst van de bioscoop en de radio maakte men zich zorgen over de leescultuur. Er is echter nooit aangetoond dat film of radio het lezen in de weg stond, terwijl dit bij de televisie wèl het geval is. Hierdoor is dit medium voor velen veel 'verderfelijker' dan de radio of bioscoop ooit zijn geweest (Van der Voort, 1990: 13). De verdringingshypothese is ondertussen ook al in verband gebracht met computerspelletjes. Lin en Lepper (1987) vonden dat het spelen van computerspelletjes met name bij jongens gepaard ging met een afname van het lezen van boeken (geciteerd in: Van Schie, et al., 1996: 29). Muijs en Roe (1998: 189) stelden in hun onderzoek vast dat 'zware computerspelers' (kinderen die meer dan twee uur per dag speelden) minder lazen dan de anderen.

## De plaats van de media in de vrijetijdsbesteding

Er is al heel wat onderzoek gedaan naar de plaats van de media in de vrijetijdsbesteding, aangezien deze media het grootste aandeel opeisen van de totale hoeveelheid vrije tijd. In 1985 besteedden de Nederlanders bijna 40% van hun vrije tijd aan het gebruik van media, zowel gedrukte als elektronische (Knulst & Kalmijn, 1988: 30). De hoeveelheid tijd besteed aan alle media samen komt in het onderzoek van Van Lil (1989: 14) voor 12- tot 16-jarigen op 37%. Aan het televisiekijken werd de meeste tijd besteed, gevolgd door spelen, uitgaan, lezen en sporten. Van Schie et al. (1996: 33) deden onderzoek bij 10- tot 14-jarigen: zij kwamen ongeveer tot eenzelfde volgorde, alleen kwam bij hen het sporten vòòr het lezen. Muijs en Roe (1997: 17) troffen sporten op de tweede plaats aan na het televisiekijken, gevolgd door muziek beluisteren, lezen en tekenen.

In bovenvermelde analyses wordt vooral gekeken naar wat men het *meest* doet in zijn vrije tijd. Veel onderzoek gaat echter uit van de vraag wat men het *lieftst* doet. Ghesquiere (1993: 9) trachtte te ontdekken op welke manier kinderen van 9 tot 15 jaar hun vrije tijd het liefst doorbrengen. Lezen, tv-kijken en sporten vormden de drie meest geliefde activiteiten. Ook Van Lil (1990: 15) heeft niet alleen gevraagd wat jongeren het meest doen in hun vrije tijd (cf. vorige paragraaf), maar bovendien wat ze het liefst doen. Hieruit bleek dat tv-kijken niet de meest favoriete activiteit van jongeren is: bij 12- tot 16-jarigen staat sportbeoefening nummer één, gevolgd door tv-kijken, spelen en lezen.

Uit dit hoofdstuk is gebleken dat de opkomst van massamedia veel opschudding heeft verwekt, en over sommige media bestaat die nog steeds. Er bestaat een wijdverspreide tendens om de media de schuld te geven van elke sociale 'ziekte', van verminderde schoolprestaties tot moreel verval. Slechts een kleine groep hemelt de voordelen van de massamedia op. Iedere keer als een nieuw medium wordt geïntroduceerd, zal de bezorgdheid van ouders en opvoeders weer worden opgerakeld. Van der Voort (1990: 4) meent dat er geen goede of verkeerde media bestaan: elektronische en gedrukte media hebben beide specifieke verdiensten en beperkingen. De ontwikkeling van een kind is echter wél gebaat bij een evenwichtig samengesteld activiteitenpatroon.

In deze studie willen wij nagaan hoe het gesteld is met het activiteitenpatroon van de huidige generatie: de omgang met de media bij A.S.O.-jongeren, jongens en meisjes, tussen 12 en 14 jaar. De keuze voor deze leeftijd is gebaseerd op het feit dat er betrekkelijk weinig onderzoek is gedaan bij deze leeftijdscategorie; men houdt zich vooral bezig met kinderen van lagere schoolleeftijd, in het bijzonder 10- tot 12-jarigen. Bovendien verandert in de adolescentie het mediagebruik aanzienlijk ten opzichte van de kindertijd. Deze jongeren maken minder gebruik van media die gericht zijn op het gezin (zoals de televisie of boeken), terwijl ze meer tijd besteden aan media die gericht zijn naar hun leeftijdsgenoten (bijvoorbeeld muziek) (Johnsson-Smaragdi, 1996: 99-100). Ze kiezen eveneens bewuster tussen boek, tv, computer of andere activiteiten (Heylen, 1996: 72).

De basishypothese van dit onderzoek is nagaan of we met een 'asociale beeldschermgeneratie' te maken hebben. Twee vragen stonden hierbij centraal:

1. Gaat de volledige vrijetijdsbesteding van de jongeren uit naar de elektronische media of hebben ze ook nog tijd voor lectuur?
2. Verkiezen jongeren het gezelschap van het beeldscherm boven dat van mensen?

Deze vraagstelling werd omgezet in de volgende 8 werkhypothesen:

- jongens lezen meer strips, meisjes meer boeken;
- jongeren die een eigen tv-toestel op hun kamer hebben staan, kijken meer tv;
- jongeren die veel tv-kijken, praten meer na dan jongeren die weinig kijken;
- jongens houden zich meer bezig met de elektronische media, meisjes met de gedrukte;
- de opkomst van de televisie en de computer heeft het lezen bij jongeren niet geheel verdrukt;

- de elektronische media belemmeren de omgang met leeftijdsgenoten en gezinsleden niet;
- de elektronische media nemen niet de belangrijkste plaats in in de favoriete vrijetijdsbestedingen van jongeren.

Vooraleer we overgaan tot de bespreking van de belangrijkste resultaten, wordt ingegaan op de gehanteerde methode en de samenstelling van de steekproef.

## ■ METHODOLOGIE EN STEEKPROEF

Het onderzoek gebeurde aan de hand van schriftelijke enquêtes die in de klas werden ingevuld. Om ervoor te zorgen dat de vragenlijst eenvoudig en duidelijk was, werd een proefenquête afgenomen bij een beperkt aantal jongeren. De respondenten waren leerlingen van de eerste graad van één Antwerpse middelbare A.S.O.-school. De keuze voor een bepaalde school en niet voor een selectie van individuele jongeren berust op het feit dat het op deze manier mogelijk was een grote groep jongeren van de gewenste leeftijd onder begeleiding de vragenlijst te laten invullen. In totaal werden 320 jongeren bevraagd: 176 uit het eerste jaar en 144 uit het tweede jaar (gemiddelde leeftijd 13 jaar). De jongens waren licht oververtegenwoordigd (59%) in verhouding tot dezelfde leeftijdsgroep van de Vlaamse bevolking (51.2%). De verdeling van de steekproef naar het beroep van de ouders laat de grootste vertekening zien: indien we het 'beroep van de vader' indelen in de categorieën 'hoofdarbeider' en 'handarbeider',<sup>5</sup> dan stellen we vast dat het merendeel (85.4%) in de eerste categorie valt. Bovendien troffen we een opmerkelijk hoog aantal werkende moeders aan. Het beroep van beide ouders toont aan dat de school gelegen is in een regio met een hoog opleidingsniveau. Een vergelijking tussen hoog- en laaggeschoolden was daarom niet mogelijk.

Het onderzoek beperkte zich tot een correlatieve studie: er werd nagegaan of, en in welke mate, er een relatie bestaat tussen twee of meer meetbare verschijnselen (bijvoorbeeld tussen weinig lezen en veel televisiekijken). De nadruk lag dus op de samenhang tussen variabelen en niet op causale verbanden: er wordt immers niets gezegd over de richting van de samenhang.

