

Verschijnt
tweemaandelijks

December
1979

MASSA COMMUNICATIE

VII/6

1979

Inhoud nr. 6, jaargang 7, 1979

Prof. dr. G. Gerbner

Television's influence on values and behavior (p. 215)

Drs. W. Evers/Drs. P. Hoogveld

Onderzoek van nieuwsdiffusie (p. 223)

Boekbesprekingen (p. 235)

Korte besprekingen (p. 241)

Inhoudsopgave 7e jaargang (p. 243)

Sommatie 80 (p. 246)

MASSACOMMUNICATIE

wordt uitgegeven door de

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

onder redactie van:

prof. dr. E. de Bens (Brussel), dr. E. Diemer (Amsterdam),
prof. dr. G. Fauconnier (Leuven), drs. P. M. Hendriksen (Hilversum) *,
dr. H. van den Heuvel (Voorburg) *, prof. dr. G. van Parys (Gent) *,
drs. H. J. Smets (Hilversum), dr. J. G. Stappers (Nijmegen) *,
drs. J. Wieten (Amsterdam), drs. C. J. van Woerkum (Wageningen).

* leden kernredactie

sekretariaat:

A. D. Reijnders,
postbus 258, 6500 AG Nijmegen, tel. 080-512372

administratie en druk:

Drukkerij-Uitgeverij H. Gianotten bv
Bredaseweg 61 5038 NA Tilburg, tel. 013-425050, giro 1085553
Opgave van nieuwe abonnementen en adreswijzigingen uitsluitend te
richten aan dit adres

abonnementen:

gewoon abonnement : f 39,50 (Bfrs. 550)
buitenland : f 55,—
studentenabonnement : f 24,50 (Bfrs. 340)
los nummer : f 8,— (Bfrs. 115)

advertenties:

Over advertenties neme men contact op met het sekretariaat
prijzen: 1/1 pag.: f 250,—; 1/2 pag. f 135,—; drukspiegel 10³/₄x18³/₄ cm;
korting bij herhaalde plaatsing

TELEVISION'S INFLUENCE ON VALUES AND BEHAVIOR

UNIVERSITY OF CALIFORNIA
LIBRARY
3000

Television is too much with us to be able to see it clearly. It is part of a series of technological innovations that have changed the way we live.

Discussion about its effects is the current version of the great popular culture debate that has raged since the spread of cheap print aroused apprehension of passivity, immorality and violence especially on the part of children and the lower classes. (They always seem more corruptible than their elders and presumably betters)

With that background, it has been difficult to sort out scapegoating and self-serving arguments from an objective determination of TV's independent contribution of the cultivation of values and behavior. In over ten years of concentrated research on television content and effects, my associates and I have come to the conclusion that the difficulties stem from widespread misconceptions about the nature of television itself, about research appropriate to that medium, and about the process of learning from its stories.

- WHAT IS TELEVISION? -

Television comes to us as a combination of radio, movies, the pulps, games, circuses, comics, and a dash of journalism, but it is none of these. It is the first mass-produced and organically composed symbolic environment into which our children are born and in which they will live from cradle to grave. No other medium or institution since pre-industrial religion had a comparable influence on what people of a tribe, community or nation learned, thought, or did in common. No emperor or pope could ever dream of having a pulpit in every home with an inexhaustible supply of charismatic ministers delivering messages - and audiences - every day.

Over 4 million hours of programming a year is discharged into the mainstream of common consciousness to fill the time and attention of about a 100 million people of all types and ages on a typical evening. The TV set is on in the average American home almost seven hours each day. By the time children reach school age they will have spent more time with television than they would in a college classroom.

Television demands no mobility, literacy, or concentrated attention. Its repetitive patterns come into the home and show as well as tell about people and society. Presidents, policemen, surgical operating rooms, courtrooms, spies and celebrities are familiar parts of a selective and synthetic world that most people know most about. Television is a total cultural system (as was tribal religion) with its own art, science, statecraft, legendry, geography, demography, character types, and action structure. TV mythology encapsulates those selected features of the larger media culture that lend themselves best to its basic sales and

socializing functions. Television now occupies the symbolic life of the young, the less educated, and the formerly isolated or deprived people who have never before been plugged into a central cultural system that reaches from the penthouse to the ghetto.

The television audience is not only the most heterogeneous public ever assembled but also the most non-selective. Most viewers watch by the clock and not by the program. Viewing is a ritual governed by styles of life and time. Different kinds of programs serve the same basic formula designed to assemble viewers and sell them at the least cost. The classifications of the print era with their relatively sharp differentiation between news, drama, documentary, etc. do not apply as much to television. Heavy viewers watch more of everything. Different time and program segments complement and reinforce each other as they present aspects of the same symbolic world.

There is little age-grading or regional and even ethnic separation of the symbolic materials that socialize members of an otherwise heterogeneous community into the common culture. Most children control their own (if not the whole family's) sets and watch most adults programs and problems.

Minority groups see their own image shaped by the dominant interests of the larger culture. Although broadcasting is the cultural arm of private business and industry, it is an officially licensed enterprise operating in the public domain. Television thus becomes an organ of governance as well as of acculturation, relating to the State as only the Church did in ancient times. Its nearly universal and ritualistic use fits well the repetitive patterns of its programming. Most people watch television as they used to attend church except that they watch television more religiously.

- THE WORLD OF TELEVISION -

Our annual monitoring of network drama shows a remarkably consistent pattern despite changes in program titles, forms, and styles. Many times a day, seven days a week, the dramatic pattern defines situations and cultivates premises about society, people and issues. Casting the symbolic world thus has a meaning of its own. The lion's share of representation goes to the types that dominate the social order. About three-quarters of all leading characters are male, American, middle- and upper-class, and in the prime of life. Symbolic independence requires freedom relatively uninhabited by real-life constraints. Less fully represented are those lower in the domestic and global power hierarchy and characters involved in familiar social contexts, human dependencies, and other situations that impose the real-life burdens of human relationships and obligations upon freewheeling activity.

Women typically represent romantic or family interest, close human contact, love. Males can act in nearly any role, but rare is the female part that does not involve at least the suggestion of sex. While only one in three male leads is shown as intending to or ever having been married, two of every three females are married or expect to marry in the story. Female "specialties" limit the proportion of TV's women to about one-fourth of the total population.

Nearly half of all females are concentrated in the most sexually eligible young

adult population, to which only one-fifth of males are assigned; women are also disproportionately represented among the very young and old. Children, adolescents, and old people together account for less than 15 percent of the total fictional population.

Approximately five in ten characters can be unambiguously identified as gainfully employed. Of these, three are proprietors, managers, and professionals. The fourth comes from the ranks of labor - including all those employed in factories, farms, offices, and households, and working in unskilled, clerical, sales, and domestic service capacities. The fifth serves to enforce the law or preserve the peace on behalf of public or private clients.

Types of activity - paid and unpaid - also reflect dramatic and social purposes. Six in ten characters are engaged in discernible occupational activity and can be roughly divided into three groups of two each. The first group represents the world of legitimate private business, industry, agriculture, finance, etc. The second group is engaged in activity related to art, science, religion, health, education, and welfare, as professionals, amateurs, patients, students, or clients. The third makes up the forces of official or semiofficial authority and the army of criminals, outlaws, spies, and other enemies arrayed against them. One in every four leading characters acts out a drama of some sort of transgression and its suppression at home and abroad.

Violence plays a key role in such a world. It is the simplest and cheapest dramatic means available to demonstrate the rules of the game of power. In real life much violence is subtle, slow, circumstantial, invisible, even impersonal. Encounters with physical violence in real life are rare, more sickening than thrilling. But in the symbolic world, overt physical motion makes dramatically visible that which in the real world is usually hidden. Symbolic violence, as any show of force, typically does the job of real violence more cheaply and, of course, entertainingly.

- RESEARCH ON TELEVISION -

What do viewers learn from the world of television? The question of the influence of broad enculturation on values and behavior patterns is different from the usual applied research question about individual messages, campaigns, programs, genres. Traditional procedures of media effects research must be re-conceptualized and modified for television. That is what we do in our long-range research project called *Cultural Indicators* and supported by grants from the *National Institute of Mental Health*, the *American Medical Association*, the *White House Office of Telecommunications Policy*, *HEW's Administration on Aging*, and other foundations.

First, we cannot presume consequences, as the conventional research paradigm tends to do, without the prior investigation of content. Nor can the content be limited to isolated elements (e.g. news, commercials, specific programs) taken out of the total context, or to individual viewer selections. The "world" of television is an aggregate system of stories and images. Only system-wide analysis of messages can reveal the symbolic world which structures common assumptions and definitions for the generations born into it and provides bases

for interaction (though not necessarily of agreement) among large and heterogeneous communities. The system as a whole plays a major role in setting the agenda of issues to agree or disagree about; it shapes the most pervasive norms and cultivates the dominant perspectives of society.

Another conventional research assumption is that the experiment is the most powerful method, and that change (in attitudes, opinions, likes-dislikes, etc., toward or conveyed by "variable X") is the most significant outcome to measure. In the ideal experiment, you expose a group to X and assess salient aspects of the state of the receivers before and after exposure, comparing the change, if any, to data obtained from a control group (identical in all relevant ways to the experimental group) who have not received X. No change or no difference means no effect.

When X is television, however, we must turn this paradigm around: stability (or even resistance to change) may be a significant outcome of the sum total of the play of many variables. If nearly everyone "lives" to some extent in the world of television, clearly we cannot find unexposed groups who could be identical in all important respects to the viewers. We cannot isolate television from the mainstream of modern culture because it *is* the mainstream. We cannot look for change as the most significant accomplishment of the chief arm of established culture if its main social function is to maintain, reinforce, and exploit rather than to undermine or subvert prevalent conceptions, beliefs, and behaviors. On the contrary, the relative ineffectiveness of isolated campaigns may itself be testimony to the power of mainstream communications. Neither can we assume that TV cultivates conceptions easily distinguishable from those of other major entertainment media. (But we cannot emphasize too strongly the historically novel role of television in standardizing and sharing with all as the common norm what had before been more parochial, local, and selective cultural patterns). We assume, therefore, that TV's standardizing and legitimizing influence comes largely from its ability to streamline, amplify, ritualize, and spread into hitherto isolated or protected subcultures, homes, nooks, and crannies of the land the conventional capsules of mass produced information and entertainment.

Much of the research on media violence, for example, has focused on the observation and measurement of behavior which occurs after a viewer has seen a particular program or even isolated scenes from programs. All such studies, no matter how clean the design and clear the results, are of limited value because they ignore a fundamental fact: the world of TV drama consists of a complex and integrated system of characters, events, actions, and relationships whose effects cannot be measured with regard to any single element or program seen in isolation.

The final difficulty with applying conventional media research techniques to the study of television is that most traditional methods relate to bits of information rather than to total symbol systems composed largely of stories. Story-telling shows how things work. Once the invisible dynamics of life is grasped through fiction and drama, the lessons can be applied to various circumstances and perspectives of real life.

Therefore, in contrast to the more usual statement of the problem, we do not believe that the only critical correlate of television violence is to be found in the

stimulation of occasional individual aggression. The consequences of living in a symbolic world ruled largely by violence may be much more far-reaching. TV violence is a dramatic demonstration of power which communicates much about social norms and relationships, about goals and means, about winners and losers, about the risks of life and the price for transgressions of society's rules. Violence-laden drama shows who gets away with what, when, why, how and against whom. "Real world" victims as well as violents may have to learn their roles. Fear - that historic instrument of social control - may be an even more critical residue of a show of violence than aggression. Expectation of violence or passivity in the face of injustice may be consequences of even greater social concern.

- THE LESSONS OF TELEVISION -

To find out what viewers in fact learn from television we search for those assumptions about "facts" of life and society that TV tends to cultivate among its more faithful viewers. That search requires two different but related methods of research.

The first is the periodic analysis of large and representative aggregates of television output (rather than individual segments) as the system of messages to which total communities are exposed. The purpose of message system analysis is to establish the composition and structure of the symbolic world. The second step is to determine what, if anything, viewers absorb from living in that world. Here we turn the findings of message system analysis about the fantasy land of television into questions about social reality. To each of these questions there is a "television answer", which is like the way things appear in the world of television, and another and different answer which is biased in the opposite direction, closer to the way things are in the observable world. We ask these questions of samples of adults and children. All responses are related to television exposure, other media habits, and demographic characteristics. We then compare the response of light and heavy viewers controlling for sex, age, education, and other characteristics.

The margin of heavy viewers over light viewers giving the "television answers" within and across groups is the *cultivation differential* indicating conceptions about social reality that viewing tends to cultivate.

The findings themselves add up to a complex and dynamic picture. Viewers tend to learn about "facts" outside their own experience and about values and standards with which to interpret their experience. We are accumulating results and studying patterns in such areas as sex and age role socialization, family life, law and politics, occupational choices, health and medicine. The independent contribution of television to the cultivation of assumptions can best be seen in those aspects in which TV presents a pattern different from or more extreme than other sources. One such area is of course violence.

The ten-year average of network dramatic violence (defined as the overt expression of physical force to hurt or kill) has been almost 8 incidents per hour involving more than half of all characters - but not equally. Compared to their ability to inflict violence within each group, white males had the lowest ratio of

victimization. The burden of higher risks of victimization fell on male children, young, unmarried, lower class, old women, and nonwhites.

Although we do not yet know TV's contribution to the unequal structures of power and risk reflected in its dramatic world, the results of our adult and child surveys show consistent learning and children's particular vulnerability to television. These results also confirm that violence-laden television not only cultivates aggressive tendencies in a minority but, perhaps more importantly, generates a pervasive and exaggerated sense of danger and mistrust. Heavy viewers revealed a significantly higher sense of personal risk and suspicion than did light viewers in the same demographic groups, exposed to the same real risks of life.

For example, we asked the question "What are your chances of being involved in some kind of violence during any given week? About one in 10? Or about one in 100? Heavy viewers (watching 4 or more hours a day) on every sample we have used gave the higher figure in significantly greater numbers than did light viewers (watching 2 hours or less a day).

The analysis shows a significant tendency for heavy viewers to overestimate the prevalence of violence, compared to that exhibited by light viewers. The analysis also demonstrates that television effects cannot be accounted for in terms of the major demographic variables of age, sex, education or even, in the case of our children's sample, I.Q. The effects are consistent and robust for both children and adults across a range of undoubtedly powerful control comparisons.

The figure below illustrates the patterns of responses what we have called "mean world" questions. The percentages of "television answers" given by light, medium, and heavy viewers (in the case of children viewing levels did not permit us to identify heavy viewers in our usual terms) clearly indicate patterns of association between viewing and conceptions of social reality.

Previous *Violence Profiles* have reported that heavy viewers tend to respond to many of these questions more in terms of the world of television than do light viewers in the same demographic groups. We have found that television seems to cultivate an exaggerated sense of danger and mistrust in heavy viewers compared to similar groups of light viewers. When asked about chances of encountering violence, about the percentage of men employed in law enforcement significantly more heavy viewers than light viewers respond in terms more characteristic of the television world than of the real world.

Mistrust is also reflected in responses suggesting that heavy viewers believe that most people just look out for themselves, take advantage of others, and cannot be trusted.

The current results extend these findings in important new directions. When samples of junior high school students were asked: "How often is it all right to hit someone if you are mad at them?", a significantly higher proportion of heavy than of light viewers answered: "almost always". Both child and adult heavy viewers also report being more afraid to walk alone in the city at night than light viewers in the same groups.

Adult heavy viewers revealed pessimism and alienation when they endorsed in significantly greater proportions than light viewers the following statements: "In spite of what some people say, the lot of the average man is getting worse"; "It's

Percents of adults and children giving 'television answers' to three 'mean world' questions. (Television answer italicized)

	ADULTS			CHILDREN	
	light	medium	heavy	light	medium
Do you think most people <i>would try to take advantage</i> of you if they got a chance or would they try to be fair?	26	31	38	46	71
Generally speaking, would you say that most people can be trusted or that <i>you can't be too careful</i> in dealing with people?	48	61	65	46	76
Would you say that most of the time people try to be helpful, or that <i>they are mostly just looking out for themselves</i> ?	32	37	44	68	75

hardly fair to bring a child into the world the way things look for the future"; and "Most public officials are not really interested in the problems of the average man". Television viewing seemed to be associated with these feelings most among middle class, white or female respondents.

Danger, mistrust, and alienation were also reflected in responses to the question "Do you expect the United States to fight another war within the next ten years?" Heavy viewers answer "Yes" in significantly greater proportions than light viewers, especially when respondents were under 30 or college educated. It is therefore, not surprising that more heavy viewers in national samples also tend to agree that it would be best for the United States to stay out of world affairs.

Television viewing appears to be associated not only with heightened conceptions of danger but also the tendency to act upon them. Far more heavy than light viewers of police and crime programs report that they "bought a dog for purposes of protection", "put new locks on windows or doors for purposes of protection", and "kept a gun for purposes of protection".

The findings of the *Violence Profile*, set forth in greater detail in the full technical report, indicate strong and stable associations between patterns of network dramatic content, viewer conceptions of danger, mistrust and alienation and the tendency to act upon these conceptions.

These findings of the *Cultural Indicators* project indicate strong and stable associations between patterns of network dramatic content, viewer conceptions of danger, mistrust, and alienation from what appears to them a relatively "mean world" and the tendency to act on these conceptions.

Note:

The research discussed in this paper is a cooperative effort of the *Cultural Indicators Research Team* whose names are noted in the publications after 1975 noted in the bibliography.

Publications Describing the Theory and Methodology of Cultural Indicators

- Gerbner, George, "Toward 'Cultural Indicators': The Analysis of Mass Mediated Message Systems". *AV Communication Review*, 1969. Also Chapter 5 in *The Analysis of Communication Content*, see next item.
- Gerbner, George, Ole R. Holsti, Klaus Krippendorff, William J. Paisley, Philip J. Stone, editors, *The Analysis of Communication Content; Developments in Scientific Theories and Computer Techniques*. New York: John Wiley & Sons, 1969.
- Gerbner, George, "Cultural Indicators: The Case of Violence in Television Drama". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, March, 1970.
- Gerbner, George, "Violence in Television Drama: Trends and Symbolic Functions". in *Television and Social Behavior*, Vol. 1 *Content and Control*, G. A. Comstock, and E.A. Rubinstein (editors), Washington: Government Printing Office, 1972.
- Gerbner, George, "Communication and Social Environment". *Scientific American*, September 1972. Reprinted in *Communication: A Scientific American Book* San Francisco, CA.: W. H. Freeman and Company, 1972.
- Gerbner, George, Larry Gross and William H. Melody, editors, *Communications Technology and Social Policy*. New York: John Wiley & Sons, 1973.
- Gerbner, George, "Cultural Indicators: The Third Voice". in *Communications Technology and Social Policy*. New York: John Wiley & Sons, 1973.
- Gerbner, George and Larry Gross, "The World of Television: Towards Cultural Indicators.;" *Intermedia*, (Journal of *International Broadcast Institute*), December 1975.
- Gerbner, George and Larry Gross, "The Scary World of TV's Heavy Viewer", *Psychology Today*, April 1976.
- Gerbner, George and Larry Gross, "Living with Television: The Violence Profile", *Journal of Communication*, Spring 1976.
- *Gerbner, George, Larry Gross, Michael F. Eleey, Marilyn Jackson-Beeck, Suzanne Jeffries-Fox, and Nancy Signorielli, "TV Violence Profile No. 8: The Highlights" *Journal of Communication*, Spring 1977.
- Gerbner, George, "Comparative Cultural Indicators", in *Mass Media Policies in Changing Cultures*, George Gerbner (editor), New York: John Wiley & Sons, Inc., 1977:
- Gross, Larry, "The Real World of Television: *Today's Education* (the Journal of the National Education Association), Jan.-Feb., 1974.
- Gross, Larry, "How True is Television's Image?" in *Getting the Message Across*, Paris: The UNESCO Press, 1977.
- Gross, Larry, "Television as a Trojan Horse", *School Media Quarterly*, Spring, 1977.
- Gross, Larry and Suzanne Jeffries-Fox, "What do you want to do when you grow up. little girl? Approaches to the Study of Media Effects", in *Home and Hearth: Images of Women in the Mass Media*, Gaye Tuchman, et al., eds., New York: Oxford University Press, 1977.
- Gerbner, George, and Larry Gross, Marilyn Jackson-Beeck, Suzanne Jeffries-Fox, and Nancy Signorielli, "Cultural Indicators: Violence Profile No. 9", *Journal of Communication*, Summer 1978.

ONDERZOEK VAN NIEUWSDIFFUSIE

Nieuws wordt aangeboden door de media en raakt in de loop van de tijd verspreid onder ontvangers. Deze verspreiding van nieuws wordt nader onderzocht in het z.g. nieuwsdiffusie-onderzoek. Met nieuwsdiffusie-onderzoek wordt binnen de communicatiewetenschap een gebeuren bestudeerd, dat als beginpunt een handeling heeft: een bericht omtrent een gebeurtenis (nieuwsfeit) wordt ter beschikking gesteld aan een populatie. Na verloop van tijd heeft dan, als resultaat van die handeling, een groter of kleiner deel van die populatie het nieuws vernomen. In het diffusie-onderzoek wordt dit gebeuren nagegaan in haar voortgang zowel naar tijd als naar de toename van het aantal ontvangers dat op de hoogte raakt, de z.g. omvang. Men tracht als het ware het openbaar maken/raken van iets in zijn verloop te traceren en verkrijgt daarmee een lengtedoorsnede van een proces van openbare communicatie, uitgedrukt bijv. in een diffusiecurve.

Het proces van nieuwsdiffusie als voorwerp van diffusie-onderzoek is dan ook nader te omschrijven als de 1. ter beschikking stelling van een 2. nieuwsfeit en het 3. vernemen daarvan door 4. ontvangers in een 5. volume/populatie over de 6. tijd.

Nieuwsdiffusie-onderzoek is enerzijds van belang omdat men daarbij recht tracht te doen aan het proces-karakter van het massacommunicatieve gebeuren door het tijdselement als ordeningsbeginsel in de vraagstelling op te nemen. Aan de andere kant verschaft dit type onderzoek inzicht in de effectiviteit van media en andere kanalen - in relatie tot allerlei randvoorwaarden - bij het op de hoogte brengen van ontvangers.

Het onderzoek naar de verspreiding van het nieuws van het overlijden van President Roosevelt ¹⁾ vormt het beginpunt van een research-traditie. Wij verzamelden uit de periode tot medio 1977 37 publicaties, die tezamen 71 nieuwsdiffusie-processen rapporteren. Onze verzameling is echter niet volledig; Rogers maakt gewag van een 100-tal studies ²⁾ en het *Institut für Demoskopie* in Allensbach (W. Dld.) heeft niet de moeite genomen om te reageren op ons verzoek de "Umfragen" nummers 1035, 1062, 2048 en 2056 toe te zenden. Tabel 1 geeft een overzicht van de in onze verzameling aanwezige onderzochte nieuwsfeiten naar jaar en (eerst genoemde) auteur. Sommige publikaties omvatten meerdere nieuwsfeiten en hun diffusie. In andere gevallen zijn er meerdere diffusie-onderzoeken gedaan - neergelegd in verschillende publikaties - m.b.t. eenzelfde nieuwsfeit.

Tabel 1³⁾

12- 4-45	Dood Roosevelt (<i>Miller, Sheatsly</i>)
'49	Optreden buurtzangeres in radioprogramma (<i>Bogart</i>)
31- 7-53	Dood senator Taft (<i>Larsen</i>)
29- 2-56	Eisenhower's kandidatuur 2de termijn (<i>Danielson</i>)
26-11-57	Eisenhower's hartaanval (<i>Deutschmann</i>)
31- 1-58	Lancering Explorer I (<i>Deutschmann, Survey Res. C.</i>)
7- 7-58	Alaska wordt 49ste staat van VS (<i>Deutschmann</i>)
5-10-57	Lancering Spoetnik I (<i>Deutschmann, Hamuy</i>)
22-11-63	Kennedy vermoord (<i>Banta, Burchard, Greenberg, Hill, Mendelsohn, Sheatsly, Spitzer</i>)
24-11-63	Oswald vermoord (<i>Spitzer</i>)
12-63	17 gebeurtenissen (<i>Greenberg</i>)
25- 2-64	Bokswedstrijd Clay vs Liston (<i>Greenberg</i>)
14-10-64	Jenkins affaire (<i>Budd, Danbury</i>)
15-10-64	Krushchev afgezet (<i>Budd, Danbury</i>)
'65	M. Evers vermoord (<i>Levy</i>)
21- 5-65	Malcolm X vermoord (<i>Levy</i>)
28- 3-67	Populorum Progressio (<i>Adams, Hanneman</i>)
13- 4-67	Common Market verklaring van latijns-amerikaanse presidenten (<i>McNelly</i>)
14- 4-67	Overwinning conservatieven bij gemeenteraadsverkiezing Londen (<i>McNelly</i>)
27- 4-67	Geboorte prinsekind (<i>Manschot</i>)
23- 7-67	Rassenonlusten te Detroit (<i>Levy, Singer</i>)
25- 8-67	Rockwell vermoord (<i>Levy</i>)
3-12-67	Eerste harttransplantatie (<i>O'Keefe</i>)
20-12-67	Dood eerste harttransplantatie patiënt (<i>O'Keefe</i>)
5- 3-67	Dood van gouverneur Vanier (<i>Fathi</i>)
4- 4-68	King vermoord (<i>Levy</i>)
2- 5-68	Harttransplantatie (<i>Funkhauser</i>)
5- 6-68	R. Kennedy vermoord (<i>Levy</i>)
24- 6-68	Opstand Ohio-staatsgevangenis (<i>Funkhauser</i>)
26- 6-68	Benoeming Fortas (<i>Funkhauser</i>)
29- 7-68	Encycliek Humanae Vitae (<i>Hanneman</i>)
31-10-68	Rede Johnson (<i>Allen, Funkhauser</i>)
31-10-68	Scorpion gevonden (<i>Funkhauser</i>)
31- 5-69	Nixon loterij-dienstplicht (<i>Funkhauser</i>)
11-10-69	Geboorte prinsekind II (<i>NOS</i>)
14- 4-70	Ongeluk Apollo 13 (<i>Rosengren</i>)
18- 4-70	Landing Apollo 13 (<i>Rosengren</i>)
4- 3-71	Huwelijk Trudeau (<i>Fathi</i>)
15- 5-72	Wallace neergeschoten (<i>Schwartz</i>)
'73	McGoverns Eagleton beslissing (<i>Ostlund</i>)
10-10-73	Terugtrekken Agnew (<i>Fine</i>)