Voor de analyse van het empirisch materiaal is er gebruikgemaakt van een statistische techniek om multivariate tabellen te analyseren, namelijk de log-lineaire tabellenanalyse. Met deze techniek kan men zowel een bivariate als een multivariate analyse uitvoeren. Tevens kan men de significantie van

tweewegseffecten nagaan, terwijl de andere variabelen constant worden gehouden. Op deze wijze kunnen bovendien tegelijkertijd relaties tussen zeer veel variabelen geschat en op een redelijk eenvoudige manier worden geanalyseerd. Een ander voordeel van deze methode is de associatiemaat die gehanteerd wordt: de odds-ratio geeft niet alleen aan of er een verband is, maar geeft eveneens in begrijpelijke taal een idee over de sterkte van het verband; de chi<sup>2</sup>-toets biedt dit voordeel niet.

## ■ RESULTATEN

De bevindingen van het onderzoek betreffen: de gedrukte media, de elektronische media, een vergelijking tussen beide en de plaats van de media in de vrijetijdsbesteding van jongeren. Voor we overgaan tot een bespreking van de belangrijkste resultaten, willen we benadrukken dat de leeftijdsgroep over het algemeen als één geheel wordt beschouwd. Enkel wanneer er significante verschillen optreden, worden deze vermeld.

### De gedrukte media

Kan men bij jongeren tussen 12 en 14 jaar spreken over twee verschillende leesculturen? De antwoorden worden weergegeven in tabel 1.

Tabel 1: Samenhang tussen geslacht en lezen, gecontroleerd voor leeftijd

Geslacht*lezen	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Leeftijd <sup>6</sup>	0.1670	0.0000	
Meisjes <sup>7</sup> *weinig lezen	-0.3114	0.0000 <sup>8</sup>	0.29 (3.48)
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.2501		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0000		

Een eerste vaststelling bij de gedrukte media is dat er een sterke samenhang is tussen geslacht en lezen (odds-ratio = 3.48). Dit wijst erop dat meisjes over het algemeen meer lezen dan jongens, ongeacht hun leeftijd. Onze hypothese dat meisjes meer met de gedrukte media bezig zijn dan jongens, wordt hierdoor bevestigd. Deze bevinding komt zowel overeen met de Nederlandse studie van Van Lil (1989: 21), als met die van Bonfadelli (1993: 245) in Duitstalige landen.



Tabel 2: Samenhang tussen geslacht en verschillende vormen van lezen

Geslacht*lezen	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Meisjes	-0.2553	0.0052	
Weinig strips	0.3240	0.0000	
Weinig tijdschriften/kranten	0.8607	0.0000	
Weinig boeken	-0.2147	0.0007	
Meisjes*weinig strips	0.2183	0.0004	2.39
Meisjes*weinig tijdschriften/kranten	-0.0602	0.4693	0.79 (1.27)
Meisjes*weinig boeken	-0.2779	0.0000	0.33 (3.04)
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0129		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0000		

Gaat het vastgestelde verschil tussen jongens en meisjes op voor alle onderzochte lectuurvormen? Uit tabel 2 blijkt dat in deze steekproef jongens 2.39 keer meer kans hebben om veel strips te lezen dan meisjes (waarbij 'tijdschriften/kranten' en 'boeken lezen' constant werd gehouden). In eerder Nederlands en Engels onderzoek (Van der Voort, Van Lil & Vooijs, 1988: 383; Van Lil, 1989: 21; Beentjes, et al., 1998: 466) kwam men eveneens tot de conclusie dat jongens meer tijd uittrekken voor het lezen van strips dan meisjes. Van der Voort, Van Lil en Vooijs (1988: 386) geven als mogelijke verklaring voor de geringere belangstelling van meisjes voor strips aan dat dit met de aard van het aanbod kan samenhangen. Het stripboek is traditioneel - zowel wat betreft het geslacht van de hoofdpersonen, als de aan de orde gestelde thematiek (geweld) - meer op jongens afgestemd. Wat betreft het lezen van boeken zijn de meisjes dan weer in de meerderheid (odds-ratio = 3.04). Dit sterke verschil tussen beide geslachten komt overeen met de resultaten uit verschillende studies (Ghesquiere, 1993: 26; Muijs & Roe, 1997: 15; Beentjes, et al., 1998: 466). Van Lil (1989: 21) stelde in zijn onderzoek naar het mediagebruik van drie- tot en met zestien-jarigen vast dat meisjes bijna twee maal zoveel tijd besteden aan het lezen van boeken als jongens.

Ten slotte brachten we de verschillende leesfrequenties van deze drie lectuurvormen samen in kaart om een beter inzicht te krijgen in de mogelijke concurrentiestrijd tussen strips, tijdschriften/kranten en boeken.

Tabel 3: Samenhang tussen de verschillende gedrukte media

Gedrukte media	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Weinig strips	0.1249	0.1395	
Weinig tijdschriften/kranten	0.9217	0.0000	
Weinig boeken	-0.2725	0.0018	
Weinig strips*weinig tijdschriften/kranten	0.2240	0.0069	2.45
Weinig strips*weinig boeken	0.1079	0.0748	1.54
Weinig tijdschriften/kranten*weinig boeken	0.0979	0.2646	1.48
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.4561		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0075		

Meteen wordt duidelijk dat jongeren die veel strips lezen, ook veel tijd besteden aan het lezen van tijdschriften/kranten. De cijfers tonen een positief verband tussen het lezen van strips en het lezen van tijdschriften/kranten. Men kan hier echter geen uitspraak doen over de causale relatie tussen beide lectuurvormen. Welk van de twee gedrukte media een invloed uitoefent op het andere, dient dus voorwerp te zijn van verder onderzoek.

## De elektronische media

### Televisie

In dit onderdeel gaan we na in welke mate jongeren naar televisie kijken. Er werd hierbij een onderscheid gemaakt tussen het weekend en de doordeweekse dagen. In tabel 4 wordt weergegeven in welke mate de kijkduur van jongens verschilt van die van meisjes.

Tabel 4: Samenhang tussen geslacht en kijkduur<sup>9</sup>

Geslacht*kijkduur	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Meisjes	-0.2663	0.0000	
Weinig door de week	0.3654	0.0000	
Weinig in het weekend	0.1708	0.0033	
Meisjes*weinig door de week	0.1737	0.0054	2.00
Meisjes*weinig in het weekend	0.0970	0.0957	1.47
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0000		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0000		

Uit tabel 4 blijkt dat jongens door de week meer<sup>10</sup> tv-kijken dan meisjes. Deze trend zet zich in het weekend echter niet door. Van vrijdag- tot zon-

dagavond constateren we geen significant verschil tussen jongens en meisjes in de duur van het kijken. Dit staat in contrast met het onderzoek van Muijs en Roe bij 11- en 12-jarigen (1997: 10). Zij stelden enkel een verschil vast in de kijkduur in het weekend (jongens keken meer) en niet door de week. Dit zou betekenen dat er een radicale ommekeer plaatsvindt bij de overgang van de lagere naar de middelbare school. Zulke stelling dient men echter met de nodige voorzichtigheid te hanteren, omdat het model dat we vonden, niet significant is (prob = 0.0000).

We stelden vast dat 48 van de 320 jongeren (15%) een tv op hun kamer hebben. Heeft het persoonlijke bezit van een tv-toestel een invloed op het kijkgedrag? Het mogelijke verband tussen het geslacht van de jongeren, de kijkduur en de beschikking over een eigen toestel wordt in tabel 5a en 5b nagegaan.

Tabel 5a: Samenhang tussen geslacht, tv-kijken en tv op kamer

Geslacht*tv-kijken*tv op kamer	Significantie
Meisjes	0.0002
Weinig tv-kijken <sup>11</sup>	0.1067
TV op kamer	0.0000
Meisjes*weinig tv-kijken	0.0023
Meisjes*weinig tv op kamer	0.0143
Weinig tv-kijken*tv op kamer	0.3121
Meisjes*weinig tv-kijken*tv op kamer	0.1048
Gesatureerd model <sup>12</sup>	Log Likelihood Ratio: prob = .....
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0004

De cijfers tonen aan dat er een verband bestaat tussen zowel het geslacht van de jongeren, als de kijkduur en het al dan niet ter beschikking hebben van een eigen toestel. Deze tabel zegt echter nog niets over de richting en de grootte van beide verbanden. Hoe sterk deze relaties precies zijn, wordt in tabel 5b getoond. Voordat we naar deze tabel gaan kijken, kunnen we eerst nog een opmerkelijke vaststelling maken bij tabel 5a: er blijkt namelijk geen verband te bestaan tussen de kijkduur en het bezit van een tv-toestel op de kamer. Onze hypothese dat een tv op de kamer met zich meebrengt dat men meer gaat kijken, werd dus niet bevestigd.