Bij de analyse van nieuwsdiffusie maakt men onderscheid tussen de volgende drie kenmerken: de *snelheid* van het proces als zodanig, de *omvang* die het bereikt, d.i. het aantal vernemers, en het procentuele aandeel van de diverse media in het op de hoogte brengen oftewel de *mediamix* van eerste bronnen. In het navolgende zullen wij aan de hand van enige samenvattingen⁴⁾ en

voorbeelden duidelijk proberen te maken hoe nieuwsdiffusie-processen verlopen. Dit zal echter niet leiden tot een "regelmatigheidshypothese"⁵⁾: de verschillende nieuwsdiffusie-processen vertonen in het geheel niet de uniforme regelmaat die men zou mogen verwachten als men kon uitgaan van aan het proces zelf inherente wetmatigheden. Daarentegen lijkt elk nieuwsdiffusie-proces uniek in een bepalend samenspel van tijdgebonden en situatiegebonden gebeurtenisfactoren, tijdgebonden en contextgebonden nieuwsfeitfactoren, situationele factoren, ontvangersgebonden factoren en populatiefactoren.

Wij zullen het door ons verzamelde materiaal ordenen aan de hand van de volgende 3 vraagpunten:

- bestaan er verbanden tussen de drie bovengenoemde kenmerken, snelheid, omvang en mediamix, onderling?
- bestaat er verband tussen snelheid, omvang en mediamix en nieuwsfeitvariabelen als nieuwswaarde en verwachtheid?
- bestaat er verband tussen snelheid, omvang en mediamix en ontvangersgebonden variabelen als geslacht, leeftijd opleiding, interesse, kennis e.d.?

- HET DIFFUSIEPATROON -

Het is gebruikelijk het diffusieproces te laten beginnen op het moment van openbaarmaking, d.w.z. op het moment waarop het nieuws via de geïnstitutionaliseerde kanalen voor ieder ter beschikking staat. Dit heet het moment van 'newsbreak'. Een groot publiek kan binnen korte tijd het nieuws vernemen, en daarna ook doorgeven via informele kanalen. Nieuws wordt veelal verspreid via zowel formele kanalen zoals de elektronische media en de krant, als via interpersoonlijke communicatie.

In de meeste nieuwsdiffusieonderzoeken wordt de snelheid van diffusie uitgedrukt middels de cumulatieve frequentieverdeling van het aantal vernemers over de tijd. Hieruit laten zich twee cijfers afleiden welke wij als typering van de snelheid van het diffusieproces willen hanteren: de tijd waarbinnen 50% van de ondervraagden het nieuws vernam, en de gemiddelde duur van vernemen, d.w.z. het gemiddelde van alle tijdsspannen tussen tijdstip van newsbreak enerzijds en het tijdstip van vernemen van dat nieuws door ieder van de ondervraagden anderzijds.

Tabel 2. Snelheid en omvang van enige nieuwsfeiten

	Snelheid		Omvang
	50% bereikt binnen	gemiddelde duur	globale diffusie-coëfficiënt
Oswald vermoord	0 u. 30'	1 u. 04'	100%
Kennedy vermoord (Sheatsly)	0 u. 30'	1 u. 10'	100%
Rede Johnson (Allen)	0 u. 15'	3 u. 29'	87%
Eisenhower's hartaanval	2 u. 30'	5 u. 54'	94%
Apollo ongeluk	4 u. 00'	7 u. 58'	92%
Alaska 49e staat	13 u. 00'	9 u. 49'	89%

Bij de vaststelling van de omvang van het diffusieproces, de diffusie-coëfficiënt, doet zich de moeilijkheid voor dat het onderzoek nog wel eens geschiedde op een moment waarop het diffusieproces nog niet zijn volle omvang had bereikt. Daarom wordt ook wel gesproken van globale diffusie-coëfficiënt.

De relatie tussen snelheid van diffusie en omvang gingen wij na aan de hand van gegevens over de diffusie van 22 nieuwsfeiten (2, 3, 5, 8, 9, 11, 12, 15, 17, 20, 25, 28, 32, 33, 34, 35, 37) ⁶⁾. De in deze vergelijking betrokken processen van nieuwsdiffusie werden gerangschikt van kortere naar langere gemiddelde duur. De rangorde-correlatiecoëfficiënt ⁷⁾ geeft dan aan in welke mate de rangorde naar omvang samenvalt, correleert, met die van de gemiddelde duur: $\rho = .51, p < .05$. Zoals te verwachten was gaat grote omvang samen met een korte gemiddelde duur en geringe omvang met lage diffusiesnelheid. Ongetwijfeld is deze samenhang mede een gevolg van de algemene research-strategie van het nieuwsdiffusie-onderzoek: langzame diffusie bereikt misschien op den duur ook wel een grote omvang maar loopt meer kans tijdens dit diffusieproces onderzocht te worden met als gevolg een lagere gerapporteerde omvang.

De onderscheiden rol die de diverse media spelen in het diffusieproces laat zich uitdrukken door van ieder medium het percentage van de vernemers te geven, dat via dat medium het nieuws het eerst vernam. Zo verkrijgt men per diffusieproces een mediamix.

Tabel 3. Gemiddelde duur en mediamix in procenten van enige nieuwsfeiten

	gemiddelde duur	Radio	TV	EM*)	Krant	IPC**)
Oswald	1 u. 04'	21	50	71	—	29
Kennedy (Sheatsly)	1 u. 10'	—	—	47	4	49
Johnson (Allen)	3 u. 28'	15	76	91	5	5
Eisenhower's hartaanval	5 u. 54'	32	38	70	12	18
Apollo ongeluk	7 u. 58'	67	10	77	10	13
Alaska 49e staat	9 u. 49'	28	27	55	37	9

*) EM = Elektronische Media, radio en TV tesamen.

***) IPC = Interpersoonlijke communicatie.

De relatie tussen snelheid en mediamix gingen wij na aan de hand van de verspreidingsgegevens betreffende 19 nieuwsfeiten (2, 3, 5, 8, 9, 11, 15, 17, 20, 25, 32, 34, 35, 37).

Tabel 4. Spearman rangcorrelatiecoëfficiënten tussen gemiddelde duur van vernemen en het aandeel van de media. (N = 19).

	Radio	TV	EM	Krant	IPC
gemiddelde duur (N = 19)	-.06	.24	.18	-.34	.59*)

*) $p < .05$

Een korte gemiddelde duur gaat samen met een groot aandeel van IPC in het diffusieproces. Dit komt overeen met de bevindingen van Rosengren⁸⁾. De negatieve relatie welke Rosengren vaststelde tussen diffusiesnelheid en het aandeel van de krant is bij ons slechts significant tussen .05 en .10.

Om na te gaan of de diverse nieuwsbronnen bij de diffusie van nieuws elkaar komplementeren, dan wel overlappen, stonden ons gegevens over 39 nieuwsfeiten ter beschikking. (1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 17, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 27, 29, 30, 31, 32, 34, 36, 37).

Tabel 5. Kendall rangcorrelatie-coëfficiënten tussen de aandelen van de verschillende media als eerste bron. (N = 39).

	Radio	TV	EM	Krant	IPC
Radio					
TV	-.33 [*])				
EM	—	—			
Krant	+.23 ^{**)}	-.06	-.15		
IPC	-.11	-.21 ^{**)}	-.31 [*])	-.58 [*])	

^{*}) p < .01

^{**)} p < .05

Als het aandeel van de krant als eerste bron groot is dan is dat ook het geval met de radio. De andere relaties echter wijzen op complementariteit van de media: het aandeel van het ene medium neemt toe bij het afnemen van het aandeel van het andere. De relatie krant-radio laat zich voornamelijk moeilijk interpreteren. Niet duidelijk is of deze relatie een gevolg is van medium-karakteristieken, danwel van publieksgedrag of nieuwskenmerken.

Greenberg deelde 18 nieuwsfeiten, al naargelang hun globale verspreidingscoëfficiënt in in 5 categorieën.⁹⁾ Hij stelde vast dat IPC als nieuwsbron het grootste aandeel had bij de verspreiding van gebeurtenissen die door bijna iedereen of door bijna niemand vernomen zijn, terwijl bij nieuwsfeiten met een crisiskarakter (vgl. de Kennedymoord) de bijdrage van de IPC bijna even groot is als die van de andere media tezamen.

Wij hanteren in de volgende tabel de categorieën van Greenberg en baseren ons op gegevens van 49 nieuwsfeiten (1, 2, 4, 5, 8, 9, 11, 16, 17, 19, 20, 22, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 34, 35, 37).

Tabel 6. Gemiddeld percentage van de op de hoogte zijnde respondenten die het nieuws via IPC vernamen, en aantal nieuwsfeiten per categorie. (met tussen haakjes de cijfers van Greenberg)

globale diffusie-coëfficiënt	IPC	(IPC)	N	(N)
A. tot/met 30%	10	(10)	3	(3)
B. 31 t/m 50%	2	(2)	3	(3)
C. 51 t/m 80%	4	(5)	13	(7)
D. 81 t/m 99%	14	(10)	18	(4)
E. 100%	35	(50)	12	(1)

Greenberg concludeerde uit zijn gegevens tot een kromlijng verband tussen omvang en aandeel IPC: een groot aandeel van IPC als eerste bron gaat zowel samen met geringe als grote omvang. Aangezien wij voor wat betreft de categorieën A en B over dezelfde gegevens beschikken als Greenberg, ondersteunen onze uitkomsten alleen de tweede helft van Greenberg's conclusie. Dat van de andere kant een hoge globale diffusie-coëfficiënt niet tevens een groot aandeel van IPC in het diffusieproces betekent laat zich illustreren aan de hand van de volgende tabel van 5 nieuwsfeiten met een globale diffusie-coëfficiënt van 100%.

Tabel 7. Tijd van newsbreak, en mediamix in %, van 5 gebeurtenissen.

nieuwsfeit		newsbreak	IPC	TV	Radio	Krant	EM
Kennedy moord	(15)	10.30 u.	50	20	28	0	48
King moord	(24)	17.00 - 20.00 u. *)	8	64	22	3	86
Prinsekind	(25)	20.37 u.	11	74	15	0	89
R. Kennedy	(24)	21.16 - 0.16 u. *)	13	55	30	1	85
Trudeau	(11)	21.50 u.	17	45	34	4	79

*) Amerika is verdeeld in 4 tijdzones, met telkens een uur verschil. Omdat het onderzoek hier op een nationaal sample berust, zijn er 4 verschillende tijdstippen van newsbreak, bijv. King: 17.00, 18.00, 19.00 en 20.00 u.

Bovendien blijkt het tijdstip van newsbreak wel degelijk van invloed op de mediamix. Wij komen hier in het volgende op terug.

– NIEUWSFEIT-VARIABLEN EN DIFFUSIE –

Drie onderscheiden aspecten van nieuws willen wij hier nader onderzoeken op hun verband met het diffusiepatroon: tijdstip van newsbreak, mate van verwachtheid en nieuwswaarde.

Tijdstip van newsbreak is eenvoudig het moment waarop het nieuws via de geïnstitutionaliseerde kanalen ter beschikking van het publiek komt.

Iedere dag weer, staat zenders 24 uur ter beschikking om een bericht openbaar te maken. Ten aanzien van dit etmaal pasten wij na een eerste analyse van de gegevens een dubbele tweedeling toe: een onderscheid tussen voor- en namiddag, en een onderscheid tussen werk-uren en niet-werk-uren. De tijdstippen van newsbreak laten zich aldus in 4 categorieën onderbrengen. Bij het nagaan van de invloed van tijdstip van newsbreak op de media-mix stonden ons de gegevens over 33 nieuwsfeiten ter beschikking.