Tabel 5b: Samenhang tussen geslacht, tv-kijken en tv op kamer

Geslacht*tv-kijken*tv op kamer	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Meisjes	-0.3556	0.0001	
Weinig tv-kijken	0.0757	0.1939	
TV op kamer	-0.9348	0.0000	
Meisjes*weinig tv-kijken	0.1920	0.0010	2.16
Meisjes*tv op kamer	-0.2081	0.0191	0.44 (2.30)
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.2106		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0004		

Zonder rekening te houden met het verschil tussen een dag in de week of in het weekend, stellen we vast dat jongens over het algemeen meer tijd besteden aan televisiekijken dan meisjes. Dit wordt in vele studies bevestigd (cf. Van den Bergh & Van den Bulck, 1997: 51; Van Lil, Vooijs & Van der Voort, 1988: 382; Van Lil, 1989: 16). Een tweede vaststelling die we kunnen doen, is dat jongens vaker een tv op de kamer hebben dan meisjes. Dit werd teruggevonden in de Media Generation-studie (1998: 34). Van den Bergh en Van den Bulck (1997: 51) gaven hun bevindingen in percentages weer: bijna 23% van de jongens en 15% van de meisjes heeft een televisie op de kamer. De werkhypothese dat jongens meer met de elektronische media bezig zijn dan meisjes, kan op basis van de voorgaande resultaten (in ieder geval voor de televisie) worden bevestigd. De belangstelling van jongens voor de computer zal in de volgende paragraaf worden onderzocht.

Zijn jongeren die veel tv-kijken, asociale individuen geworden? Het antwoord hierop zochten we in cijfers betreffende het samen kijken en het napraten. Wat betreft het samen naar de televisie kijken kwamen we tot de bevinding dat meisjes en twaalfjarigen meer met hun broer en/of zus kijken dan jongens en veertienjarigen. Het samen kijken hangt dus af van de leeftijd en het geslacht. Uit tabel 6 blijkt echter dat jongens en meisjes die veel tv-kijken met hun vader, ook veel met hun moeder kijken.

Uit de resultaten van het onderzoek bleek bovendien dat jongeren die veel televisiekijken, eveneens veel over de programma's napraten en dit vooral met hun vrienden. Voor hen biedt dit medium een onderwerp van gesprek, wat het tot een sociaal gebeuren maakt. Hoewel de meeste jongeren wel eens met hun ouders over de televisie praten, zien ze hen niet als de belangrijkste gesprekspartners. Aan hen vragen ze enkel uitleg. Voor het overige wordt er met leeftijdsgenoten over televisieprogramma's gepraat. We kunnen hier dus uit afleiden dat het televisiekijken over het algemeen een sociaal gebeuren is.

Tabel 6: Samenhang tussen met vader en met moeder televisiekijken, gecontroleerd voor geslacht

Met vader tv-kijken*met moeder tv kijken	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Meisjes	-0.1897	0.0009	
Met vader	0.5155	0.0000	
Met moeder	0.1319	0.1494	
Met vader*met moeder	0.8966	0.0000	36.10
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.7126		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0000		

### Computer

Op de vraag: 'Beschik je thuis over een computer?', antwoordden 298 jongeren (93.1%) positief. Dit komt exact overeen met het percentage dat Heylen (1996: 73) aantrof bij een steekproef van 147 jongeren tussen 12 en 18 jaar, eveneens in een A.S.O.-school. Toch zou men hier kunnen spreken van overrepresentatie, aangezien over het algemeen slechts één op drie Belgische huisgezinnen in het bezit is van een computer (Roox, 1999: 7). Een mogelijke verklaring voor dit hoge cijfer kan worden gevonden in het feit dat de school van het type A.S.O is, en hoofdzakelijk ouders met een hoog opleidingsniveau hun kinderen naar deze school laten gaan. Dit wordt bevestigd in het onderzoek van Muijs en Roe (1997: 13): kinderen van hoofdwerkers en van wie de ouders een hoger opleidingsniveau hebben, beschikken meer over een computer.

Om onze hypothese dat jongens meer met de elektronische media bezig zijn, te toetsen op het vlak van de computer, kruisen we het geslacht van de jongeren met het computeren. De onderzoeksresultaten worden weergegeven in tabel 7.

Tabel 7: Samenhang tussen geslacht en computeren

Geslacht*computeren	Significantie	Odds-ratio
Geslacht*computeren <sup>13</sup>	0.001	1.21

De cijfers wijzen uit dat er een uiteenlopende variatie bestaat binnen de 2 x 2-tabel van geslacht en computeren. De frequentie van het gebruik van de computer houdt dus verband met het geslacht van de ondervraagde personen: in deze steekproef werken jongens meer op de computer dan meisjes.

Dit bevestigt onze hypothese dat jongens meer met de computer bezig zijn dan meisjes. In verschillende studies treft men trouwens hetzelfde geslachtsverschil aan in computergebruik (cf. Muijs & Roe, 1997: 13; Van den Bergh & Van den Bulck, 1997: 51; X, 1998: 6-7; Beentjes, e.a., 1998: 467).

Uit de gegevens konden we ook afleiden dat jongeren de computer op de eerste plaats voor ludieke doeleinden gebruiken, namelijk computerspelletjes. Dit werd echter gevolgd door creatieve en educatieve toepassingen (zoals tekenen en huiswerk maken). Het internet kwam op de vierde plaats. De jongeren vulden deze lijst zelf nog aan met documentatie en informatie opzoeken, leren typen, programma's aanleren en brieven schrijven.

Net als bij de televisie werd de mogelijke sociale functie van de computer nagegaan. Jongens die de computer veel gebruiken, doen dit meestal samen met hun vrienden; meisjes werken minder vaak op de computer, maar ze doen dit meer met hun vader of broer en zus dan de jongens. Jongens en meisjes zoeken dus ander gezelschap op bij het gebruik van de computer, maar het belangrijkste is dat ze gezelschap opzoeken.

Ten slotte troffen we nog twee verbanden aan: twaalfjarigen gebruiken de computer meer met hun vrienden dan veertienjarigen; en jongeren die vaak met vrienden computeren, spelen ook veel computerspelletjes.

## Vergelijking tussen de elektronische media onderling

Tabel 8: Samenhang tussen kijkduur en computerbezit, en kijkduur en computeren

Elektronische media	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Weinig tv-kijken	0.0089	0.9369	
Computer hebben	0.7041	0.0000	
Weinig computeren	-0.4126	0.0000	
Weinig tv-kijken*computer hebben	0.0922	0.4415	1.45
Weinig tv-kijken*weinig computeren	0.1744	0.0066	2.01
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.9999		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0220		

De cijfers uit tabel 8 vertellen ons dat er geen significant verband bestaat tussen televisiekijken en het bezit van een computer. De intrede van de computer heeft dus geen deel van de kijkduur afgesnoept. Er werd wel een sterk verband gevonden tussen televisiekijken en computeren (odds-ratio =

2.01). Wanneer jongeren aan het ene medium veel tijd besteden, doen ze dit ook bij het andere medium.

De computer wordt, meer dan de televisie, gezien als een medium dat tot sociaal isolement kan leiden (Van Schie, et al., 1996: 30). Wanneer men de sociale context van het mediagebruik bestudeert, wordt meestal enkel nagegaan of de jongeren met hun ouders tijd besteden aan het medium of alleen.

Andere gezinsleden worden veelal buiten beschouwing gelaten (cf. Kubey & Larson, 1990: 124). We willen aan de hand van onze gegevens nagaan of er bij jongeren een verschil is tussen het gebruik van beide media met broer of zus.

Tabel 9: Samenhang tussen met broer en/of met zus tv-kijken en met broer en/of met zus computeren, gecontroleerd voor geslacht

Met broer/zus tv-kijken*met broer/zus computeren	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Meisjes	-0.1897	0.0009	
Weinig met broer/zus tv-kijken	-0.3208	0.0000	
Veel met broer/zus computeren	-0.4881	0.0000	
Weinig met broer/zus tv-kijken*veel met broer/zus computeren	-0.2354	0.0005	0.39 (2.56)
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0709		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0005		

Uit tabel 9 blijkt dat jongeren die veel met broer of zus tv-kijken, ook vaak met broer of zus computeren, ongeacht het geslacht.<sup>14</sup> Indien meisjes en jongens het gezelschap opzoeken van broer of zus, doen ze dit zowel bij de televisie als bij de computer. De sociale context van het mediagebruik moet dus ook voor het recentste medium worden uitgebreid met broer en zus. Aangezien het model zelf significant is (prob = 0.0709), mag er veel waarde worden gehecht aan deze associatie.

## Vergelijking tussen gedrukte en elektronische media

De spanning tussen de leescultuur en de beeldcultuur is een steeds terugkerend voorwerp van discussie. Zal het beeld de woordcultuur verdringen? Tot voor kort werd hier enkel het televisiekijken mee bedoeld, maar nu de computer in steeds meer huisgezinnen geïntegreerd is, moet deze discussie worden verruimd.

Volgens Muijs en Roe heeft de computer (1998: 189) een deel van de leestijd in beslag genomen. Onze eigen onderzoeksresultaten geven hierover echter geen uitsluitsel: tabel 10 toont dat er bij onze respondenten geen significant verband tussen lezen en computeren in het algemeen bestaat. Het feit dat Muijs en Roe wel een associatie aantreffen, zal wellicht te maken hebben met de verschillende begripsafbakening die gebruikt zijn: onze 'zware computergebruiker' diende slechts meer dan één uur per week de computer te gebruiken om tot deze klasse te behoren, terwijl dit bij Muijs en Roe twee uur was.

Tabel 10: Samenhang tussen gedrukte en elektronische media

Gedrukte*elektronische media	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Weinig lezen	-0.0762	0.3485	
Weinig tv-kijken	0.0096	0.8680	
TV op kamer	-0.8574	0.0000	
Weinig computeren	-0.2961	0.0000	
Weinig lezen*weinig tv-kijken	-0.1688	0.0033	0.51 (1.96)
Weinig lezen*tv op kamer	0.1500	0.0569	1.82
Weinig lezen*weinig computeren	-0.0392	0.5086	0.85 (1.17)
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.1167		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0073		

Tabel 10 toont verder dat jongeren die meer dan drie uur per dag televisiekijken, en jongeren die een tv-toestel op hun kamer hebben, weinig lezen. De aanwezigheid van televisie lijkt het lezen dus inderdaad te verdringen.

Tabel 11: Samenhang tussen gedrukte media en computerspelletjes spelen (n=298)<sup>15</sup>

Gedrukte media*computerspelletjes spelen	Parameter	Significantie	Odds-ratio
Weinig strips	0.2810	0.0021	
Weinig tijdschriften/kranten	0.8220	0.0000	
Weinig boeken	-0.3801	0.0006	
Veel computerspelletjes	0.9706	0.0000	
Weinig strips*veel computerspelletjes	-0.0460	0.6143	0.83 (1.20)
Weinig tijdschriften/kranten*veel computerspelletjes	0.1084	0.3758	1.54
Weinig boeken*veel computerspelletjes	0.2564	0.0213	2.79
Model	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0177		
Onafhankelijkheidsmodel	Log Likelihood Ratio: prob = 0.0049		



De gegevens uit tabel 11 vertellen ons dat van alle 12- tot 14-jarigen die thuis een computer hebben, de jongeren die veel computerspelletjes spelen, minder boeken lezen. Dit was het enige significante verband dat we terugvonden bij onze respondenten. Aangezien we geen causale analyse uitvoeren, kunnen we niet met zekerheid zeggen dat deze jongeren minder boeken lezen *omdat* ze veel computerspelletjes spelen. Het kan evengoed zijn dat er al weinig belangstelling voor het lezen bestond vòòr ze met computerspelletjes in aanraking kwamen.

Een tweede vaststelling is dat we niet kunnen zeggen dat jongeren die veel computerspelen spelen, ook veel strips lezen. Dit resultaat wijkt af van twee andere onderzoeken (Van Schie, et al., 1996: 34; Muijs & Roe, 1998: 189). Een verklaring hiervoor kan worden gevonden in het feit dat de interesse voor strips bij onze leeftijdsgroep kleiner is dan bij 10- en 11-jarigen. In overeenkomst met beide onderzoeken bleek er geen significant verband te bestaan tussen met de computer spelen en tijdschriften of kranten lezen. Zoals Muijs en Roe (1998: 189) hierover opmerken, ontstaat de belangstelling voor kranten en tijdschriften pas op latere leeftijd.

Opmerkelijk was wel dat zowel bij jongeren die veel computeren, als bij jongeren die niet veel computeren, jongens minder lezen dan meisjes. De verschillen tussen veel en weinig lezen kunnen dus eerder worden toegeschreven aan het geslacht dan aan het computergebruik.

Tot nu toe hebben we enkel vastgesteld wat jongeren het *meest* doen. In het deel dat nu volgt, wordt de laatste vraag van de enquête behandeld, namelijk: wat doen jongeren het *liefst* in hun vrije tijd? Ons inziens is deze vraag belangrijk (zelfs belangrijker), om vast te stellen of we inderdaad met een 'asociale beeldschermgeneratie' te maken hebben. Het begrip 'asociaal' wordt in de context van dit onderzoek gebruikt in de betekenis van 'in een sociaal isolement verkeren'. Hiermee bedoelen we dat jongeren de elektronische media als hun 'elektronische vriend beschouwen en zich afzonderen van familie en vrienden (cf. Van Schie, et al., 1996: 24).

## **De plaats van de media in de vrijetijdsbesteding**

Het is een vaststaand feit dat de media vandaag de dag wezenlijk deel uitmaken van het alledaagse leven van jongeren en dus een belangrijke invloed kunnen uitoefenen op hun gedrag. Heeft dit voor gevolg dat ze de voorkeur geven aan het gezelschap van machines boven dat van mensen? Onze hypothese was dat de elektronische media niet de belangrijkste plaats innemen in de favoriete vrijetijdsbestedingen van jongeren. Deze hypothese hebben we getoetst aan de hand van de vraag wat jongeren het liefst doen in hun vrije

tijd. Ze mochten vijf keuzes aanduiden uit elf verschillende mogelijkheden en hun voorkeur met een cijfer aangeven (1 doe ik het liefst, dan 2,...). In de meeste onderzoeken wordt enkel een lijst met eerste keuzen gegeven; wij hebben er echter voor gekozen om de eerste en tweede keuze te combineren.

Uit onze gegevens bleek dat de massamedia geen monopoliepositie innemen. Met vrienden optrekken en sporten vormt het duo vrijetijdsbezigheden dat door één vierde van de 12- tot 14-jarigen het liefst wordt beoefend. Bovendien komt 'vrienden' in 5 van de 7 duo's voor, en meestal op de eerste plaats. Dit resultaat sluit aan bij onderzoek in Duitstalige landen: een massa vrijetijds mogelijkheden die niets met de media te maken hebben, zoals sporten en omgaan met leeftijdsgenoten, concurreren hevig met de televisie. Dit medium wordt enkel gebruikt als laatste toevlucht (Bonfadelli, 1993: 243). Slechts 5% zijn echte 'mediafreaks': voor hen komen de computer en de televisie vooraan op hun lijst. Het is echter wel opvallend dat de computer vòòr de televisie komt; dit medium is dus echt in opgang. Dat blijkt ook uit het feit dat de computer drie keer vermeld wordt, terwijl de televisie maar twee keer in het lijstje voorkomt. Een andere vaststelling is dat het sporten duidelijk nog in trek is bij deze jongeren, waarmee we niet willen beweren dat ze dit ook voldoende beoefenen.