(1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 19, 20, 22, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 34, 37).

Tijdens de werkuren ligt het aandeel van de IPC in de diffusie beduidend hoger dan daarbuiten. Verklarend lijkt het grotendeels ontbreken van de klassieke media op het werk. Wat betreft de prominentie van de krant buiten de werkuren en de TV in de avonduren: zowel mensen als nieuwsorganen hebben een dagelijkse routine. Vaak is de laatste afgestemd op de eerste; ze lopen dan

Tabel 8. Gemiddeld percentage dat nieuws via de verschillende media vernam, per periode. (N = 33)

tijd van newsbreak	Radio	TV	Krant	IPC	N
van 24.00 tot 9.00 u. *)	39	23	25	13	8
van 9.00 tot 12.00 u. **)	35	13	8	40	6
van 12.00 tot 17.00 u.	21	27	6	45	9
van 17.00 tot 24.00 u.	24	51	16	9	10

*) inclusief 3 nieuwsfeiten met een newsbreak van 9.00 tot 12.00 u., maar "gebroken" buiten de werkdagen.

***) exclusief de onder *) genoemde nieuwsfeiten.

synchron en werken in dezelfde richting. Bovendien lijkt het erop dat de TV naarmate de dag vordert de radio als medium van vernemen weg drukt.

Voordat een gebeurtenis plaats vindt, dus voordat het nieuws erover "breekt" kan het zijn dat men weet dat, wanneer en/of hoe deze gebeurtenis zal plaats vinden. Men kan ook geen van drieën weten. Daarmee zijn drie dimensies en twee uitersten van verwachtheid gegeven.

Op de eerste plaats onderscheiden zich een 6-tal gebeurtenissen van onze lijst doordat het gebeuren, de toedracht, enigszins te voorzien was, terwijl bovendien de tijd van gebeuren van te voren bekend was. Ruimtevluchten, sportevenementen en politieke redevoeringen worden van tevoren meestal niet in hun volledige afloop gekend maar vinden wel op van tevoren vastgestelde tijdstippen plaats.

Het 6-tal gebeurtenissen met deze verwachtheid onderscheiden zich door een relatief hoog aandeel van de elektronische media in de verspreiding (gemiddeld: 84%) en (daardoor) een meteen in de aanvang snelle verspreiding welke vervolgens langzaam naar een verzadigingspunt toeloopt. (Instant-diffusie). Volstrekt onverwachte gebeurtenissen - zij hebben een bepaalde populariteit bij nieuwsdiffusie-onderzoekers - waarvan bij een 17-tal, soms via meerdere onderzoekingen, het verspreidingspatroon werd achterhaald, laten een gemiddeld aandeel van de elektronische media van 58% zien.

De nieuwswaarde van een bericht - zo blijkt uit de literatuur ¹⁰⁾ - is moeilijk vast te stellen. Het hanteren van diffusie - karakteristieken als indicator lijkt ons weinig zinvol, hoewel nog wel eens gebruikelijk bij nieuwsdiffusieonderzoek. Een indicator, los van de diffusie-karakteristieken, suggereert Rosengren, ¹¹⁾ die de ruimte welke *Keesing's Contemporary Archives* aan gebeurtenissen wijdt, als aanduiding ziet van het belang dat deze hedendaagse geschiedschrijvers toekennen aan een gebeurtenis, waarmee dan tevens een objectieve maatstaf voor de nieuwswaarde van nieuwsfeiten zou zijn gegeven. Wij pasten deze methode toe: hoe meer kolomlengte in *Keesing's Contemporary Archives*, hoe hoger de nieuwswaarde.

De mogelijke relatie tussen nieuwswaarde en medium van vernemen, gingen wij na m.b.v. gegevens over 14 nieuwsfeiten (3, 5, 6, 8, 9, 15, 20, 24, 27, 34, 35, 37).

Tabel 9. Spearman rangcorrelatiecoëfficiënten tussen nieuwswaarde en aandeel der media. (N = 14)

	Radio	TV	EM	Krant	IPC
nieuwswaarde	+ .31	+ .12	+ .13	-.45	+ .53*)

*) $p < .05$

De diffusie van nieuwsfeiten met een hoge nieuwswaarde gaat samen met een groot aandeel van IPC in dat proces. Bovendien mag men verwachten dat bij hogere nieuwswaarde het aandeel van de krant afneemt, maar deze relatie bereikt net niet het 5% significantieniveau. Rosengren ¹²⁾ vond overeenkomstige verbanden aan de hand van 8 nieuwsfeiten. Wat betreft de relaties tussen nieuwswaarde en snelheid, en nieuwswaarde en omvang waren wij niet in staat het aantal van Rosengren beduidend aan te vullen. Zijn conclusie is dat hoe belangrijker de gebeurtenis is, hoe sneller en omvangrijker de verspreiding is. Door de beschikbare nieuwsfeiten in te delen in klassen met nagenoeg dezelfde nieuwswaarde, mate van verwachtheid en tijdstip van newsbreak, d.w.z. in klassen waarbinnen de nieuwsfeiten t.a.v. de meest relevante variabelen ongeveer gelijk zijn, verwachtten wij dat er per klasse een gelijkenis in het diffusiepatroon te zien zou zijn. Deze gelijkenis trad echter niet op. Alvorens hieruit te besluiten dat er meer factoren zijn die het verloop van een nieuwsdiffusie proces bepalen, moet bedacht worden dat de beperkte operationalisering van nieuwswaarde, en de diversiteit van de onderzoekspopulaties hier mogelijk debet aan zijn.

– ONTVANGERS-VARIABLEN EN DIFFUSIEPATROON –

De relatie tussen ontvangers-gebonden variabelen als opleidingsniveau, beroepsniveau en inkomen enerzijds, en kenmerken van het diffusieproces anderzijds, werd door een aantal onderzoekers nagegaan. De algemene tendens is dat het deel van de populatie met een hogere sociaal-economische status oververtegenwoordigd is in de omvang, het nieuws sneller verneemt, het nieuws meer verneemt via krant en IPC en minder via TV, dan het deel van de populatie dat een lagere sociaal-economische status heeft.

Het verschil in medium van vernemen lijkt voort te komen uit de meer algemene verschillen in medium-bezit en -gebruik tussen de onderscheiden sociaal-economische groepen. De vastgestelde tendens betreffende snelheid en omvang van nieuwsdiffusie ondersteunt een deel van de hypothese van Tichenor c.s. betreffende de kenniskloof. ¹³⁾

In het algemeen zijn mannen in de omvang van het diffusieproces oververtegenwoordigd. Mannen behoren ook niet tot de snelle vernemers en vernemen meer via IPC en minder via TV. Een en ander kan goed verklaard worden door het feit dat mannen enerzijds over het algemeen meer opleiding hebben genoten en anderzijds meer buitenshuis werkzaam zijn dan vrouwen.

In de omvang is het aandeel van de jongeren groter dan dat van de ouderen. Jongeren vernemen het nieuws ook sneller, en degenen die een leeftijd hebben

welke het waarschijnlijk maakt dat zij niet meer aan het arbeidsproces deelnemen, vernemen het nieuws minder via IPC.

Nieuws wordt het meest thuis vernomen; het vernemen op de lokatie "arbeidsplaats" neemt toe bij gebeurtenissen die tijdens werktijd 'breken'. Wanneer het nieuws thuis wordt vernomen, verneemt men dit meer via TV en minder via radio en IPC, dan wanneer het op het werk wordt vernomen. Het verschil in snelheid in relatie tot locatie is gering.

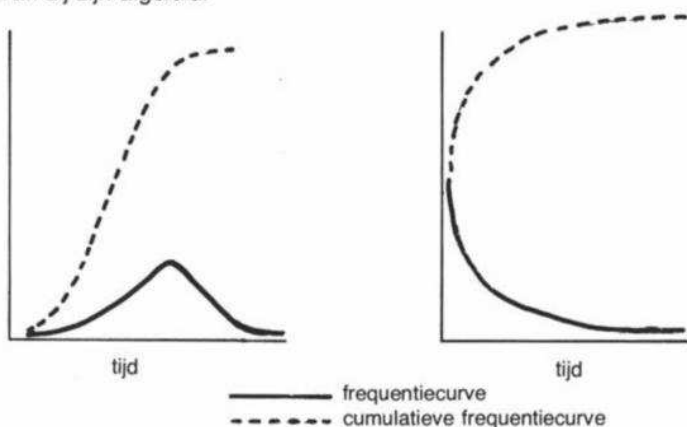
Diverse auteurs achterhaalden de belangstelling welke de respondent had voor gebeurtenissen waarover het betreffende nieuws handelde. Daaruit bleek dat omvang en snelheid van het diffusieproces groter was onder de ontvangers met een grote belangstelling, dan onder die met weinig interesse. Eenzelfde relatie werd gevonden tussen omvang en snelheid en (voor)kennis omtrent de gebeurtenis. Daarentegen maakte dit voor de mediamix geen verschil.

- SLOTOPMERKING -

In het voorafgaande is het fenomeen van de "negatieve diffusie" ¹⁴⁾ buiten beschouwing gebleven. Met negatieve diffusie wordt bedoeld op het verschijnsel dat het aantal ondervraagden dat zegt *niet* op de hoogte te zijn op sommige momenten in het diffusieproces niet af-, maar toeneemt, met als resultaat een niet-monotoon stijgende diffusiecurve, maar een diffusiecurve met "dips". O.i. is negatieve diffusie het tot gelding brengen van het "vergeten" en vanuit diffusie-standpunt blijven "vergeters" "vernemers". Overigens zou de "nieuws-vergeetcurve" heel belangwekkend kunnen zijn.

Ook de mathematische behandeling van nieuwsdiffusieprocessen is in deze beschouwing niet opgenomen. De assumpties die vooralsnog voor een dergelijke benadering noodzakelijk schijnen staan nog op te gespannen voet met de vaststelbare realiteit van openbare communicatie. ¹⁵⁾

Wat wel duidelijk is, is dat de nieuwsdiffusie-curven meer weg hebben van een omgekeerde J-curve dan van een op "groei" gebaseerde S-curve, welke ooit als karakteristiek voor het diffusieproces werd gezien. ¹⁶⁾ Hieronder geven wij beide typen cumulatieve curven weer, tesamen met de frequentieverdeling waarvan zij zijn afgeleid:



De frequentiecurven laten het aantal vernemers per tijdseenheid zien. Bij de omgekeerde J-curve is dit aantal in eerste instantie zeer groot, hetgeen veroorzaakt zou kunnen worden door snelle diffusie (instant-diffusie) via één of meer media. De klokvormige frequentieverdeling die ten grondslag ligt aan de S-curve weerspiegelt de verspreiding van "mond tot mond", waarbij de groei in het proces dan het grootst is, wanneer het aantal "weters" evengroot is als het aantal "nog-niet-weters".¹⁷⁾ Het lijkt ons nu dat de werking van de media m.b.t. de vorm van de diffusiecurve de werking van het "groei-proces" van de mond tot mond verspreiding overtreft, zodat de nieuwsdiffusie-curve uiteindelijk meer lijkt op de omgekeerde J-curve dan op de S-curve.

Er zijn regelmatigheden, samenhangen en tendensen aanwijsbaar, maar een meerdimensionele analyse aan de hand van verwachtheid, nieuwswaarde en tijdstip van newsbreak - die ieder voor zich positieve verbanden toelieten - liep op niets uit. Dit betekent in feite dat een meer samenhangende theorie m.b.t. de diffusie van nieuws moet wachten op een meer onderling samenhangende en systematisch opgezette manier om diffusie-data te verzamelen. Dit laatste echter zou moeten worden voorafgegaan door ontwikkelingswerk op het gebied van de betrouwbaarheid en interne- en externe geldigheid van het onderzoeksschema, zodat met meer inzicht rekening gehouden kan worden met de beperkingen ervan. In ieder geval leveren de onderzoeksgegevens van 71 nieuwsdiffusie-processen genoeg onderlinge samenhang op om ervan uit te kunnen gaan dat het onderzoeksschema niet at random gegevens genereert. Verbetering van dat schema annex het verkrijgen van objectieve inschattingen om haar tekorten ermee te kunnen corrigeren lijkt heel wel mogelijk.

Noten:

1. D. Miller. A Research Note on Mass Communication, in: *American Sociological Review*, 1945, X, p. 691-694.
2. Ons is niet duidelijk of hij hier publicaties of onderzochte nieuwsdiffusie-processen telde. E. Rogers, *Where we are in understanding the diffusion of innovations*, niet gepubliceerd verslag van een voordracht in 1975.
3. Ieder van de tussen haakjes toegevoegde auteurs staat voor een apart diffusie-onderzoek. Zie voor de bibliografische gegevens de genummerde alfabetische literatuurlijst, die apart staat ná het notenapparaat.
4. Overzichten van nieuwsdiffusie-onderzoek geven ook de volgende auteurs: W. Evers, Disseminatieprocessen en massacommunicatie, in *Communicatie Cahiers*, 1967, II, p. 5-48; L. Braeken, *Verspreiding van Nieuws*, Leuven, 1973; K. Rosengren, News Diffusion: an Overview, in *Journalism Quarterly*, 1973, L, p. 83-91.
5. Het begrip "regularity hypothesis" is voor het eerst gebruikt door Hill en Bonjean. Zij doelden daarbij op een huns inziens fundamentele overeenkomst in het diffusiepatroon van verschillende nieuwsdiffusieprocessen. R. Hill & C. Bonjean, News Diffusion: A test of the regularity hypothesis, in: *Journalism Quarterly*, 1964, XLI, p. 336-342.
6. Getallen tussen haakjes verwijzen naar de aparte literatuurlijst aan het eind van dit artikel.
7. Al naar gelang het aantal in de berekening betrokken diffusieprocessen is deze coëfficiënt Spearman's rho of Kendall's tau.
8. K. Rosengren, op. cit. p. 86-87.
9. B. Greenberg, Person-to-person Communication in the Diffusion of News Events, in *Journalism Quarterly*, 1964, XLI, p. 489-494.
10. Vgl. A. Fathi, Problems in Developing Indices of News Value, in: *Journalism Quarterly*, 1973, L, p. 497-501.
11. K. Rosengren, op. cit. p. 87.

12. K. Rosengren. op. cit. p. 89.
13. P. J. Tichenor, G. A. Donohue & C. N. Olien, Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. in: *Public Opinion Quarterly*, 1970, XXXIV, p. 159-170.
14. G. R. Funkhauser & M. E. McCombs, The rise and fall of News Diffusion. in: *Public Opinion Quarterly*, 1971, XXXV, p. 107-113.
15. Zie bijv. voor een 7-tal assumpties: G. R. Funkhauser & M. E. McCombs, Predicting the Diffusion of Information to Mass Audiences. in: *Journal of Mathematical Sociology*, 1972, II, p. 121-130. en L. N. Gray & M. H. von Broembsen, On simple Stochastic Diffusion Models. in: *Journal of Mathematical Sociology*, 1974, III, p. 231-244.
16. Vgl. E. Katz, H. Hamilton & M. Levin, Traditions of Research on the Diffusion of Innovation. in: *American Sociological Review*, 1963, XXVIII, p. 237-252.
17. De geschetste gang van zaken loopt parallel met Coleman's onderscheid in "constant-source-diffusion" en "person-to-person-diffusion" met resp. als groeivergelijking:

$$\frac{dn}{dt} = a \cdot q \text{ en } \frac{dn}{dt} = b \cdot (p \cdot q).$$

waarbij a en b konstanten zijn, p de proportie "weters" en q de "nog-niet-weters". De vergelijkingen zeggen ongeveer dit: de toename (dn) per tijdseenheid (dt) is een vast gedeelte (a) van de "nog-niet-weters", c.q. een vast gedeelte (b) van het aantal contacten tussen "weters" en "nog-niet-weters" (p.q).

J. S. Coleman, *Introduction to Mathematical Sociology*, New York, 1964.

Genummerde alfabetische literatuurlijst m.b.t. de nieuwsfeiten

1. Adams, J., Mullen, J., Wilson, H., Diffusion of a minor foreign news event, *Journalism Quarterly*, 46, 1969, pp. 545-551.
2. Allen, I., Colfax, J., The diffusion of news of LBJ's March 31 decision, *Journalism Quarterly*, 45, 1968, pp. 321-326.
3. Banta, T., The Kennedy assassination: early thoughts and emotions, *Public Opinion Quarterly*, 28, 1964, pp. 216-224.
4. Bogart, L., Spread of news on a local event: a case history, *Public Opinion Quarterly*, 14, 1950, pp. 769-772.
5. Budd, R., McLean, M., Barnes, A., Regularities in the diffusion of two major news events, *Journalism Quarterly*, 43, 1966, pp. 221-230.
6. Burchard, W., *Reaction to the assassination of president Kennedy - a preliminary report*, paper presented to the Midwest Sociological Society, Kansas city, Mo, april 1964.
7. Danbury, T., Berger, C., *Diffusion of political information and its effect on candidate preference*, paper delivered to the Association for Education in Journalism Convention, Syracuse University, August, 1965.
8. Danielson, W., Eisenhowers February decision: a study of news impact, *Journalism Quarterly*, 33, 1956, pp. 433-441.
9. Deutschmann, P., Danielson, W., Diffusion of knowledge of the major news story, *Journalism Quarterly*, 37, 1960, pp. 345-358.
10. Fathi, A., *Diffusion of a news event in a canadian city*, paper presented at the annual meetings of the Canadian Sociology and Anthropology Association in Toronto, Ontario, June, 1969.
11. Fathi, A., News diffusion of a happy event, *Journalism Quarterly*, 50, 1973, pp. 271-277.
12. Fine, G., Recall of information about diffusion of major news events, *Journalism Quarterly*, Winter, 1975, pp. 751-755.
13. Funkhauser, G., Maxwell, E., McCombs, D., The rise and fall of news diffusion, *Public Opinion Quarterly*, 35, 1971, pp. 107-113.
14. Funkhauser, G., McCombs, M., Predicting the diffusion of information to mass audiences, *Journal of Mathematical Sociology*, 2, 1972, pp. 121-130.
15. Greenberg, B., Diffusion of news of the Kennedy assassination, *Public Opinion Quarterly*, 28, 1964, pp. 225-232.
16. Greenberg, B., Person-to-person communication in the diffusion of news events, *Journalism Quarterly*, 41, 1964, pp. 489-494.
17. Greenberg, B., Brinton, J., Farr, R., Diffusion of news about an anticipated news event, *Journal of Broadcasting*, 9, 1965, pp. 129-142.

18. Hamuy, E., Salcedo, D., Sepulveda, O., *El primer satelite artificial: sus efectos en la opinion publica*, Santiago, 1958.
19. Hanneman, G., Greenberg, B., Relevance and diffusion of news of major and minor events, *Journalism Quarterly*, 50, 1973, pp. 433-437.
20. Hill, R., Bonjean, C., News diffusion: a test of the regularity hypothesis, *Journalism Quarterly*, 41, 1964, pp. 336-342.
21. IFD, *Umfragen*, no. 1035, 1062, 2048, 2056. Institut für Demoskopie, Allensbach.
22. Larsen, O., Hill, R., Mass media and interpersonal communications in the diffusion of a news event, *American Sociological Review*, 19, 1954, pp. 426-433.
23. Levy, G., Communications during the Detroit riot, *Journalism Quarterly*, 48, 1971, pp. 339-343.
24. Levy, G., How population subgroups differed in knowledge of six assassinations, *Journalism Quarterly*, 46, 1969, pp. 685-698.
25. Manschot, B., Een onderzoek naar de verspreiding van het nieuws van de prinselijke geboorte, *Communicatie Cahiers*, 2, 1967, pp. 49-79.
26. McNelly, J., Rush, R., Bishop, M., Cosmopolitan media usage in the diffusion of international affairs news, *Journalism Quarterly*, 45, 1968, pp. 329-332.
27. Mendelsohn, H., Broadcast vs. personal sources of information in emergent public crisis: the president assassination, *Journal of Broadcasting*, 8, 1964, pp. 147-156.
28. Miller, D., A research note on mass communication, *American Sociological Review*, 10, 1945, pp. 691-694.
29. NOS, *Luisteren en kijken 1969-1970*, pp. 43,46.
30. O'Keefe, M., The first human heart transplant: a study of diffusion among doctors, *Journalism Quarterly*, 46, 1969, pp. 237-242.
31. Ostlund, L., Interpersonal communication following McGovern's Eagleton decision, *Public Opinion Quarterly*, 37, 1973, pp. 601-610.
32. Rosengren, K., Diffusion of news. The case of Sweden and Apollo 13, *Psykologiskt forsvar*, 51, 1971, Stockholm.
33. Rosengren, K., Nhyetsspridning: Apollo 14 och Sverige, *Sociologisk forskning*, 8, 1971, pp. 222-247.
34. Schwartz, D., How fast does news travel, *Public Opinion Quarterly*, 37, 1973, pp. 625-627.
35. Sheatsly, P., Feldmann, J., A national survey on public relations and behaviour, in: Greenberg, B., Parker, E., *The Kennedy assassination and the american public*, Stanford, 1965, pp. 149-177.
36. Singer, B., Mass media and communication processes in Detroit riot of 1967, *Public Opinion Quarterly*, 34, 1970, pp. 236-245.
37. Spitzer, S., Spitzer, N., Diffusion of news about the Kennedy and Oswald deaths, in: Greenberg, B., Parker, E., *The Kennedy assassination and the american public*, Stanford, 1965, pp. 99-111.
38. Survey Research Center, *Satellites, Science and the public*, Ann Arbor, 1959.

BOEKBESPREKINGEN

Jan Servaes (red.), HET WEB VAN DE MEDIABUSINESS. DOORLICHTING VAN DE BEWUSTZIJNSINDUSTRIE IN VLAANDEREN, Leuven 1979: Kritak, ISBN 90 6303 023 1, 256 biz., tab., ill.

In zijn voorwoord noemt samensteller Servaes enkele beperkingen, waaraan deze uitgave onderhevig is; niet alle aspecten en themata van de bewustzijnsindustrie zullen worden behandeld. Onderwijs, reclame, godsdienst, toerisme, opvoeding . . . zijn naast de massamedia producenten van (vals) bewustzijn, maar enkel de massamedia worden in dit boek onder de loep genomen. En dan nog niet volledig: radio, grammofoonplaat en toneel worden niet behandeld, en bepaalde facetten van andere media (bijvoorbeeld weekbladen en tijdschriften) nauwelijks.

Wat mag de lezer dan wel verwachten? Twaalf bijdragen van evenzoveel auteurs. Het eerste artikel is voornamelijk theoretisch (Jan Servaes: **Naar een bewustzijnsverruimende visie op de bewustzijnsvernuwende industrie**) en bedoeld als 'kapstok' voor de andere bijdragen. Op zeer heldere, goedgedocumenteerde wijze geeft Servaes een theoretische en historische omkadering van het begrip bewustzijnsindustrie, gevolgd door een analyse van structuren en produkten van die industrie. De situatie die zo geschetst wordt stemt niet bijster hoopvol, maar er bestaan alternatieven: van gematigd - binnen de bestaande maatschappelijke orde - tot extreem-alternatieven die een nieuwe maatschappelijke orde vereisen. Deze worden in het kort besproken, en het artikel sluit met een beknopte bibliografie. Dan is het woord aan Cees Hamelink: **De transnationale bewustzijnsindustrie**. Een deel van deze tekst werd eerder gepubliceerd in zijn boek **Derde Wereld en Culturele Emancipatie**, waarvan in **Massacommunicatie** 1979/1 een bespreking verscheen. Ook dit artikel is bondig en helder, geïllustreerd met tal-

rijke voorbeelden van de manier waarop de internationale bewustzijnsindustrie te werk gaat, m.n. in de Derde Wereld. Vervolgens twee 'drieluiken', over televisie en film.

In het eerste drieluik beschrijft William van Laeken de politisering bij de **BRT** en de fabricage van het TV-nieuws, waarbij hij een grote nonchalance constateert. Georges Adé geeft zijn visie op de televisie in het huidige cultuurpatroon, getoetst aan een week Vlaamse televisie: "De kijkbuis wendt het bewustzijn af van de maatschappelijke werkelijkheid en vervangt het door een ander bewustzijn, dat alles vertekent - voornamelijk omdat het alles bijna voorgoed herleidt tot een schouwspel." Willy Courteaux voltooit het drieluik middels een afrekening met de televisiekritiek: hij wil van programmakritiek naar kritiek op het beleid.

Ook drie bijdragen over het medium film; de doorlichting van de productie-, distributie- en consumptiestructuur van de commerciële film in België (Karel Huybrechts) wordt aangevuld met een overzicht van de toestand op het alternatieve filmfront (Harry Eysackers), terwijl Ivo Nelissen de commerciële film op socio-culturele wijze analyseert. Hij haalt onderzoek aan, waaruit blijkt dat gemiddeld 80% van de kijkers de bioscoop opzoekt uit gewoonte en om er vergetelheid te vinden. Nu is er niets op tegen dat het publiek ontspanning wordt geboden, maar men gaat daarbij uit van het feit dat de realiteit van de huidige maatschappij frustrerend werkt. Men aanvaardt dit gegeven als een onvermijdelijke en constante konsekwentie van de welvaart en begroet de film dan als een 'gezonde' compensatie. Volgens Nelissen manipuleert men zo het bewustzijn; enkele film-analysen onderstrepen zijn betoog.