Maken we bij de favoriete vrijetijdsbezigheden een onderscheid tussen meisjes en jongens, dan blijken jongens vaker de volgende duo's als liefhebberijen te noemen: computer en televisie, vrienden en sport, en vrienden en muziek. Bij de eerste twee verbanden is de associatie (odds-ratio = 1.97 en 1.73) niet zo sterk, wat betekent dat het verschil tussen jongens en meisjes hier niet opmerkelijk groot is. We zien wel dat jongens vrienden en muziek duidelijk hoger waarderen dan meisjes (odds-ratio = 5.35). We moeten wel voorzichtig zijn met deze interpretaties, aangezien er meer jongens in onze steekproef zitten. Daar de absolute frequenties per categorie kleiner zijn, is er meer kans op vertekening.

We zijn ervan overtuigd dat de vraag naar hun favoriete vrijetijdsbezigheden het belangrijkste deel van het onderzoek is. Zoals uit de gegevens blijkt, verkiezen jongeren het gezelschap van mensen boven dat van machines. Onze hypothese werd bevestigd: de elektronische media nemen niet de belangrijkste plaats in in de favoriete vrijetijdsbestedingen van jongeren.

## ■ BESLUIT EN DISCUSSIE

Jongeren groeien eind van de jaren negentig op in een andere cultuurcontext dan hun ouders. Het medialandschap zag er enkele tientallen jaren geleden minder druk en minder opdringerig uit. Ouders en opvoeders vrezen dat de

media asociaal gedrag bevorderen, jongeren leeslui maken en in een passieve consumptiehouding drijven. Aan de hand van twee onderzoeksvragen gingen we na of we met een asociale beeldschermgeneratie te maken hebben: 1. Wordt de vrijetijdsbesteding van de jongeren gedomineerd door de elektronische media en/of hebben ze ook nog tijd voor lectuur? 2. Verkiezen jongeren het gezelschap van het beeldscherm boven menselijk contact?

De eerste vraag moeten we genuanceerd beantwoorden. Uit ons onderzoek bleek namelijk dat de elektronische media een groot deel van de vrije tijd van jongeren in beslag nemen, bij jongens meer dan bij meisjes. Men kan in dit opzicht dus wél van een beeldschermgeneratie spreken. Ze groeien op met deze nieuwe technologieën die deel uitmaken van de huidige beeldcultuur. Kan men van 'moderne' jongeren verlangen dat zij zich hier niet mee bezighouden? Wat de gedrukte media betreft: deze lijken, in vergelijking met 20 jaar geleden, een stapje achteruit te moeten zetten. De opkomst van de televisie en de computer heeft het lezen bij jongeren echter niet helemaal verdrukt, maar wel gedeeltelijk vervangen. De verdringingshypothese lijkt op te gaan in zoverre dat jongeren die veel tv-kijken of veel computerspelletjes spelen, minder boeken lezen. Het gebruik van de computer voor andere doeleinden houdt geen verband met het lezen, en jongens lezen gewoon minder dan meisjes (met uitzondering van strips).

Zitten de jongeren vastgekleusterd aan het beeldscherm van zowel de televisie als van de computer? Verkiezen zij deze eenzaamheid boven contacten met familie of vrienden? De tweede vraag wordt door onze onderzoeksresultaten ontkend: jongeren van 12 tot 14 jaar zetten hun vrienden bovenaan hun lijstje van favoriete vrijetijdsbesteding. De elektronische media belemmeren de omgang met leeftijdsgenoten en gezinsleden niet: jongeren van 12 tot 14 jaar kijken vaak met gezinsleden naar de televisie en werken (spelen) vaak met vrienden op de computer. Jongeren die veel tv-kijken, praten trouwens meer over tv-programma's na dan jongeren die weinig kijken. Bovendien kijken jongeren met een eigen tv-toestel op hun kamer niet mèèr tv dan de anderen. Ze verkiezen nog steeds het gezelschap van mensen boven dat van de machines. Volgens onze definitie zijn ze zeker niet asociaal. Uit ons onderzoek blijkt dat we wat betreft onze respondenten niet kunnen spreken over een 'asociale beeldschermgeneratie'.

Het belangrijkste besluit voor het toekomstig mediaonderzoek is dat de jongeren niet langer één homogene groep zijn. Dit betekent dat men de verschillende deelgroepen nauwkeurig zal moeten afbakenen. Aangezien het studieobject voortdurend verandert, blijft onderzoek naar de verdere evolutie een vereiste. Welk mediapatroon zal men over tien jaar aantreffen bij

jongeren van 12 tot 14 jaar? Het zou eveneens interessant zijn om onderzoek te verrichten in technische en beroepsscholen. De resultaten kunnen een vergelijking mogelijk maken van het mediagebruik bij verschillende sociale milieus. Veel onderzoek gaat immers uit van deze factor ter verklaring van verschillen in mediagebruik. Naar mijn weten is een vragenlijst zoals wij die hebben opgesteld, nog niet gehanteerd in een dergelijke context. Het dient aanbeveling om de ouders van de jongeren te betrekken bij het onderzoek. Een vergelijking van het mediagebruik van jong en oud zou wel eens tot verrassend(e) (gelijkaardige) resultaten kunnen leiden.

## NOTEN

- 1 Volgens Fauconnier (1990: 202) wordt de term 'nieuwe media' gehanteerd voor media ontstaan na de televisie, zoals bijvoorbeeld de computer. In dit artikel betrek ik ook het medium televisie. Daarom gebruik ik de term 'elektronische media'.
- 2 Over de afbakening van de leeftijdsgroep die onder de noemer 'adolescenten' valt, kan worden gediscussieerd. Volgens Diekstra is de adolescentie een periode die begint tussen het tiende en dertiende levensjaar en doorloopt tot een leeftijd van achttien tot vijfentwintig jaar. Zij deelt deze periode weer op in drie fasen. De respondenten van het hier besproken onderzoek vallen in de eerste fase van 'vroeg-adolescentie' (12-15 jaar) (geciteerd in Borremans, 1998: 21; zie ook Bonfadelli, 1993: 235). Bij de analyse zullen we de term 'adolescenten' gebruiken.
- 3 Een spelcomputer wordt op de televisie aangesloten om via cartridges (insteek-modules) videospelen met een joystick (soort versnellingspook) te spelen (Valkenburg, 1997: 100).
- 4 Deze theorie wordt ook de 'substitutietheorie' (Knulst, 1989: 31) of de 'media displacement theory' genoemd: wanneer nieuwe media meer aandacht opeisen, gaat dit steeds ten koste van andere media of activiteiten (Muijs & Roe, 1997: 2).
- 5 Ghesquiere (1993: 15) hanteerde deze indeling in haar onderzoek *Leesbeesten en kijkcijfers*.
- 6 Dit model is gecontroleerd op het enkelvoudig effect leeftijd. De odd hiervan werd niet berekend, aangezien dit geen enkele relevantie had voor de analyse.
- 7 De eerste categorie van geslacht is in dit onderzoek 'meisje'; de referentiecategorie is dus steeds 'jongen'.
- 8 De significante modellen en verbanden worden in 'italic' gezet, zodat deze duidelijker naar voren komen.
- 9 De kijkduur is de hoeveelheid tijd die per dag voor de televisie wordt doorgebracht.
- 10 Met 'meer' tv-kijken wordt hier 'meer dan twee uur per dag' bedoeld.
- 11 Deze variabele is berekend door middel van een gewogen gemiddelde van de kijkduur in het weekend en op een doordeweekse dag.  
$$\text{Tv-kijken} = (\text{door-de-week} \times 4) + (\text{in het weekend} \times 3) / 7.$$
- 12 Van een gesatureerd model kan de probabiteit niet worden berekend, aangezien alle variabelen mee in het model worden opgenomen.