Wim van der Biesen schetst in **Dertig jaar Belgische dagbladers 1948-1978** de economische en commerciële evolutie van de krant, in samenhang met partijpolitieke ontwikkelingen. Luk Boone kritiseert in zijn bijdrage het overheidsbeleid wat betreft steun aan de pers.

Het dozijn wordt volgemaakt met twee artikelen over jeugdlektuur. In zijn algemeen-theoretische uiteenzetting beschrijft Eric Hulsens het ontstaan van een specifieke jeugdlektuur en de rol die zij speelt als socialisatie-instrument. Als voor de hand liggende onderzoekthema's noemt hij o.a.:

1. Welke boeken en bladen worden in het onderwijs gebruikt? Hoe wordt hun keuze verantwoord? Hoe worden ze gebruikt?
2. Hoe functioneert de dag- en weekbladkritiek m.b.t. jeugdlektuur? Welke is haar economische basis?
3. Hoe werkt het bestaande systeem van literaire prijzen en beurzen?

Antwoorden op deze vragen zouden kunnen helpen de ontwikkeling van de jeugdlektuur in een democratische zin om te buigen.

Karin Oosterlinck sluit het boek af met

een analyse van *Suske, Wiske en Studio Vandersteen*, waarbij het maatschappijbeeld in **Suske en Wiske** wordt bekritiseerd: er spreekt minachting uit jegens andere volken en minderheden (veelal afgeschilderd als primitieve barbaren), en een duidelijke tendens van 'law and order'.

Een veelzijdig boek derhalve, de beperkingen hiervóór genoemd in acht nemend. Klein bezwaar is het ontbreken van gegevens omtrent de auteurs; wellicht behoeven de meeste in België geen nadere toelichting, maar in Nederland zal niet iedereen bij de doorsnee lezer bekend verondersteld kunnen worden. Dit doet natuurlijk niets af aan de relevantie van de aangesneden materie; een en ander is *mutatis mutandis* evenzeer van toepassing op de situatie in Nederland. Het boek vormt een waardevolle bijdrage aan de huidige discussie over de bewustzijnsindustrie, speciaal toekomstige ontwikkelingen in aanmerking genomen: viewdata, teletekst en omroepsatellieten zullen aan die bewustzijnsindustrie weldra een nieuwe dimensie toevoegen ...

Nol Reijnders

Haakman A.: **ACHTER DE SPIEGEL; FILM EN FICTIE**. De Bezige Bij, Amsterdam, 1977.

Volgens de tekst achter op dit boek is het een bundel essays waarin Haakman zich bezig houdt "met de pogingen van filmmakers om het leven na te bootsen; met het schijnleven dat de films zelf zijn gaan leiden; en met de wijze waarop praktijk en ideaal elkaar soms raken, zodat een glimp zichtbaar wordt van de werkelijkheid achter de 'donkere spiegel', die de film altijd zal blijven".

Veel is mij na lezing niet duidelijker geworden. Vooral komt dat door de literaire, strikt subjectieve schrijffrant van de auteur die aan zijn lezers hoge eisen stelt. Men moet bereid zijn de auteur te volgen door de labyrinten waar hij niet

alleen uitvoerig over schrijft, maar die hij als stijl voor zijn boek heeft uitgekozen. Het filmgebeuren en zijn relatie met de werkelijkheid is een doolhof waar Haakman een weg door weet te vinden en je moet maar achter hem aanlopen, zonder dat hij anticipeert op eventuele vragen. Hij suggereert zelfs dat hij er soms een doorgang heeft gevonden, een mogelijke doorgang door de doolhof, maar of zijn duidend geschrijf inderdaad naar een uitgang leidt blijft toch maar zeer onduidelijk.

Het eerste deel "reproducties" gaat eigenlijk helemaal niet over film maar over

Haakmans liefde voor technieken die relaties leggen tussen fictie en werkelijkheid, waarbij de reeds genoemde doolhoven en het werk van Athanasius Kircher (over wie hij samen met Pieter Verhoeff een film maakte) centraal staan. Het tweede deel gaat over "ficties (verhaal en samenhang)".

Hierin gaat het wel over film, maar ook deze tocht, hoe interessant ook roept toch eigenlijk meer vragen op dan dat de lezer er wijzer van wordt.

Het derde deel "verificaties (het maakwerk getoetst)" is het helderste, maar helaas het kortste. Vooral aan de hand

van films van Orson Welles en Jacques Rivette worden aardige dingen gezegd over gebeurtenissen waar films over gemaakt zijn. Omdat men de gedachtengang van Haakman niet overal kan volgen irriteert het boek soms. Op andere plaatsen zet het juist aan tot overdenken van zijn beweringen en conclusies. Misschien ligt juist daarin de waarde van dit boek. In elk geval moet men nogal wat films gezien hebben om te weten waar Haakman het van tijd tot tijd over heeft.

H. J. Manders

Gregor U: GESCHICHTE DES FILMS; AB 1960. C. Bertelsmann Verlag, München, 1978.

Het schrijven van een geschiedenis van de film is geen eenvoudige zaak. Tenzij men juist de ontwikkeling in één land wil beschrijven is een overzicht van de internationale ontwikkelingen noodzakelijk. En die is nogal veelsoortig en veel hangt met elkaar samen.

Een ander probleem is de vraag waar op te letten: artistieke elementen (kunststromingen), de economische ontwikkelingen, of de maatschappelijke betekenis?

In Duitsland geldt al geruime tijd het boek "Geschichte des Films" van Ulrich Gregor en Enno Patalas uit 1962 als standaardwerk (in 1973 her-uitgegeven bij C. Bertelsmann Verlag, München), gevolgd door een "Geschichte des modernen Films" (Sigbert Mohn Verlag, Gütersloh, 1965). Dit laatste boek bestaat uit de deels ingekorte, deels aangevulde tekst van de pagina's 299 t/m 440 uit hun eerste boek over de jaren 1940 tot 1959. De periode na 1960 is van in totaal 27 pagina's in 1962 uitgegroeid tot het dubbele in het boek uit 1965.

Van deze laatste pagina's, over de periode na 1960 dus, is nu een nieuw boek verschenen waarin niet alleen een aanvulling over deze periode is opgenomen, maar waarin de geschiedenis volgens enigszins gewijzigde lijnen is geschilderd.

Reeds bij de herdruk van hun eerste boek (in 1973) bleek uit de beide woorden van de auteurs (ieder voor zich) dat zij qua opvatting m.b.t. filmgeschiedschrijving nogal uit elkaar zijn gegroeid. M.n. Enno Patalas was van mening dat zij zowel de film als de geschiedenis onvoldoende recht hadden gedaan. Het is dan ook niet verwonderlijk dat beide auteurs zich bij dit vervolgbok niet hebben gevonden.

Ulrich Gregor heeft het karwei (576 pag. incl. registers) alleen geklaard. Dat ook zijn opvattingen zijn gewijzigd blijkt niet alleen uit het bovenvermelde nawoord uit 1973, maar ook uit dit nieuwe boek. De ontwikkelingen na 1960 vergen ook wel een andere aanpak omdat er met de film wel een en ander is gebeurd:

- kritische en meer geëngageerde filmstromingen;
- grotere greep van het Amerikaanse kapitaal op veel producties;
- invloed van tv op productie, verspreiding en consumptie;
- ontstaan van alternatieve en onafhankelijke productie en verspreiding;
- gegroeide betekenis van de film voor de ontwikkelingslanden;
- e.d.

Om al deze ontwikkelingen tot hun recht te laten komen heeft de auteur andere concepten in zijn geschiedschrijving in-

gevoerd, teneinde tot een meer uitgebreid filmbegrip te komen: "Ein Filmverständnis, das sich nicht nur auf die Autonomie nationaler "Schulen", auf neue ästhetische oder dramaturgische Normen, auf den "Autorenfilm" oder die Generationsablösung reduzieren lässt, sondern das einen erweiterten Raum geschaffen hat für Vorstellungen davon, was Film sein und bewirken kann: für Utopien, neue kinematographische Modelle, neue Form/Inhaltsbeziehungen, neue Produktionsformen und neue Formen der Kommunikation mit dem Zuschauer. Auf diese Phänomene hat sich eine Filmgeschichtsschreibung der Gegenwart, will sie nicht akademisch werden, einzulassen" (pag. 10).

Enigszins in strijd daarmee beweert de auteur echter ook enkele regels verder: "Film ist für diese Filmgeschichte (das ist die subjectieve Entscheidung des Autors) weniger Konsum- oder Wirtschaftsprodukt als vielmehr künstlerisches, ästhetisches oder ideologisches Phänomen".

Centraal in het boek staan toch vooral de regisseurs, maar Gregor heeft getracht hen niet al te geïsoleerd te behandelen, maar ze te plaatsen in een samenhang (stroming, invloed van anderen, ideologie).

Het boek is gericht op een groot publiek. Ervan uitgaand dat de lezers het merendeel van de films niet hebben gezien worden de films nagenoeg allemaal kort beschreven, hetzij inhoud, hetzij stijl, of

beide. (i.t.t. de beide vorige boeken zijn m.n. ook films opgenomen die niet in Duitsland vertoond waren, om op die manier toch het beeld van de buitenlandse productie zo volledig mogelijk te maken).

Werd in de beide eerste boeken m.b.t. Nederland alleen melding gemaakt van Joris Ivens en John Ferno, in dit nieuwe boek worden 2 pagina's aan ons land gewijd, hetgeen tekenend genoemd mag worden voor het belang dat hij aan ons land (niet ten onrechte) toekent. In 2 pagina's kun je natuurlijk niet volledig zijn, maar men kan zich toch voorstellen dat men in 1978 niet alleen volstaat met de verwijzing: "so ist die Aufbruchstimmung von 1966-68 doch vorbei, Routine bestimmte wieder das Bild der Produktion", zonder ook te melden dat zich rond 1973 een sterke opleving heeft voorgedaan, en dat via het Productiefonds de nodige gelden ter beschikking worden gesteld. Ook filmers als Charles Huguenot van der Linden en George Sluizer hoorden m.i. in dit boek te worden vermeld.

Naast literatuurverwijzingen per hoofdstuk bevat de bijlage (in totaal 75 pag.) een korte bibliografie, een personenregister, een overzicht van vermelde productie/verhuurbedrijven, van diverse instituten en organisaties (van archief tot filmcollectieven) en een overzicht van de vermelde films (zowel de duitse als de oorspronkelijke titel).

H. J. Manders

A. W. van den Ban, INLEIDING TOT DE VOORLICHTINGSKUNDE, Boom Meppel/Amsterdam, 1979, vierde herziene druk, ISBN 90 6009 423 9, 288 pag., f 35,—.

Het uitkomen van een nieuwe (herziene) druk van een bepaald boek kan bij de lezer de vraag oproepen naar de achterliggende redenen van een dergelijke nieuwe uitgave.

Van den Ban geeft hiervoor in zijn voorwoord twee redenen, namelijk dat "het vak voorlichtingskunde in de afgelopen vijf jaar op diverse hogere beroepsoplei-

dingen en universiteiten in het onderwijsprogramma is opgenomen" en "bovendien is er in de afgelopen vijf jaar zoveel binnen de voorlichtingskunde veranderd dat het boek voor bijna de helft herschreven moest worden". Hier voegt de auteur terecht aan toe "dat de grondgedachte van waaruit het boek herschreven is dezelfde is gebleven" (p. 8).

Toch zijn er duidelijke verschillen te constateren met de vorige druk uit 1974. Het boek is omvangrijker geworden (nu 288 pagina's, was 254 pagina's). De praktijkvoorbeelden hebben niet alleen meer betrekking op landbouwvoorlichting, maar zijn uitgebreid met andere voorlichtingswerkvelden, zoals gezondheidsvoorlichting en overheidsvoorlichting. Verder zijn in de nieuwe druk na ieder hoofdstuk een aantal discussievragen toegevoegd, wat de bruikbaarheid van deze inleiding, met name voor onderwijsdoeleinden, alleen maar vergroot.

Een fundamentele verandering, in vergelijking met de vorige druk, is het verwerpen van de *Douwma-Flesch-leesbaarheidsformule* ten faveure van de *methode-Langer*; "We geven nu de voorkeur aan de methode van Langer e.a., omdat deze een beter beeld geeft van alle factoren die de begrijpelijkheid beïnvloeden en omdat duidelijk bewezen is dat het herschrijven van een tekst volgens deze principes de informatieoverdracht ten goede komt" (p. 122). Het is jammer, dat de auteur de *methode-Langer* niet uitvoeriger beschrijft zoals hij deed met de *Douwma-Flesch-formule* in de vorige druk.

De meest fundamentele verandering, in vergelijking met de vorige druk, is de definiëring van zowel *voorlichting* als *voorlichtingskunde*.

In de vorige druk omschreef Van den Ban voorlichting als opzettelijke hulp bij besluitvorming. In deze vierde herziene druk stelt hij dat het bij voorlichting, ondanks de verwarring over het woord voorlichting, steeds gaat over "bewust gegeven hulp bij *menings- en besluitvorming*" (p. 12). Weliswaar zijn er verschillen, zoals:

1. De vraag of men zich richt op meningsvorming of ook aandacht geeft aan besluitvorming.

2. De vraag of men alleen aandacht besteedt aan kennisvermeerdering of ook aan het helpen bewust worden van problemen en het verhelderen van eigen doelen en mogelijkheden van de cliënten.

3. De mate waarin de voorlichter één bepaalde mening of één besluit optimaal acht voor zijn cliënten (p. 12).

Van den Ban kiest voor hulp bij besluitvorming, waarbij ook aandacht geschonken wordt aan het bewust worden van problemen en het verhelderen van de eigen doelen en mogelijkheden van de cliënten, waarbij de voorlichter het aan zijn cliënten overlaat een in zijn situatie en voor zijn doeleinden optimaal besluit te kiezen. Daarbij lijkt de eerder genoemde definitie van voorlichting, zoals die in de vorige druk geformuleerd werd (hulp bij besluitvorming) toch gehandhaafd. Van den Ban geeft in de nieuwe druk echter duidelijk aan dat er ook andere typen voorlichting kunnen zijn, alleen dat *zijn* keuze valt op wat in het duitstalige vakgebied "Beratung" wordt genoemd.

Een dergelijke zienswijze sluit aan bij de praktijk van de landbouwvoorlichting (zoals bekend doceert Van den Ban voorlichtingskunde aan de *Landbouw Hogeschool te Wageningen*). Toch kunnen de lezers die geïnteresseerd zijn in een ander type voorlichting eveneens bruikbare informatie vinden in dit boek. De basiskennis die noodzakelijk is voor ieder werkveld van voorlichting is namelijk in deze inleiding terug te vinden.

Zoals reeds gesteld is ook de definiëring van voorlichtingskunde in deze nieuwe druk herzien. Volgens Van den Ban is "voorlichtingskunde de wetenschap die zich bezig houdt met de *strategische* vragen die samenhangen met het proces van voorlichting" (p. 29; in de vorige druk: de wetenschap van het voorlichten). Belangrijke strategische vragen zijn bijvoorbeeld: waarom geeft men voorlichting, wat is het doel van de voorlichting, wie moet voorgelicht worden, moet de inhoud van de voorlichting betrekking hebben op één of meerdere onderwerpen, tracht de voorlichter een oplossing te geven voor het probleem of begeleidt hij zijn cliënt bij het zoeken van een oplossing, welke methode past men toe, hoe evalueert men het voorlichtingswerk en hoe is de voorlichtingsdienst georga-

niseerd? (p. 9-31).

Volgens de auteur is het meeste voorlichtingskundige onderzoek tot dusver gericht geweest op de keuze en het gebruik van de verschillende voorlichtingsmethoden. Naar de mening van Van den Ban komt echter de laatste tijd bij voorlichtingsdeskundigen steeds meer belangstelling voor de doelen van voorlichting en de relatie tussen de voorlichter en zijn cliënten (p. 31).

De persoonlijke voorkeur van de auteur in deze komt onze inziens in dit boek niet duidelijk genoeg tot uitdrukking.

Gezien de door Van den Ban genoemde strategische vragen beschouwt hij voorlichting als een vorm van bewuste sociale beïnvloeding. Voorlichting is daartoe echter niet altijd het meest geschikte instrument. Om te weten te komen, wanneer het wel en wanneer het niet wenselijk is gebruik te maken van voorlichting, is inzicht vereist in verschillende (andere) methoden ter beïnvloeding van het menselijk gedrag. De auteur gaat hier in het derde hoofdstuk (summary) op in.

De mate waarin men het menselijk gedrag mag beïnvloeden is een ethisch vraagstuk. Aan de hand van een bespreking van vijf praktijksituaties komen ook deze ethische aspecten van de voorlichting in dit boek aan de orde (hoofdstuk 4). Vanaf het vijfde hoofdstuk gaat de auteur in op de vele problemen die zich voordoen bij het opzetten en uitvoeren van

een voorlichtings-activiteit. Eerst wordt uiteengezet *hoe* de cliënten *gebruik maken* van voorlichting (hoofdstuk 5), daarna *welke voorlichtingsmethoden* gebruikt kunnen worden (op zowel macro, meso als microniveau; hoofdstuk 6). In het zevende hoofdstuk worden deze gegevens van de vorige twee hoofdstukken concreet uitgewerkt in een aantal stappen, die gezet moeten worden om een effectief *voorlichtingsprogramma* op te stellen. Daarbij worden zeven kernpunten van een voorlichtingsprogramma besproken: de beginsituatie, doelformulering, doelgroepen, inhoud, methoden, organisatie en evaluatie.

Het laatste punt, de *evaluatie van een voorlichtingsprogramma*, wordt in het achtste hoofdstuk uitgewerkt.

Het boek wordt afgesloten met twee hoofdstukken, waarin de organisatorische aspecten van het voorlichtingswerk aan de orde komen (leiding geven, rol en taak van de voorlichter).

Concluderend kan men stellen, dat het een uitstekend bruikbare inleiding in de voorlichtingskunde is, waar niet alleen de Nederlandse universiteiten en beroepsopleidingen van kunnen profiteren, maar binnenkort ook het duitstalige vakgebied, aangezien Professor Wehland uit Bonn bezig is met een duitse bewerking van dit boek.

Cees van Riel

KORTE BESPREKINGEN

Sirkka Minkkinen, *Massamedia-opvoeding, een algemeen leerplanmodel*, Amsterdam 1979: Stichting Audio-Visuele Vorming, 122 blz., fl. 10,—.

Een vorig jaar in opdracht van UNESCO gemaakt leerplanmodel massamedia-opvoeding, is nu in het nederlands gepubliceerd door de *Stichting Audiovisuele Vorming*.

Dit leerplanmodel (oorspronkelijk: *A General Curricular Model for Mass Media Education*) is gebaseerd op materiaal dat in de periode 1974-1977 is verzameld in België, West-Duitsland, Denemarken, Engeland, Frankrijk, Nederland, Finland, Italië, Sovjet-Unie, Verenigde Staten en Zweden.

Sirkka Minkkinen, mediadeskundige uit Finland, kreeg de opdracht een model samen te stellen dat gericht was op het leren begrijpen en kritisch leren gebruiken van de verschillende media door leerlingen in het voortgezet onderwijs. Het moest als leidraad kunnen dienen voor docenten media-opvoeding in verschillende landen en verschillende omstandigheden.

Het eerste ontwerp werd bijgesteld na bespreking door een internationale werkgroep van deskundigen, op initiatief van UNESCO bijeengroepen. De definitieve versie bestaat uit vijf hoofdstukken; daarin wordt allereerst een omschrijving gegeven van het begrip massamedia-opvoeding, vooral in relatie tot begrippen als 'filmvorming' en 'audiovisuele vorming'. Vervolgens komt de motivering aan de orde van waaruit in de verschillende landen is gekozen voor een plaats van de massamedia-opvoeding binnen het onderwijsprogramma.

Het derde hoofdstuk gaat over de relatie tussen media-opvoeding en de belangrijkste algemene leer- en vormingsdoelen in het onderwijs. De doelstellingen van de massamedia-opvoeding komen uitvoerig aan de orde.

Het grootste deel van het boek is gewijd aan een beschrijving van lesinhouden en methoden. Daarbij worden veel praktijkvoorbeelden en suggesties gegeven. Het is echter geen 'receptenboek' geworden; de bedoeling is veeleer de uitgangspunten te verduidelijken en een aanzet te geven tot inbouw in het eigen schoolwerkplan. Het boek kan besteld worden bij de *Stichting Audiovisuele Vorming*, Oudezijds Voorburgwal 129, 1012 EP Amsterdam, telefoon 020 - 258322/250013.

N. R.

Mediapakket als wegwijzer in medialand.

Onlangs is op de **School voor de Journalistiek** in Utrecht een boekwerkje verschenen over de diverse media. Het is in eerste instantie bedoeld voor studenten van de **SvdJ**, maar ook andere geïnteresseerden kunnen het boek bestellen. In deze uitgave passeren diverse media de revue; niet op een uitgebreide en ingewikkelde manier, maar als 'binnenkomer' die een verdere oriëntatie kan vergemakkelijken. Het pakket is verdeeld in vijf hoofdstukken en telt 87 pagina's. Het eerste hoofdstuk behandelt de geschiedenis van de pers en geeft een overzicht van de landelijke dagbladen. Voorts aandacht voor de weekbladen, m.n. de opiniebladen.

Hoofdstuk drie handelt over redaktiestatuut, stakingsrecht, freelancers en persburo's. In het vierde hoofdstuk aandacht voor het Nederlandse omroepbestel en tenslotte een overzicht van pers, radio en televisie in Duitsland, Frankrijk, Engeland en de Verenigde Staten.

Verskillende onderwerpen komen nog niet voor in deze publikatie; het is de bedoeling om supplementen uit te brengen waarin nieuwe onderwerpen worden behandeld, 'oude' worden aangevuld.

Het **mediapakket** is te bestellen door overmaking van fl. 15,— (kostprijs pakket fl. 12,— incl. verzending + tweemaal een supplement) op giro 1366190 van de **School voor de Journalistiek** in Utrecht o.v.v. **mediapakket**.

Eenmaal per jaar zal er een supplement uitkomen; degenen die het pakket nu bestellen krijgen tweemaal automatisch het supplement. De supplementen daarna zullen in **De Journalist** worden aangekondigd; die zullen apart besteld en betaald moeten worden. Het boek is losbladig en geperforeerd.

werkgroep Mediapakket

Wim Kuin, Notuleren, oriëntatie en handleiding, Alphen aan den Rijn 1979: Samson, ISBN 90 14 02732 X, 218 blz., ill., reg., fl. 37,50.

Notuleren is een verzamelnaam voor alle activiteiten, die te maken hebben met het tot stand doen komen van een schriftelijk verslag van een vergadering.

Met zijn publikatie - zo ongeveer de eerste op dit gebied - richt Kuin zich tot twee doelgroepen: enerzijds voorzitters en deelnemers aan vergaderingen, anderzijds de notulisten van die vergaderingen. Voor de eerste groep is deel 1 van het boek bestemd; in ongeveer 50 pagina's zet Kuin uiteen hoe de deelnemers aan de vergadering het werk voor de notulist kunnen vergemakkelijken door een beter inzicht in diens moeilijke taak: 'iedere vergadering krijgt de notulen die zij verdient'.

De delen 2, 3 en 4 zijn speciaal bestemd voor de notulist en behandelen achtereenvolgens voorbereiding **voor**, registratie **tijdens**, en uitwerking **na** de vergadering.

Het hele boek is gelardeerd met voorbeelden en illustraties uit de praktijk; bovendien voorzien van een register wat de

toegankelijkheid nog bevordert. Een prima handleiding.

N. R.

Jan Renkema, Schrijfwijzer, handboek voor duidelijk taalgebruik, Den Haag 1979: Staatsuitgeverij, ISBN 90 12 02552 4, 202 blz., lit., reg., fl. 20,—.

Het **Staatsdrukkerij- en Uitgeverijbedrijf** (SDUB) vierde onlangs zijn 400-jarig bestaan; jaarlijks verschijnen daar 20.000 pagina's **Kamerstukken**, 9.000 pagina's **Handelingen der Staten-Generaal, Staats- en Tractatenbladen**, en dagelijks een **Nederlandse Staatscourant**. Daarnaast honderden informatieve uitgaven met een educatief, cultureel of documentair karakter; onder deze noemer valt ook de **Schrijfwijzer**. Hierin moest een antwoord gevonden worden op de vragen die steeds weer opdoemen bij het schrijven van brieven, rapporten, nota's en voorlichtende teksten.

De **Commissie Duidelijke Taal**, in 1973 ingesteld door de toenmalige Kamervoorzitter A. Vondeling, concludeerde dat er veel behoefte bestond aan een uitgebreide taalkundige handleiding voor schrijvende ambtenaren, omdat 'de taal van de overheid lang niet altijd duidelijke taal is'.

Renkema wijst in zijn boek de goede richting, nergens met dwang, maar overal zinnig beargumenteerd en met voorbeelden gestaafd. Naast hoofdstukken over opbouw van de tekst en zinsbouw, veel aandacht voor woordgebruik, leestekens en spellingskwesaties. Een uitvoerige literatuurlijst en een minitieuw register completeren het geheel en maken niet enkel **wijs**, maar ook **helder** schrijven mogelijk voor alwie daarin is geïnteresseerd.