- 13 Deze continue variabele werd ingedeeld in de twee categorieën 'weinig' en 'veel', 'weinig' betekent niet meer dan 1 uur per week.
- 14 Het driewegeseffect geslacht, met broer/zus tv-kijken en met broer/zus computeren hebben we getest, maar dit model bleek niet significant.
- 15 In deze tabel bestaat de steekproef enkel uit jongeren die thuis een computer ter beschikking hebben.

#### LITERATUURLIJST

- Beentjes, W.J., et al. (1998) 'Young people's ownership and uses of new and old forms of media in Britain and the Netherlands', *European Journal of Communication*, 13(4): 457-477.
- Bonfadelli, H. (1993) 'Adolescent media use in a changing media environment', *European Journal of Communication*, 8: 225-256.
- Borremans, T. (1998) 'De houding van jongeren tegenover reclame: Een onderzoek bij Vlaamse jongeren van 15 tot 20 jaar', *Communicatie*, 27(2): 17-43.
- Bryant, J., Huston, A.C. & Zillmann, D. (1994) 'Media influence, public policy, and the family', pp. 3-18 in J. Bryant, A.C. Huston & D. Zillmann (eds) *Media, children and the family: Social scientific, psychodynamic and clinical perspectives*. Hillsdale (New Jersey): Lawrence Erlbaum.
- Bryant, J. & Rockwell, S.C. (1994) 'Effects of massive exposure to sexually oriented prime-time television programming on adolescents' moral judgement', pp. 183-195 in J. Bryant, A.C. Huston & D. Zillmann (eds) *Media, children and the family: Social scientific, psychodynamic and clinical perspectives*. Hillsdale (New Jersey): Lawrence Erlbaum.
- Buckingham, D. (1993) *Children talking television: The making of television literacy*. London: The Falmer Press.
- Cunningham, H. (1995) 'Moral combat and computer game girls', pp. 188-200 in C. Bazalgette & D. Buckingham (eds.) *In front of the children: Screen entertainment and young audiences*. London: BFI Publishing.
- Fauconnier, G. (1990) *Mens en media*. Leuven & Apeldoorn: Garant.
- Ghesquiere, R. (1993) *Leesbeesten en kijkcijfers: Onderzoek naar het leesgedrag van Vlaamse jongeren tussen 9 en 15 jaar*. Apeldoorn: Altoria-Averbode.
- Greenfield, P.M. (1996) *Beeldbuis kinderen: Over de effecten van televisie, computers en computerspellen*. Nijkerk: Uitgeverij Intro.
- Heylen, I. (1996) *Op weg naar virtuele realiteit: Video- en computerspellen, hun evolutie en hun impact op jongeren in opvoeding en gezondheid*. Licentiaatsverhandeling Politieke en Sociale Wetenschappen, U. Antwerpen.
- HuB (1999) 'Meer kinderkamers met tv', *De Standaard*, 22 april: 18.
- IP BELGIUM (1998) *Media Generation 6-18. National Youth Survey*. Brussel: IP Pers.
- Johnsson-Smaragdi, U. (1996) 'Models of change and stability in adolescents' media use' pp. 97-130 in K.E. Rosengren (ed.) *Media effects and beyond: Culture, socialization and lifestyles*. London: Routledge.
- Knulst, W. & Kalmijn, M. (1988) *Van woord naar beeld? Onderzoek naar de verschuivingen in de tijdsbesteding aan de media in de periode 1975-1985*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.

- Knulst, W. (1989) *Van vaudeville tot video: Een empirisch-theoretische studie naar verschuivingen in het uitgaan en het gebruik van media sinds de jaren vijftig*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Knulst, W. & Kraaykamp, G. (1996) *Leesgewoonten: Een halve eeuw onderzoek naar het lezen en zijn belagers*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Knulst, W. & Kraaykamp, G. (1997) 'The decline of reading: Leisure reading trends in the Netherlands (1955-1995)', *Journal of Social Sciences*, 33(2): 130-150.
- Kubey R. & Larson, R. (1990) 'The use and experience of the new video media among children and young adolescents', *Communication Research*, 17(1): 107-130.
- N.I.S. (1998) *Totale en Belgische bevolking op 1-1-1998*. Brussel: N.I.S.
- Muijs, R.D. & Roe, K. (1997) *Literacy in the media age: Results from the third wave of a longitudinal study of children's media use and educational achievement*. Leuven: Department of Communication Science.
- Muijs, D. & Roe, K. (1998) 'Children and computer games: A profile of the heavy user', *European Journal of Communication*, 13(2): 181-200.
- Valkenburg, P. (1997) *Vierkante ogen: Opgroeien met tv en pc*. Amsterdam: Balans.
- Van den Bergh, B. & Van den Bulck, J. (1997) 'Kan de tv wat stiller, ik wil mijn boek lezen!', pp. 46-60 *De mythes van de media: Een conferentie over kind, gezin en media*. Brussel: Verslagboek zesde Vlaamse Gezinsconferentie.
- Van den Bergh, B. & Van den Bulck, J. (1998) 'De invloed van communicatiepatronen in het gezin op mediagebruik: Een onderzoek bij 10- en 11-jarigen', *Massacommunicatie*, 27(4): 27-45.
- Van der Voort, T.H.A. (1990) 'Televisie en lezen', *Massacommunicatie*, 18(1): 3-21.
- Van Lil, J.E. (1989) 'Het mediagebruik van drie- tot en met zestienjarigen: Een tijdsbestedingsonderzoek', *Massacommunicatie*, 17: 10-25.
- Van Lil, J.E., Van Der Voort, T.H.A. & Vooijs, M.W. (1988) 'Het verband tussen televisiekijken en vrijetijds-lezen: Een dwarsdoorsnedestudie', *Pedagogische Studiën*, 65(10): 377-389.
- Van Schie, E., et al. (1996) 'Speelfrequentie, vrijetijdsbesteding en sociale integratie bij computerspelen' *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*, 24: 29-39.
- Werner, A. (1989) 'Television and age-related differences: A contribution to the debate on the "disappearance of childhood"', *European Journal of Communication*, 4: 33-50.
- Roox, G. (1999) 'Overleven in de informatie-jungle', *DS Magazine* (bijlage van *De Standaard*), 7(11): 4-7.
- X (1998) 'Page up, page down', *Ketnetkrant* (bijlage van *Gazet van Antwerpen*), 29 november: 6-7.

#### AUTEUR

Pauline van Aarle is licentiaat in de communicatiewetenschappen, U.Antwerpen. Dit artikel is gebaseerd op haar verhandeling *Een asociale beeldschermgeneratie? Een empirisch onderzoek naar de rol van de media in de vrijetijdsbesteding van A.S.O.-jongeren tussen twaalf en veertien jaar*, juli 1999.

## Boekbesprekingen

T. GROENSTEEN,  
**Système de la bande dessinée.**  
Paris, PUF, 1999, 207 blz.

Groensteen opent *Système de la bande dessinée* met de bespreking van een aantal vaak geopperde opvattingen als zou de strip een semiotisch systeem zijn dat gebaseerd is op kleine betekenisvolle eenheden (cf. onze taal) en als zou de strip een specifieke combinatie zijn van linguïstische en visuele codes. Terecht rekent de auteur definitief af met deze toch al belegen ideeën. Voor Groensteen zijn de beelden trouwens belangrijker dan de teksten. Zijn studie spitst zich voornamelijk toe op de relaties tussen de plaatjes van een strip.

Het eerste hoofdstuk over het gebruik van de ruimte in de strip is het langste van het boek. Het is dan ook de meest uitgewerkte en onderbouwde analyse die daarover ooit gepubliceerd is. Groensteen bespreekt achtereenvolgens: de marges en de (witte) tussenruimtes, het kader van de plaatjes, de strook, de tekstballonnen, de plaatjes in plaatjes en plaatindelingen.

In het tweede hoofdstuk gaat Groensteen aan hoe relaties gelegd worden tussen de plaatjes van een verhalende sequens. De auteur laat uitschijnen dat er verschillende soorten van verhalende strategieën bestaan, zonder ze precies te definiëren. In tegenstelling tot zijn grondige analyse van het ruimtegebruik blijft hij hier wat op de vlakte. Groensteen wil vooral uitleggen hoe een lezer een afzonderlijke plaat begrijpt aan de hand van sequensen uit drie verschillende strips (*Alack Sinner*, *Corentin* en *Jojo*).

Tenslotte wijdt Groensteen nog een kort hoofdstuk aan de 'verweving' ('tressage' in het Frans). Het is een bijkomstige structurering, die 'series' opzet binnen een verhalende sequens. Die 'series' zijn niet noodzakelijk voor het goed begrijpen van het ver-

haal, maar ze bieden de lezer een extraatje aan, een supplementaire relatie. De lezer wordt uitgenodigd om voor- en achteruit te bladeren, op zoek naar speciale verbanden tussen uiteenliggende plaatjes.

Groensteen betreft in zijn erudiete analyse zowel de mainstream strips als de meest experimentele strips, wat zeker een pluspunt is. Er zijn echter slechts 16 illustraties afgedrukt en dat is toch wel weinig voor een boek van zo'n 200 bladzijden.

Het betoog van Groensteen is helder en systematisch. Hoewel *Système de la bande dessinée* een aantal belangrijke zaken (als tekenstijlen en grote verhaalstructuren) onderbelicht, is dit boek zonder twijfel een uitermate belangrijke aanvulling bij de bestaande theoretische literatuur over strips.

P.L.

S. BRUZZI,  
**New documentary: A critical introduction.**  
London, Routledge, 2000, 199 blz.

*New documentary* is een prima basiswerk voor wie zich wil verdiepen in de documentaire als genre. Doordat gefocust wordt op de documentaires van de jaren '90 wijkt Bruzzi af van de bewandelde paden. Toch verzorgt zij in de eerste twee hoofdstukken, die de *new documentary* moeten inleiden, een mooie theoretische en historische introductie. Meteen wordt ook de centrale polemiek rond het documentaire genre geponeerd: welke realiteitswaarde dient toegekend te worden aan de documentaire, een genre dat zich situeert tussen objectieve waarneming en subjectieve selectie en commentaar? De uiteinden van beide polen worden toegelicht aan de hand van welgekozen voorbeelden, respectievelijk de 'Zap-

*ruder film*' van de moord op J.F.K. en o.a. Epsteins *The times of Harvey Milk*.

In een tweede deel behandelt Bruzzi de Amerikaanse *direct cinema* en de invloed hiervan op de zogenaamde *docusoaps* als *Hotel en The cruise* en *documentary journeys* als *London* en *Shoah*.

Via het begrip *performance* dringt de auteur in het derde deel door tot de essentie van de polemiek rond de subjectiviteit/objectiviteit van de documentaire. Door twee korte studies *The president and the image* en *The performative documentary* belicht zij verschillende mogelijke benaderingswijze van de verhouding documentaire – *performance* - realiteit.

L.E.

S. PRINCE,

**The warrior's camera: The cinema of Akira Kurosawa.**

Princeton, Princeton University Press, 1999, 417 blz.

In *The warrior's camera* geeft Prince een overzicht van het leven en werk van de Japanse cineast Akira Kurosawa. Hij linkt het oeuvre zowel aan de traditionele fundamenteën als aan de contemporaine evoluties van de Japanse maatschappij. Hierbij wordt zowel aandacht besteed aan inhoudelijke en formele elementen als aan de dialectische relatie van de films met de maatschappelijke context.

Het boek deelt Kurosawa's oeuvre in in vier stadia. In een eerste deel wordt zijn vroege werk belicht, vervolgens wordt aangetoond hoe Kurosawa's politiek en sociaal engagement concreet vorm krijgt in een erg persoonlijke filmtaal. De periode 1970-1985 wordt toegelicht in het derde deel waarin Prince een nieuw licht werpt op deze films, die vaak ten onrechte pessimistisch genoemd worden. Kurosawa's laatste films worden belicht in het vierde deel waarin vooral zijn psychologische verwerking van het verouderingsproces en zijn bekommernis om zijn artistieke erfenis kernpunten zijn. Hoewel *The warrior's camera* qua opbouw chronologisch is, verschaft het boek duidelijk inzicht in de samenhang van het oeuvre. Door een op-

eenstapeling van betekenissen doorheen het oeuvre staft Prince het auteurschap van Akira Kurosawa

In deze hernieuwde editie voegt de auteur twee hoofdstukken toe aan de uitgave van 1991. Ten eerste plaatst hij Kurosawa in de westerse en Japanse filmgeschiedenis. Ten tweede geeft hij de verwevenheid van beiden aan door de invloed te schetsen van Kurosawa op het werk van hedendaagse cineasten als Martin Scorsese, George Lucas en Steven Spielberg.

L.E.

J. LULL,

**Media, communication, culture: A global approach.**

Cambridge, Polity Press, 2000, 308 blz.

Lull is een van de weinige schrijvers in het communicatiewetenschappelijke veld die een zeer eigen stijl en zeer persoonlijke inzichten combineert, wat zijn boeken uiterst leesbaar en leerrijk maakt. De ondertitel van *Media, communication, culture* is enigszins misleidend. Hoewel er, vooral naar het einde toe, uitgebreid aandacht is voor globalisering en ermee samenhangende aspecten, is dit boek, zoals de ondertitel zegt, vooral een tekst over de studie van cultuur en communicatie. De hoeveelheid en verscheidenheid aan thema's die ter sprake komen, is duizelingwekkend en Lull slaagt er in heel wat originele ideeën naar voor te brengen. Toch is deze verscheidenheid meteen ook een zwak punt: het boek lijkt wel een geannoteerde index voor een veel dikker boek dat al deze aspecten uitgebreider, en dus diepgaander, behandelt. Anderzijds wordt het boek toegankelijk gemaakt door verschillende toepassingen op concrete, recente voorbeelden, die, zoals tegenwoordig de mode lijkt te zijn, in aparte 'dozen' (boxes) worden afgedrukt. Samengevat: een interessante en gevarieerde inleiding van een bekende naam. De lezer die specifieke inzichten zoekt, blijft wel op zijn honger zitten.

J.V.d.B.



A.N. GRECO (ed.),

**The media and entertainment industries.**

Boston, Allyn & Bacon, 2000, 279 blz.

*The media and entertainment industries* beschrijft de basiskenmerken van de hedendaagse Amerikaanse media-industrie. Elk hoofdstuk is gewijd aan een aparte mediasector. Naast de gedrukte media (boeken, tijdschriften en dagbladen) en de audiovisuele industrie (de muziek-, film-, radio- en televisie-industrie), komen ook de nieuwe media (o.m. het Internet) aan bod. Telkens weer gaat de aandacht uit naar economische basisgegevens - bv. verkoopcijfers en markt-aandelen - voor de desbetreffende sector. Die data worden meestal gepresenteerd in tabelvorm. Daarnaast wordt melding gemaakt van de voornaamste actoren per media-industrietak. Doordat *The media and entertainment industries* zich concentreert op actueel cijfermateriaal voor de afzonderlijke mediasectoren in de Verenigde Staten, mist het evenwel wat diepgang. De meeste auteurs beperken zich tot een beschrijving van actuele trends; zij besteden m.a.w. weinig aandacht aan de duiding van die evoluties. De technologische, economische, politieke en socio-culturele invloeden op de werking, structuur en organisatie van de media worden dus onderbelicht. De typische structuur van het boek (dat opgedeeld is per mediasector), heeft er eveneens voor gezorgd dat een belangrijke tendens in het huidige medialandschap, nl. die van de intermediale vervlechting, (haast) onbesproken blijft. Samenvattend kan men stellen dat het boek een uitstekende bron is voor wie op zoek is naar actueel cijfermateriaal over de Amerikaanse media-industrie. Wie ook een diepgaand inzicht wil verwerven in de gepresenteerde tendensen, zal echter bijkomende literatuur moeten raadplegen.

H.V.

J.P. EVERAERTS,

**De film in België, een permanente revolutie.**

Brussel, Mediadoc, 2000, 303 blz.

In het omvattend werk *De film in België* geeft auteur Everaerts een overzicht van de Belgische film vanaf haar beginjaren tot en met de meest recente evoluties (deel 1 - 3). Hij besteedt hierbij niet alleen aandacht aan de speelfilm, maar ook animatiefilms en documentaires worden in een historisch maatschappelijk perspectief geplaatst. De auteur behandelt zowel de filmproductie, als de structuur en de moeilijkheden van de Belgische distributie- en vertoningssector. De opzet van *De film in België* is dus op zijn minst ambitieus te noemen. Daarenboven exploreert elk hoofdstuk de impact van Belgische maatschappelijke problematieken (bv. de verhouding tussen Vlaanderen en Wallonië en het daaruit voortvloeiende tweesporenbeleid, sociale onrusten en meer recent de opkomst van extreem rechtse partijen) op de filmindustrie. De auteur wijst de lezer niet alleen op problemen en gemiste kansen, maar geeft ook herhaaldelijk alternatieven en oplossingen aan. In een laatste deel stelt Everaerts de vraag naar de karakteristieken van de Belgische film en de bestaansmogelijkheden voor de Vlaamse en Waalse film binnen dit kader. De uitgebreide bibliografie is een welkom hulpmiddel voor studenten en vorsers die zich in de Belgische film willen verdiepen. Door zijn engagement en passie voor het onderwerp levert de auteur veel meer af dan louter een overzichtswerk van de Belgische film. *De film in België* is een mooi beginpunt voor verdere reflectie over de films die in België gemaakt worden en de manier waarop dit gebeurt.

L.E.

## Abstracts

### **The televised political debate, a gladiatorial contest in miniature: Relational control between debating politicians**

David Gelders

This article analyzes the control patterns in televised political debates. The modified three digit model of Ericson and Rogers (1973) is used to examine the relational control between debating politicians on television. The case study (2 Flemish telecasts, 3 independent codings) reveals that competitive symmetric behaviour is the most important control pattern, while complementarity, neutralized or submissive symmetries are of little consequence. These findings support the current thesis that important televised political debates are characterized by a high degree of competition and a strong desire to dominate.

Key words: televised political debate, relational control, dominance, control pattern, competitive interaction

### **The identity of television audience: Towards the articulation of the television audience as a discursive loaded semantic field**

Nico Carpentier

The multiple meaning of the concept of 'audience' allows for a definition of this concept as a 'floating signifier' within a discursive context. On the basis of methodologies derived from Derrida's deconstructionism, an attempt is made to map the semantic field of 'audience' through the analysis of four domains: active/passive, public/private, micro/macro and Gemeinschaft/Gesellschaft. This strategy leads to the development of a model of the reservoir of significations from which one draws for the articulation of the concept of 'audience'. This model allows for new questions about the dominance and absence of some audience articulations.

Key words: discourse theory, audience, deconstruction, television

### **An anti-social screen-generation? An empirical investigation into the role of the media in the use of leisure time among twelve- to fourteen-year-old students of A.S.O.-schools**

Pauline van Aarle

The purpose of this research is to investigate whether we are dealing with an 'anti-social screen-generation'. In the context of this investigation, the concept 'anti-social' refers to social isolation resulting from the fact that young people consider the electronic media as their 'electronic friend' and isolate themselves from their family and friends. There are two main questions: 1) Do young people spend all of their leisure time on electronic media or do they still have time for printed media? 2) Do young people prefer the company of the computer screen to human contact? The results show that the electronic media play an important role in the life of young people, and that printed media had to take a step back, which justifies the use of the term 'screen-generation'. However 'today's youngsters' are not anti-social according to our definition: they prefer the company of people above that of machines. This study was conducted among 320 young people, boys and girls, between 12 and 14 years old.

Key words: media use, youngsters, leisure time, loglinear analysis

*Communicatie* is een wetenschappelijk tijdschrift dat bijdragen publiceert over alle vormen, niveaus en aspecten van de menselijke communicatie, benaderd vanuit een diversiteit aan theoretische en methodologische invalshoeken. *Communicatie* neemt, hetzij onder de vorm van een artikel (10 à 15 blz.) of als een kort onderzoeksverslag (3 à 5 blz.), theoretische bijdragen, verslagen van empirisch onderzoek, en literatuurreviews op. Verder is er een rubriek met korte boekbesprekingen en een rubriek 'Standpunten', waarin gereflecteerd of gepolemiseerd kan worden over actuele feiten en problemen uit de wereld van de communicatie.

Manuscripten die als artikelen worden ingezonden, worden aan een dubbel-blinde beoordelingsprocedure onderworpen en dienen, in het Nederlands en het Engels, vergezeld te zijn van een samenvatting (max. 10 lijnen) en 3 à 5 sleutelbegrippen.

Manuscripten dienen het redactiesecretariaat te bereiken zowel in geprinte vorm als op diskette in Word.

Het manuscript dient op een redelijke manier gestructureerd te worden in onderdelen, die niet genummerd worden, maar wel van tussentitels worden voorzien. Citaten dienen aangeduid te worden met enkele aanhalingstekens, citaten in citaten met dubbele. Langere citaten worden opgenomen zonder aanhalingstekens en dienen van de rest van de tekst geïsoleerd te worden door middel van tussenwit. Voetnoten worden doorgenummerd en krijgen een korte titel. Grafieken, figuren, modellen en andere illustraties (b.v. foto's) moeten fotografisch overgenomen kunnen worden.

Geciteerde auteurs en hun werk worden in de tekst als volgt opgenomen: Langer (1981:365) stelt dat ...; of: ... zoals door verschillende auteurs wordt opgemerkt (Connel & Curti, 1985:106; Altheide & Snow, 1991:46-47). De letters a, b, c ... worden gebruikt om de verschillende werken aan te duiden die eenzelfde auteur gedurende hetzelfde jaar heeft gepubliceerd, b.v. (Fiske, 1992a, 1992b). Gebruik 'et al.' wanneer een werk geciteerd wordt van meer dan twee auteurs, b.v. Leiss et al. (1990).

Alle geciteerde werken dienen achteraan, na de noten en onder de titel LITERATUURLIJST, alfabetisch gerangschikt te worden, waarbij bij boeken, indien nodig, het volume en bij tijdschriftartikels de jaargang en tussen haakjes het nummer van het tijdschrift worden vermeld.

Het verwijzen naar *Internetbronnen* gebeurt op volgende manier:

Auteur(s) (datum publicatie) 'titel document' in *titel elektronische publicatie* [WWW]. Product/uitgever website: URL [datum raadpleging op het Internet].

*E-mailberichten* dienen als volgt vermeld te worden:

Naam verzender (e-mail-adres verzender) (datum verzending) 'titel e-mail bericht' [e-mail] voor Naam ontvanger (e-mail-adres ontvanger).

Altheide, D.L. & Snow, R.P. (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.

Clark, K. (1998/06/21) *The New Political Order* [WWW]. Sage Electronic Publications: [gopher://gopher.uidaho.edu/11/IU\\_gopher/library.html](http://gopher.uidaho.edu/11/IU_gopher/library.html) [18/09/98].

Fiske, J. (1992a) 'British Cultural Studies and Television', pp. 284-326 in R.C. Allen (ed.) *Channels of Discourse, Reassembled*. 2nd ed. Chapel Hill & London: The University of North Carolina Press.

Fiske, J. (1992b) 'Cultural Studies and the Culture of Everyday Life', pp. 154-173 in L. Grossberg, C. Nelson & P. Treichler (eds.) *Cultural Studies*. New York & London: Routledge.

Hughes, D. & Starck, P. (z.d.) 'Sources of Information About Mailing Lists' in *Guidelines for Academic Research* [WWW]. University of North Carolina: <http://www.crombec.edu/howard/index.html> [18/09/98].

Langer, J. (1981) 'Television's Personality System', *Media, Culture and Society*, 3(4): 351-365.

Tilmans, K. (k.tilmans@skynet.be) (16/08/99) 'Antwoord op uw vraag' [e-mail] voor Kortens, J. (j.kortens@ping.be).