N. R.

INHOUD JAARGANG 7 1979

– ARTIKELEN –

- Boukema, mr. H. J. M., *President en persroedel* (165)
Brants, K., *Declaraties en communicaties* (1)
Evers, drs. W. J. M./drs. P. Hoogveld, *Onderzoek van nieuwsdiffusie* (223)
Gerbner, prof. dr. G., *Television's influence on values and behavior* (215)
Hamelink, dr. C. J., *Informatica en een nieuwe informatie-orde* (90)
Hendriksen, drs. P. M., *Omroepen in de woestijn* (55)
McQuail, prof. D., *The uses and gratifications approach: past, troubles and future* (73)
de Meyer, G., *Het productieproces van fonografische populaire muziek* (181)
Oorburg, drs. J./drs. W. Wartena, *Enzensberger en de kleine media* (115)
Reijnders, A. D./C. B. M. van Riel, *Sommatie '79* (33)
Stoppelman, drs. B., *Do media reach those who they want to reach?* (45)
Verstraeten, drs. H., *Bijdrage voor een politieke economie van de massamedia in België; inleiding tot de theorie* (129)

– ONDERZOEKSVERSLAG –

- De invloed van de TV-serie *Roots* (28), Studok-Dossier NOS.
De televisie als leermiddel voor de Open School (22), Diederik Kersten/Oene Wiegman.
Probleemervaring, informatie-zoekend gedrag en gemeentevorlichting (67), Cees van Riel/Henk Verhagen.

– KRONIEK –

- 8e Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap (13), F. Saeys.

– BOEKBESPREKINGEN –

- Boersema, B. R. C. A., *De linie 1946-1963. Een weekblad in handen van jezuïten. Onderzoek naar de pers als middel tot apostolaat*. Amsterdam 1978 (Hans van den Heuvel, 160)
van den Ban, A. W., *Inleiding tot de voorlichtingskunde*, 4e geheel herziene druk, Meppel 1979 (Cees van Riel, 238)
Gregor, U., *Geschichte des Films ab 1960*, München 1978 (Harry Manders, 237)
Haakman, A., *Achter de spiegel, film en fictie*, Amsterdam 1977 (Harry Manders, 236)
Hamelink, dr. C. J., *De mythe van de vrije informatie*. Baarn 1978 (Cees van Riel, 18)

- Hamelink, dr. C. J., *Derde Wereld en culturele emancipatie*. Baarn 1978 (Nol Reijnders, 20)
- Schneider, dr. M./dr. J. Hemels, *De Nederlandse krant 1618-1978, van 'nieuwstydninghe' tot dagblad*. Baarn 1979 (Nol Reijnders, 104)
- Servaes, J. (red.), *Het web van de mediabusiness. Doorlichting van de bewustzijnsindustrie in Vlaanderen*. Leuven 1979 (Nol Reijnders, 235)
- Vakgroep Massacommunicatie/Interfacultaire vakgroep esthetica en cultuurfilosofie, *Varianten van kunstcritiek*. Amsterdam 1978 (Jan Both, 17)

– KORTE BESPREKINGEN –

- Bardoel, drs. J./R. H. van Bergen (samenstellers), *NOS in alle openheid. Gesprekken over tien jaar omroepwet en tien jaar NOS*. Hilversum 1979 (Nol Reijnders, 109)
- Beleidsvoornemens Regionale Radio-omroep bekend gemaakt* (Persbericht CRM, 108)
- Beljon, J./J. van Poppel, *Eindverslag onderzoek regionale radio-omroep deel 1*. Tilburg 1979 (Nol Reijnders, 109)
- van Diggele, W. J./drs. P. de Ruyter, *De relatie burgerij en gemeentelijke overheid in Apeldoorn*. Apeldoorn 1979 (Nol Reijnders, 110)
- Edens, B., *Van stamelaar tot redenaar*. Deventer 1979 (Nol Reijnders, 110)
- Heideman, A. J., *De Graafschapper, van ideaal tot kruidenierswaar*. Zutphen 1979 (Cees van Riel, 112)
- Houwaart, D. (samensteller), *Nieuws, 150 jaar krantenkijk op de wereld*. Den Haag 1978 (Nol Reijnders, 112)
- Kuin, W., *Notuleren, oriëntatie en handleiding*. Alphen a/d Rijn 1979 (Nol Reijnders, 242)
- Minkkinen, S., *Massamedia-opvoeding, een algemeen leerplanmodel*, Amsterdam 1979 (Nol Reijnders, 241)
- Onderzoek, interuniversitair bulletin van de 13 Nederlandse universiteiten en hogescholen* (Nol Reijnders, 112)
- Renkema, drs. J., *Schrijfwijzer, handboek voor duidelijk taalgebruik*. Den Haag 1979 (Nol Reijnders, 242)
- Unesco-uitgaven* (Jack Saarloos, 15)
- van der Voort, drs. T. H. A./F. Beekenkamp, *Educatieve televisie voor volwassenen*. Hilversum 1978 (Nol Reijnders, 111)
- Mediapakket*, Utrecht 1979 (Nol Reijnders, 241)

GEGEVENS OMTRENT DE AUTEURS

Prof. dr. G. Gerbner is hoofd van The Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania (USA).

Drs. W. Evers is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan het Instituut voor Massacommunicatie, K.U. Nijmegen.

Drs. P. Hoogveld is werkzaam bij de Afdeling Voorlichting van de Gemeente Nijmegen.

Drs. H. Manders is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan het Instituut voor Massacommunicatie, K.U. Nijmegen.

Drs. C. B. M. van Riel is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan de vakgroep andragogiek, R.U. Leiden.

A. D. Reijnders is doktoraal-student publicistiek, K.U. Nijmegen.

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE

De Stichting Onderzoek Massacommunicatie organiseert eind maart 1980 weer een seminar, onder de titel

SOMMATIE 80,

**de toekomst van de media
de media van de toekomst**

– TOELICHTING EN THEMA –

De overwegend positieve uitkomsten van de enquête onder de deelnemers aan het door het barre winterweer gehinderde SOMMATIE 79, zijn voor de Stichting Onderzoek Massacommunicatie aanleiding in 1980 wederom een seminar te houden.

In het komende decennium zijn grote veranderingen in de mediawereld te verwachten door tal van maatschappelijke, en vooral technische ontwikkelingen; bijv. satelliet, kabel, viewdata/teletekst, nieuwe video-registratietechnieken e.d.

Hoe zullen de *bestaande* media hierop reageren?
Zullen zij hun plaats behouden of een nieuwe gaan innemen?
Hoe zal het medialandschap er over tien jaar uitzien?

Deze problematiek zal worden belicht vanuit drie mediasectoren: de dagbladen, de omroep en de tijdschriften.

Daarbij wordt het onderwerp steeds vanuit twee invalshoeken benaderd, nl. vanuit het massacommunicatie-onderzoek en vanuit de beleidspraktijk.

Uit de enquête bleek ook, dat bij veel deelnemers in 1979 de wens leefde naar meer mogelijkheden voor persoonlijk contact en discussie. Daarom is voor 1980 het seminar uitgebreid tot 2¹/₂ dag, zodat hiervoor meer tijd beschikbaar is. Tijdens het seminar zullen diverse presentaties en/of demonstraties worden gegeven van een aantal nieuwe technische ontwikkelingen.

– DATA EN PLAATS –

SOMMATIE 80 begint woensdagmiddag 26 maart na de lunch en eindigt vrijdagmiddag 28 maart om 16.00 uur.

De goede ervaringen in 1979 waren een aansporing opnieuw het ontmoetingscentrum "KONINGSHOF" in Veldhoven (bij Eindhoven)

als conferentieoord te kiezen. "Koningshof" is per trein en bus via Eindhoven bereikbaar, en - uiteraard - ook per auto.

Tijdens het seminar overnachten alle deelnemers op de "Koningshof".

- SPREKERS -

Voor dit aan *pers* en *omroep* in de tachtiger jaren gewijde seminar hebben de volgende sprekers zich bereid verklaard een bijdrage te leveren:

Dagbladen: **prof. dr Ulrich Saxer**, Universiteit van Zürich
dr J. P. S. van Neerven, Directeur Cebuco, Amsterdam

Omroep: **dr Olof Hultén**, Long term planner Sveriges Radio, Stockholm
P. te Nuyl, Adviseur VARA, voorzitter van Conamus, Soest

Tijdschriften: **Günther Pratz**, Hoofd Marktonderzoek Grüner und Jahr A.G. & Co.,
Joop C. Swart, VNU, Amsterdam

Naast de op de specifieke media toegespitste beschouwingen, die van deze sprekers te verwachten zijn, zal op een meer integrale benadering kunnen worden gerekend van de zijde van:

prof. dr James D. Halloran, Universiteit van Leicester, en
dr ir K. Teer, Directeur Natuurkundig Laboratorium N.V. Philips Gloeilampenfabrieken, Eindhoven

- TAAL -

De inleiders zijn vrij te kiezen tussen nederlands, engels en Duits; de deelnemers zijn voor de discussie ook vrij, mits ze in voorkomende gevallen een vertaling door de voorzitter van de bijeenkomst voor lief nemen.

- DOELGROEP -

Evenals vorig maal is het seminar bedoeld voor onderzoekers (van universiteiten, van media, van onderzoekinstellingen, bedrijven en organisaties) en voor hen die vanuit onderwijs of beleid met onderzoek te maken hebben.

- PROGRAMMA EN TEKSTEN -

Aan de deelnemers wordt t.z.t. het gedetailleerde programma toegestuurd waarin de sprekers, onderwerpen en de dagindeling zijn vermeld. Er wordt naar gestreefd vóór het seminar de congrespapers aan de deelnemers toe te zenden.

— KOSTEN VAN DEELNAME —

De kosten van deelname aan het seminar bedragen f 590,— per persoon. In dit bedrag zijn begrepen: 2 overnachtingen met ontbijt, diner op woensdag- en donderdagavond, lunch op donderdag en vrijdag, koffie en thee tijdens de pauzes, en de congrespapers.

Voor "junioronderzoekers" kan een reductie op de deelnemersprijs worden toegestaan. Voor hen is de prijs f 300,—.

De beslissing omtrent toepassing van deze kwalificatie berust bij het SOM-bestuur; hierover dient vóór de aanmelding overleg gepleegd te worden (NIVEKON, telefoon 070-264341).

— AANMELDING —

Aanmelding is mogelijk vanaf heden. Teneinde een optimaal contact tussen de aanwezigen te bevorderen zal het aantal deelnemers beperkt worden tot ca. 90.

Na ontvangst van de aanmelding ontvangt men een faktuur.

Bevestiging van reservering van een plaats zal pas worden toegestuurd na ontvangst van het verschuldigde bedrag op postgiro 3425092 of bankrekening 671211501 van de penningmeester van de SOM (bank: NMB, Haarlem).

Geen toegang wordt verleend aan personen waarvan de deelnemersprijs niet is ontvangen.

AANMELDING UITERLIJK OP 26 FEBRUARI 1980 door inzenden van het formulier aan NIVEKON, Van Alkemadeaan 700, Den Haag, tel.: 070-264341, toestel 344.

— ANNULERING —

Annulering dient uitsluitend **SCHRIFTELIJK** of per **TELEX** (32626) te geschieden. Bij annulering vóór 8 maart is 20% van de totale seminarkosten verschuldigd, daarna 50%. Bij annulering na 24 maart kan geen restitutie meer gegeven worden.

— VOORBEREIDINGSCOMMISSIE —

Dit seminar wordt voorbereid door de ondergenoemde bestuursleden van de Stichting Onderzoek Massacommunicatie:

drs P. M. Hendriksen, Nederlandse Omroep Stichting, Hilversum

drs A. C. H. Kuijpers, voorzitter SOM, Philips Nederland, Eindhoven

drs J. D. Noordhoff, penningmeester SOM, Rosmalen

dr J. G. Stappers, Instituut voor Massacommunicatie, Kath. Universiteit, Nijmegen

C. Eweg, secretaris Stichting Onderzoek Massacommunicatie, p/a NIVE, Den Haag

----- ✂ -----

AANMELDINGSFORMULIER

NIVEKON, Van Alkemadelaan 700, 2597 AW Den Haag
Zo spoedig mogelijk, doch uiterlijk 26 februari 1980 inzenden!

Ondergetekende

werkzaam bij

functie

adres

postcode te

wenst deel te nemen aan SOMMATIE 80, in de "Koningshof" te Veldhoven op
26, 27 en 28 maart 1980

(Deze aanmelding is slechts van kracht na ontvangst van de bevestiging, die
wordt toegezonden nadat het verschuldigde bedrag is ontvangen)

Ondergetekende heeft kennis genomen van de annuleringsregeling.

Datum: Handtekening: