

Verschijnt
tweemaandelijks

December
1980

MASSA COMMUNICATIE

VIII/6

1980

Inhoud nr. 6, jaargang 8, 1980

Drs. E. Hollander

Het MacBride-rapport en Development Communication (p. 261)

Dr. H. Lamers

Over geloofwaardigheid van begrijpelijke taal (p. 268)

Drs. P. Vierkant

Het functioneren van het telefoonpanel van de Nederlandse Omroep
Stichting, seizoen 1977-1978 (p. 279)

Kroniek

VPRO-prijsvraag over een nieuwe omroepstructuur (p. 290)

UNESCO-uitgaven (p. 291)

Media en maatschappelijke verantwoordelijkheid (p. 292)

MASSACOMMUNICATIE

wordt uitgegeven door de

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

onder redactie van:

prof. dr. E. de Bens, prof. dr. E. Diemer,
prof. dr. G. Fauconnier, drs. P. M. Hendriksen *,
dr. H. van den Heuvel *, prof. dr. G. van Parys *,
drs. H. J. Smets, prof. dr. J. G. Stappers *,
drs. J. Wieten, drs. C. J. van Woerkum

* leden kernredactie

sekretariaat:

drs. 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 48,— |
| buitenland | : f 65,— |
| studentenabonnement | : f 30,— |
| los nummer | : f 10,— |
| dubbelnummer | : f 20,— |

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

HET MACBRIDE-RAPPORT EN DEVELOPMENT COMMUNICATION

Het in november 1979 gereedgekomen rapport van de commissie MacBride heeft na verschijnen in februari 1980 nogal wat stof doen opwaaien. In haar reacties spreekt de westerse pers veelal van een aantasting van de persvrijheid terwijl het tijdschrift *Media Asia*, uitgegeven in Singapore, van het rapport zegt: ". . . unlike the euphoria and optimism which accompanied the release of the interim report, the final 576-page document was disappointing to those who had expected it to pave the way for a new world information order".¹⁾ En getuige de laatste berichten van de Algemene Unesco-vergadering in Belgrado viel ook daar weinig consensus te bereiken.

De commissie MacBride, of voluit *International commission for the study of communication problems* werd eind 1977 ingesteld door Unesco directeur-generaal Amadou-Mahtar M'Bow, nadat tijdens de Algemene Unesco-vergadering te Nairobi in 1976 een poging om te komen tot een declaratie over het gebruik van de massamedia in felle politieke discussies was verzand. De omvang en complexiteit van deze problematiek komen tot uiting in de taakstelling van de commissie MacBride welke inhoud:

- to study the current situation in the field of communication and information and identify problems which call for new action at the international level, taking into account the diversity of socio-economic conditions and levels and types of development;
- to pay particular attention, within the framework of this study, to problems relating to the free and balanced flow of information in the world, as well as the specific needs of developing countries;
- to analyse communication problems, in all their different aspects, within the perspective of establishment of a new international economic order and the initiatives to be undertaken to favour the installation of a 'new world information order';
- to define the role which communication might play in sensitizing public opinion to the major problems confronting the world and in helping towards their progressive solution through concerted national and international action;
- to define the new role which communication media of every kind could play in furthering the progress of education, science and culture, taking account of the diversity of situations in the world.²⁾

Het politieke gewicht van het rapport van de commissie MacBride werd teruggebracht toen in 1978 tijdens de Algemene Unesco-vergadering in Parijs na

lange discussies uiteindelijk overeenstemming werd bereikt over een nieuwe declaratie over de massamedia; waarin i.t.t. Nairobi niet meer gesproken wordt over het *gebruik* van de massamedia maar over de *bijdrage* van de massamedia. Tijdens diezelfde conferentie werd het interim-rapport van de commissie MacBride nogal bekritiseerd, vooral van Westerse zijde. Het eindresultaat lijkt thans, gezien de reacties, voor de Westerse landen toch nog te ver te gaan en voor de ontwikkelingslanden niet ver genoeg, terwijl er andere stemmen zijn die zeggen dat in feite in het eindrapport voor eenieder wel wat van zijn gading te vinden is.

Bij lezing van het rapport krijgt men inderdaad het vermoeden dat de commissie gewoon niet klaar gekomen is binnen de gestelde periode. Het rapport geeft een inventarisatie van probleemgebieden, er worden conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan maar het ontbreekt aan een gericht betoog, er zit weinig lijn in. Deze onzekerheid over de te volgen koers komt al naar voren in de inleiding op de conclusies waar gesteld wordt dat "Communication can be an instrument of power, a revolutionary weapon, a commercial product, or a means of education; it can serve the ends of either liberation or of oppression, of either the growth of the individual personality or of drilling human beings into uniformity. Each society must choose the best way to approach the task facing all of us and to find the means to overcome the material, social and political constraints that impede progress". Vervolgens geeft het rapport een aantal conclusies en 82 aanbevelingen welke een richtsnoer moeten vormen voor de ontwikkeling van een nieuwe informatie- en communicatie-orde.

Uit het geheel van de aanbevelingen komt echter geen duidelijk beeld naar voren van wat de commissie zich voorstelt van een nieuwe communicatie- en informatie-orde; de aanbevelingen blijven een verzameling van op zich waardevolle opmerkingen. Wie kiest vóór het rapport MacBride weet in feite niet waarvoor hij kiest want tegenover elke positieve interpretatie van een of meer aanbevelingen zijn wel negatieve interpretaties te vinden. Zo valt er op zich weinig bezwaar te maken tegen aanbeveling nr. 40, waarin gesproken wordt over 'broad educational preparation and specific professional training' voor journalisten. Toch is hiertegen ingebracht dat een dergelijke formulering makkelijk kan leiden tot een vorm van 'licensing' voor journalisten, en dat is een minder goede zaak. Op die wijze valt over bijna iedere aanbeveling te discussiëren en dat zien we dan ook gebeuren in de reacties op het rapport.

– NEDERLANDSE REAKTIES OP HET RAPPORT –

Ook het colloquium over het MacBride-rapport, wat op 29 en 30 mei 1980 in Amersfoort gehouden werd onder auspiciën van de *Nationale Unesco Commissie* werd gekenmerkt door verschillen in interpretatie en geringe consensus over deel V van het rapport, de conclusies en aanbevelingen. Ongeveer 50 personen die allen enige vertrouwde hebben met de problematiek van de internationale communicatie waren bijeen om aan de hand van een zestal inleidingen te discussiëren over het rapport. De inleidingen hadden betrekking op de volgende aspecten: de rol van multinationale ondernemingen op commu-

nicatiegebied (dr. C. J. Hamelink), de achtergronden van het rapport en de economische aspecten van communicatieproblematiek (drs. J. P. Pronk), facetten van praktische journalistiek (drs. M. L. Sniijders), staatsrechtelijke en internationaalrechtelijke aspecten (dr. J. M. de Meij), het MacBride-rapport en de plattelandsontwikkeling (dr. N. G. Röling) en de problemen van de gegevensstroom (mr. F. Kuitenbrouwer).

Een belangrijk deel van de discussie had betrekking op twee punten uit het rapport, nl. de conclusie waarin gesproken wordt over het belang van een nationaal communicatiebeleid en aanbeveling nr. 78 waarin de oprichting voorgesteld wordt van een "International Centre for the Study and Planning of Information and Communication, within the framework of Unesco". De conclusie over het communicatiebeleid en de daaraan voorafgaande conclusies luiden als volgt:

- A.3. Our conclusions are founded on the firm conviction that communication is a basic individual right, as well as a collective one required by all communities and nations. Freedom of information - and, more specifically the right to seek, receive and impart information - is a fundamental human right; indeed, a prerequisite for many others. The inherent nature of communication means that its fullest possible exercise and potential depend on the surrounding political, social and economic conditions, the most vital of these being democracy within countries and equal, democratic relations between them. It is in this context that democratization of communication at national and international levels, as well as the larger role of communication in democratizing society, acquires utmost importance.
- A.4. For these purposes it is essential to develop comprehensive national communication policies linked to overall social, cultural and economic development objectives. Such policies should evolve from broad consultations with all sectors concerned and adequate mechanisms for wide participation of organized social groups in their definition and implementation. National governments as much as the international community should recognize the urgency of according communications higher priority in planning and funding. Every country should develop its communication patterns in accordance with its own conditions, needs and traditions, thus strengthening its integrity, independence and self-reliance.

Met name de zinsnede 'comprehensive national policies linked to overall . . . development objectives' heeft in de westerse pers geen genade kunnen vinden. Op het colloquium werd dit standpunt door drs. M. L. Sniijders, hoofdredacteur van het *Utrechts Nieuwsblad* en bestuurslid van het *International Press Institute*, met klem naar voren gebracht.

Naar zijn mening is het ontwikkelen van een 'comprehensive national communication policy' strijdig met de opvatting in de westerse democratie, "waar de pers een eigen zelfstandige communicatieve functie heeft die in essentie niet

ten dienste staat van andere doeleinden dan te voldoen aan de behoefte van de gebruiker/consument om te weten wat er om hem heen gebeurt".³⁾ De Nederlandse afgevaardigde in de commissie MacBride, drs. J. P. Pronk, verdedigde de wenselijkheid van een nationaal communicatiebeleid vanuit de relatie tussen de communicatiesector en de economische sector; communicatiebeleid heeft dan betrekking op investeringen in de communicatiesector, verdeling van middelen ten behoeve van de communicatiesector etc, en vanuit die relatie kon hij zich een communicatiebeleid goed voorstellen. Een communicatiebeleid waarbij de activiteiten van de media gekoppeld worden aan nationale prioriteiten bleef echter voor veel van de discussianten een moeilijk te accepteren zaak, niet in de laatste plaats omdat het MacBride-rapport verder op dit punt weinig concrete aanknopingspunten biedt. Wat opviel tijdens de discussie was de geringe bereidheid om zich te verplaatsen in de positie van de ontwikkelingslanden om vanuit dat perspectief de wenselijkheid van een nationaal communicatiebeleid te bezien.

– DEVELOPMENT COMMUNICATION –

National communication policy, communication planning, development communication en development journalism zijn begrippen die al sinds een aantal jaren in verschillende ontwikkelingslanden centraal staan wanneer het gaat om de rol van de media in de ontwikkeling van die landen. In 1973 werd het masters programma in 'agricultural communication' aan de Universiteit van de Filipijnen te Los Banos omgedoopt in 'Development Communication', en werd daarmee het eerste M.A. programma met die titel in de wereld.⁴⁾ Inmiddels is development communication een geaccepteerde term in vele ontwikkelingslanden en opereren meerdere instituten voor communicatiewetenschap onder die vlag. Development communication als theorie over de rol van communicatie in ontwikkelingsprocessen is geen aangepaste theorie van westerse oorsprong maar wordt door de ontwikkelingslanden geclaimd als eigen visie op de functie van communicatie in ontwikkelingsprocessen. Zo werd in een studietoelichting van het *Asian Masscommunication Research and Information Centre* (AMIC) over development communication in 1976 vastgesteld dat "development communication is born out of practical situations within the developing countries. It is not a graft from advanced countries. It is an innovation of the developing countries, springing from practical necessity."⁵⁾ Die noodzaak lag in het feit dat adequate en effectieve communicatie-strategieën ontworpen en uitgevoerd moesten worden teneinde de landbouwopbrengst te verbeteren.

Die noodzaak lag tevens in een groeiend besef dat grootschalige massamedia niet in alle opzichten voldoen wanneer het gaat om voorlichting aan geïsoleerde groepen en in een toenemende kritische houding ten aanzien van westerse onderzoekspraktijken en westerse modellen voor rurale ontwikkeling. Uit dit besef is de laatste jaren een communicatiestrategie en een toegepaste communicatiewetenschap voortgekomen met een duidelijk normatief karakter. "Development communication is communication with a commitment"⁶⁾ stelt

prof. Nora Quebral van het *Department of Development Communication* aan de Universiteit van de Filipijnen te Los Banos, en elders noemt ze het "communication with a social conscience", hetgeen inhoudt communicatiepraktijk (inclusief massamedia) en communicatieonderzoek ter bevordering van ontwikkelingsprocessen. Dat in deze opvatting van de rol van de media geen plaats is voor de westerse opvatting over persvrijheid wordt geenszins ontkend: "the purposive character of development communication makes the western norms of a free press and the Miltonian concept of an open-market place of ideas not so much unimportant as irrelevant".⁷⁾ In deze opvatting van development communication wordt de westerse persvrijheid opgevat als een luxe die alleen landen met een zekere economische en politieke stabiliteit zich kunnen veroorloven. Zo lang het nog niet zover is zal de mate van persvrijheid voortdurend getoetst moeten worden aan de collectieve behoeften: "the communication system that derives from such a world view is neither pure authoritarian nor pure neo-liberal. It is somewhat intermediate between the two, as befitting societies in search for more workable socio-political structures. The stress is on responsibility (. . .) not the least aspect of which is the articulation and promotion of societal goals. The sensitive issue of press freedom (. . .) is increasingly subjected to the touchstone of collective needs".⁸⁾ In de praktijk betekent dit dat de pers wordt gevraagd in haar berichtgeving de ontwikkelingsdoelinden van het land prioriteit te geven.

In tegenstelling tot de westerse situatie waar de pers uitmaakt waarover geschreven wordt en hoe erover geschreven wordt, zal vanuit de opvatting over development communication in gezamenlijk overleg een aantal prioriteiten vastgesteld worden waarover o.a. geschreven wordt terwijl het h6e aan de verantwoording van de journalist wordt overgelaten.

Vanuit deze context wordt communicatie *beleid* dan vooral gezien als prioriteitstelling van doelen en coördinatie van activiteiten.

Tegen deze achtergrond krijgt development communication en development journalism eenzelfde status als de Sovjet-communistische, de liberale en de autoritaire perstheorie alsmede de theorie van de sociale verantwoordelijkheid van de pers.

Dat een dergelijke opvatting over de rol van de media in ontwikkelingslanden gevaren met zich meebrengt lijkt geen twijfel. Er wordt van de media een bereidheid tot het maken van vuile handen gevraagd welke een kritische stellingname van die media tegenover een regeringsbeleid ernstig kan compromitteren. Toch kan men zich voorstellen dat journalisten en mediaprofessionals verwachten baat te hebben wanneer in gezamenlijk overleg een communicatiebeleid op basis van ontwikkelingsprioriteiten vastgesteld kan worden. In die landen waar een verkapte censuur wordt toegepast zou dan namelijk in zo'n communicatiebeleid vast komen te staan waaraan de media zich te houden hebben, terwijl op dit moment de frustratie van journalisten en redacteurs zit in het feit dat men keer op keer moet uitproberen hoever in de berichtgeving gegaan kan worden. Rosihan Anwar, een indonesische journalist heeft in dit verband de indonesische pers wel eens vergeleken met een kreeft die over de bodem van een watergeul loopt en voortdurend voor zich uit tast waar de

obstakels zitten, teneinde zich tijds te kunnen terugtrekken. Vanuit een dergelijke gedachtengang kan men zich indenken dat ontwikkelingslanden minder moeite zullen hebben met de conclusie in het MacBride rapport over een nationaal communicatiebeleid, vooral niet wanneer men de verdere aanbevelingen welke betrekking hebben op het afschaffen van censuur, de status van journalisten en de bescherming van journalisten erbij betreft.

– KLEINSCHALIGHEID –

Naast de conclusie over het nationale communicatiebeleid zijn er een aantal andere aanbevelingen welke verband houden met het denken over development communication en welke in de discussie m.i. te weinig aandacht hebben gekregen. Het gaat om de aanbevelingen A.11 t/m 17 en A.62 t/m 65 waar gesproken wordt over schaalverkleining, democratisering en participatie. Er worden aanbevelingen gedaan voor de ontwikkeling van de regionale pers, lokale radio, low-cost televisie en video, community participatie, het gebruik van media in de directe woon-, werk- en leefsfeer, en meer betrokkenheid van de doelgroepen bij de produktie van programma's. Ook deze zaken zijn niet nieuw maar vormen al jaren onderdeel van het denken over de rol van media in ontwikkelingslanden. Na de gretigheid waarmee aanvankelijk nationale mediasystemen opgezet zijn in het kader van ontwikkelingsprocessen vindt nu in veel ontwikkelingslanden een bezinning plaats op de bijdrage van deze grootschalige media aan de nationale ontwikkeling. Thans treft men een duidelijke voorkeur aan voor het gebruik van kleinschalige media, gecombineerd met informele kontakten en een gerichtheid op duidelijk omschreven doelgroepen.

Steeds meer worden in ontwikkelingslanden nationale mediacampagnes ingehuurd voor meer op de maat van de doelgroep gesneden, kleinschalige informatie- en voorlichtingscampagnes, waarbij media als muurkrant, video, 8mm-film, mobiele mini-offset drukkerijen ingeschakeld worden. Development communication als communicatiestrategie heeft in sterke mate aan deze ontwikkeling bijgedragen. Vanuit deze ontwikkeling wordt ook de wens van een nationaal communicatiebeleid duidelijk. Wanneer er niet langer sprake is van nationale mediacampagnes wordt de behoefte aan coördinatie en planning van vele verschillende kleinschalige communicatiestrategieën evident. Wanneer men bedenkt dat de ervaring in ontwikkelingslanden met een duidelijk regiem, heeft geleerd dat dergelijke communicatiestrategieën door deze regimes als uitermate bedreigend worden ervaren, dan verdienen de pogingen van communicatiedeskundigen in ontwikkelingslanden om aan development communication deze inhoud te geven meer steun dan uit de discussie rond het MacBride-rapport tot nu toe naar voren is gekomen.

Noten

1. *Media Asia*, vol. 7, nr. 1, 1980, p. 2.
2. Address by Mr. Amadou-Mahtar M'Bow at the opening meeting of the *International Commission for the Study of Communication Problems*. Paris, 14 december 1977, p. 2.

3. Uit de samenvatting van de inleiding door drs. M. L. Snijders, documentatiemap N.U.C. colloquium, 29-30 mei 1980, Amersfoort.
4. Nora C. Quebral. Development Communication; Where does it stand today in: *Media Asia*, vol. 2, nr. 4, 1975, p. 197.
5. AMIC study seminar on development communication, a Report edited by Guy de Fontgalland, Singapore, juni 1976, p. 71.
6. Nora C. Quebral. Development Communication; Where does it stand today in: *Media Asia*, vol. 2, nr. 4, 1975, p. 198.
7. Nora C. Quebral. The making of a development communicator. in: *Media Asia*, vol. 1, nr. 2, 1974, p. 13.
8. Nora C. Quebral. Development Communication; Where does it stand today in: *Media Asia*, vol. 2, nr. 4, 1975, p. 202.

OVER GELOOFWAARDIGHEID VAN BEGRIJPelijke TAAL

– INLEIDING –

De operationele definitie van *begrijpelijkheid* van een titel is:

1. de tijd die ligt tussen het stellen van de vraag en het geven van het antwoord. Projecteert de onderzoeker zijn vraag op een scherm, dan corrigeert hij deze tijd met "leestijd";
2. het percentage foutieve antwoorden.

De operationele definitie van *geloofwaardigheid* steunt op de zelfverantwoordelijkheid van de proefpersoon, dat hij verklaart een tekst te geloven of erdoor overtuigd te zijn. Deze benadering is principieel anders dan die van de begrijpelijkheid. In onze 'Kritische opmerkingen' komen we hier nog uitvoerig op terug.

Sandell (1977) heeft deze geloofwaardigheid van taal onderzocht voor reclame-teksten; in dit artikel steunen we op dit onderzoek.

De algemene hypothese over de verhouding van begrijpelijkheid en geloofwaardigheid van taal is verwoord door de Amerikaanse onderzoeker Eagly (1974) die ook bewijsmateriaal voor deze hypothese aandroeg. Deze algemene hypothese is: bij vermindering van de begrijpelijkheid vermindert ook de geloofwaardigheid van de conclusie van de boodschap. Eagly noemt twee conclusies uit zijn onderzoek om deze hypothese te steunen:

1. een begrijpelijke tekst verhoogt de hoeveelheid van ondersteunende informatie;
2. een begrijpelijke tekst schept een positieve gevoelsreactie in de situatie. Mensen vinden het aangenaam als ze iets begrijpen.

Hij concludeert: "At any rate, one can probably rather safely dismiss the hypothesis that persuasion requires poor comprehension and/or retention".

Een andere Amerikaanse onderzoeker, Frase (1972: 346-347), gaf zijn 86 proefpersonen drie verschillende teksten. Een deel van deze teksten had een goed geordende tekststructuur en een deel van deze teksten een slecht geordende tekststructuur. Hij vroeg zijn proefpersonen wat zij zich herinnerden van deze teksten.

Resultaat van de herinnering:

33% goed voor de goede tekstorde;

34% goed voor de slechte tekstorde.

Hij liet zijn proefpersonen ook conclusies uit deze teksten beoordelen:

uit de goede tekstorde: 41% der conclusies was geloofwaardig;

uit de slechte tekstorde: 21% der conclusies was geloofwaardig.

Frase concludeerde hieruit, dat van een goede tekststructuur dubbel zoveel goede conclusies worden geloofd als van een slechte tekststructuur. Voor het onthouden maakt de tekststructuur niets uit. Ook Larson (1973: 130) vond, dat

gestructureerd bewijsmateriaal waarschijnlijk geloofwaardiger/overtuigender is dan ongestructureerd materiaal.

Tot nu toe is onze veronderstelling, dat een begrijpelijke tekst voor een geloofwaardige tekst nodig is, bevestigd. We komen nu tot het probleem: wat is een begrijpelijke tekst?

– BEGRIJPelijkheid VAN EEN TEKST –

Om de begrijpelijkheid van een tekst vast te stellen, wordt in Nederland veel gebruik gemaakt van de formule Flesch-Douma. Deze luidt:

206,84 - (0,77 x aantal lettergrepen per 100 woorden) - (0,93 x gemiddeld aantal woorden per zin) (Douma, 1960).

Deze formule hangt vast op twee delen:

aantal lettergrepen per 100 woorden, de *woordlengte*;

aantal woorden per zin, de *zinslengte*.

Overigens: bijna alle formules voor begrijpelijkheid bestaan uit een maat voor de zin en een maat voor de woorden (Van Hauwermeiren, 1975). Uit diverse onderzoeken is komen vast te staan, dat deze formule tussen 49% en 96% betrouwbaar is. De gemiddelde betrouwbaarheid is 70% (Van Hauwermeiren, 1975; Klare, 1963: 71 en 133).

Nu zou men kunnen zeggen: dus korte woorden met weinig lettergrepen en dus korte zinnen met weinig woorden maken een tekst begrijpelijk.

Woordlengte

Coleman (1968) onderzocht of het wel juist is om de woordlengte te meten in het aantal lettergrepen. Hij stelde daartoe drie maten van woordlengte op:

het aantal *letters* van een woord;

het aantal *lettergrepen* van een woord;

het aantal *morfemen* van een woord.

En hij constateerde, dat het aantal lettergrepen geen effect heeft op het onthouden van de woorden. Het aantal morfemen en het aantal letters hadden ieder een onafhankelijk effect.

Gilliland (1972: 53) ontdekte, dat het aantal morfemen van een woord in nauw verband stond met de begrijpelijkheid.

Van Hauwermeiren (1975: 66) concludeert dat voor Engelse woorden de beste maatstaf het aantal letters is.

Voor het Nederlands concluderen we, dat het aantal morfemen van een woord de beste maatstaf is zowel voor de begrijpelijkheid als voor het onthouden. Toch meet de populaire begrijpelijkheidstest van Flesch-Douma de woordlengte in lettergrepen, omdat dat zo gemakkelijk is.

Lange zinnen

Vele onderzoekers constateerden, dat enkelvoudige zinnen gemakkelijker te begrijpen zijn dan samengestelde zinnen: Flesch (1948), Coleman (1968), Ojeman (1934), Gunning (1968), De Groot (1968).

Een aantal onderzoekers besluiten hieruit, dat dus het aantal hoofdzinnen + het aantal bijzinnen een maat is voor de zinslengte. Ik noem: Brisau (1969), Sandell

(1977: 31-33), Van Hauwermeiren (1975:66). Het totale aantal woorden per zin is voor de begrijpelijkheid onbelangrijk.

Veering (1967) heeft ten onzent voorgesteld het aantal hoofd- en bijzinnen te tellen met het aantal persoonsvormen.

De vraag is nu echter: hoeveel hoofd- en bijzinnen zijn onbegrijpelijk? Miller en Isard (1963) hebben dit onderzocht. En ook Miller en Chomsky (1963). Ze gaven hun proefpersonen teksten met de volgende zinnen:

hoofdzin + één bijzin

hoofdzin + twee bijzinnen

hoofdzin + drie bijzinnen

hoofdzin + vier bijzinnen.

Als bijzinnen kozen ze de bijvoeglijke bijzinnen.

| | | |
|----------------------------------|---|-------------------------------------|
| Resultaat: hoofdzin + één bijzin | } | gemakkelijk te onthouden voor allen |
| hoofdzin + twee bijzinnen | | |

| | | |
|---------------------------|---|----------------------------------|
| hoofdzin + drie bijzinnen | } | moeilijk te onthouden voor allen |
| hoofdzin + vier bijzinnen | | |

Lamers (1979a: 67-68) leidde hieruit de regel af:

maximaal één hoofdzin en ten hoogste twee bijzinnen (hoofdzin : bijzijn = 1 : 2).

Lamers (1976) onderzocht ook de praktijk van deze verhouding:

Intermediair hz : bz = 2 : 1

NRC/Handelsblad hz : bz = 2 : 1

boulevardbladen *Story/Privé* hz : bz = 3 : 1

reclame hz : bz = 5 : 1

We weten nu, dat het aantal woorden in een zin niets te maken heeft met de moeilijkheid. Het gaat om het aantal hoofd- en bijzinnen. Natuurlijk: een zin met heel veel hoofd- en bijzinnen is lang en heeft veel woorden. Maar we moeten goed zien wat de eigenlijke oorzaak van de moeilijkheid is: niet het aantal woorden, maar het aantal hoofd- en bijzinnen.

We noemen dit: de ingewikkelde zinsbouw is de oorzaak van de moeilijkheid van de zin.

Hoe zit het nu met de geloofwaardigheid van lange zinnen?

Heel merkwaardig: de zinslengte gemeten in het aantal woorden heeft geen effect op de geloofwaardigheid (Sandell, 1977 : 215).

Lange hoofd- en bijzinnen worden door de proefpersonen algemeen beschouwd als authentiek en geloofwaardig (Sandell, 1977: 130 en 166).

Korte zinnen en ellipsen

Door de valse voorstelling van de matig betrouwbare formule Flesch-Douma menen vele mensen, dat korte zinnen erg begrijpelijk zijn. Ze maken zelfs ellipsen: bijv. *En nu weg. Snel doen. Leuk. Goed gedacht. En ik weg.*

Een ellips is hier een kunstmatig taalgebruik om expressie of emotie op te roepen.

Sandell (1977: 130 en 166) onderzocht de begrijpelijkheid van korte zinnen en ellipsen.

Van korte zinnen weten we dat ze zeer begrijpelijk zijn.

Van ellipsen constateerde hij, dat ze moeilijk te begrijpen zijn.

Sandell (1977: 222 en 224) stelde verder vast, dat ellipsen op de mensen ongeloofwaardig overkomen.

Van korte zinnen hebben we al gezien, dat ze ongeloofwaardig zijn. Lamers (1976) stelde in zijn onderzoek vast, dat de zinslengte van reclameteksten is: 7 woorden per zin; 34% (ongeveer 1/3) van alle zinnen zijn ellipsen.

Conclusie: weinig of geen ellipsen en lange hoofd- en bijzinnen zijn geloofwaardiger dan korte zinnen en veel ellipsen. Dit gaat tegen de praktijk van de reclameteksten in (Sandell, 1977: 222 en 224; Lamers, 1976; 1979b).

Bastaardwoorden

Bastaardwoorden zijn zelfstandige naamwoorden die door spelling en/of uitspraak zich kenmerken als oorspronkelijk niet-Nederlandse woorden (Rijpma en Schuringa, 1978: 318).

In het gewone spraakgebruik betekent begrijpelijk spreken en begrijpelijk schrijven vaak: gebruik je moers taal; spreek niet deftig, doe gewoon. Wie begrijpelijk wil schrijven moet allereerst zijn vreemde woorden en vaktermen in gewoon Nederlands zetten.

Coulthard en Robinson (1973: 75) vonden dat de frequentie van moeilijke woorden en die van ingewikkelde zinsbouw correleerden. Rosenshine (1969) vond dat moeilijke woorden en ingewikkelde zinsbouw met 64% de begrijpelijkheid correleerden. Stolurow en Newman (1959) vonden 54%. Volgens Bormuth (1968) is het aantal moeilijke woorden de beste voorspeller voor de begrijpelijkheid van een tekst. Hij berekende dat moeilijke woorden 36% van de tekstmoeilijkheid uitmaken.

Stolurow en Newman (1959) vonden 34%.

Funkhouser en Maccoby (1971) vonden, dat er 6 elementen waren die een tekst moeilijk maken, waarvan er 4 betrekking hadden op woorden. Voorop stond bij hen eenvoudige woordenschat; als nr. 5 vonden ze: weinig wetenschappelijke woorden.

Lamers (1976) berekende het verband tussen opleidingsgroepen en bastaardwoorden in percentage van het aantal woorden:

| | |
|---------------------|-----|
| l.b.o., basisschool | 4% |
| m.b.o., m.a.v.o. | 6% |
| h.b.o., havo, ath. | 10% |
| acad., wetensch. | 15% |

Voor de begrijpelijkheid concluderen we: veel bastaardwoorden, veel moeilijke woorden maken een tekst onbegrijpelijk.

Sandell (1977: 192) constateerde, dat veel bastaardwoorden voor de geloofwaardigheid van een tekst niets uitmaken. Zelfs als de bastaardwoorden of de moeilijke woorden niet worden begrepen, maakt dat voor de geloofwaardigheid niets uit. Ook volslagen onzin en volslagen betekenisloze bastaardwoorden en volmaakt onzinnige moeilijke woorden maken voor de geloofwaardigheid van de tekst niets uit.

In het Deens (Hansen, 1965), in het Duits (Osswald en Gramer, 1968), in het Nederlands (Lamers, 1976) komen heel veel moeilijke woorden voor in de reclame, tot het niveau van academisch/wetenschappelijk (13%).

Bijvoeglijke naamwoorden

Wold (1978: 86-87) vond bij haar experimenten, dat de mensen één bijvoeglijk naamwoord kunnen onthouden. Staan er voor een zelfstandig naamwoord vele bijvoeglijke naamwoorden, dan onthouden de mensen dat éne bijvoeglijke naamwoord dat het dichtst bij het zelfstandig naamwoord staat (Wold: 1978: 93; Rommetveit, 1968: 282; Jaspars et al., 1971: 124). Coleman (1964, 1965, 1968) en Bormuth (1968) constateerden bij hun onderzoekingen, dat teksten met veel bijvoeglijke naamwoorden moeilijk zijn.

Voor de begrijpelijkheid moeten we dus zeer zuinig zijn met bijvoeglijke naamwoorden: één is net nog te onthouden; drie zijn nog te begrijpen (Lamers, 1979a: 69).

Sandell (1977: 184) vond, dat veel bijvoeglijke naamwoorden een tekst erg geloofwaardig maken. Weinig bijvoeglijke naamwoorden maken een tekst ongeloofwaardig. Hij meent (1977: 128-129) dat bijvoeglijke naamwoorden de bedoeling hebben emoties en een gunstige stemming op te roepen.

Aandikkers

In het Engels heten 'aandikkers' *reinforcers*; in het Duits *Steigerungsformen*. Het zijn uitspraken als: *geweldig, enorm, de beste, topkwaliteit, de allerbeste, sensationeel, nooit ofte nimmer, kolossaal, dat mag u niet missen, uiterst belangrijk; de grootste show op aarde, de kans van uw leven*.

Coleman (1964, 1965, 1968) en Bormuth (1968) constateerden bij hun onderzoekingen, dat teksten met veel vergrotende en overtreffende trappen extra moeilijk waren, moeilijker dan alleen de stellende trap.

Ook Sandell (1977: 153 en 160) constateerde bij zijn experimenten, dat aandikkers een tekst moeilijk te begrijpen maken, maar ook erg gemakkelijk te onthouden en ze verhogen het plezier van het lezen.

De reclame gebruikt vele aandikkers, volgens de onderzoekingen van Hansen (1965) en Osswald en Gramer (1968).

Weinig aandikkers verhogen de geloofwaardigheid van de tekst. Weinig aandikkers maken een tekst bovendien authentiek (Sandell, 1977: 184, 210 en 223).

Persoonswoorden

Persoonswoorden zijn namen van mensen: *Jan, Piet, Els, Van der Wouw, Jansen, Karel*.

En ook: *hij, zij, hem, ons, ik, mijn, jouw, haar*.

Gray en Leary (1935) vonden tussen deze persoonswoorden en begrijpelijkheid een verband van 22%, Coleman (1968) vond 34% en Bormuth (1968) vond 26%. Lamers (1976) berekende het verband tussen het percentage persoonswoorden en opleidingsgroepen:

percentage persoonlijke woorden

| | |
|------------------|-----|
| l.b.o./l.o. | 15% |
| m.b.o./mavo | 8% |
| h.b.o./havo/ath. | 3% |
| acad./wetensch. | 1% |

Dus: veel persoonswoorden verhogen de begrijpelijkheid van een tekst met 27%. Hoe zit het met de geloofwaardigheid van persoonswoorden?

Sandell (1977: 98) vond:

- bij concrete mededelingen dragen namen van personen weinig aan de geloofwaardigheid bij. Het gaat hier om dingen, bv. fiets, lamp, zeep, kleding, eten en drinken, papier. Concreet bewijsmateriaal heeft wel invloed;
- bij abstracte mededelingen dragen namen van personen wèl bij aan de geloofwaardigheid.

Het gaat hier om: hoe vind je die krant? Is dat een goede school voor onze kinderen? Hoe was je vakantie?

Hierbij onderscheiden we twee gevallen:

- de mededeling is al betrouwbaar, dan heeft het noemen van geloofwaardige mensen geen invloed;
- de mededeling is weinig geloofwaardig, dan heeft het noemen van geloofwaardige mensen wèl invloed (Sigall en Helmreich, 1972: 264).

Herhaling

Frederiksen (1972: 242) onderzocht het verband tussen herhaling, taalgeheugen en logica. Zijn conclusies zijn:

1. bij éénmalige presentatie wordt het logische verband, het geloofwaardige, het beste onthouden;
2. bij meermalige en herhaalde presentatie wordt het herhaalde beter onthouden, beter dan de geloofwaardige tekst.

Logica

Het conditionele syllogisme ziet er als volgt uit: *als p, dan q*. *p* is antecedens; *q* is consequens. Bijv: als het regent, dan zijn de pannen nat. Er zijn twee geldige conclusies te trekken:

modus ponens: als *p*, dan *q*

+ *p*

bevestiging van de antecedens

dus: + *q*

of

modus tollens: als *p*, dan *q*

– *q*

ontkenning van de consequens

dus: – *p*

Twee fouten zijn mogelijk:

- ontkenning van de antecedens (- p)
- bevestiging van de consequens (+ q).

Bv.: als het regent, dan zijn de pannen nat.

het regent → de pannen zijn dus nat (juiste conclusie)

het regent niet → de pannen zijn dus niet nat (foute conclusie)

de pannen zijn nat → het regent dus (foute conclusie)

de pannen zijn niet nat → het regent dus niet (juiste conclusie).

Uit de experimenten bleek dat mensen alle conclusies beamen: waar p verschijnt, daar is q; waar q verschijnt, daar is p.

Dit heet het "allemaal-ja-effect" of het "atmosfeer-effect". Vele overtuigers, vooral politici, maken misbruik van dit effect (Engelkamp, 1974: 133-137; Sandell, 1977: 97; Larson, 1973: 115).

- OVERZICHT -

Bijna moedeloos concludeert Sandell (1977: 154 en 163): geloofwaardigheid is omgekeerd aan begrijpelijkheid. Hij schrijft: "one might also argue that persuasion is brought about most easily when the message is difficult to comprehend or remember, because the uncritical reader may then let himself be convinced by the tone of the message, by the source's authority and by the conclusions of the argument. It is indeed a frightening thought that style may be conducive to persuasion by confusing the cognitive powers of the receiver".

| Element | Begrijpen en onthouden | Geloofwaardigheid |
|--|--|--------------------------|
| goede tekststructuur | geen invloed | dubbel geloofwaardig |
| lange ingewikkelde zinnen met veel woorden en veel bijzinnen | moeilijk te begrijpen moeilijk te onthouden | geloofwaardig |
| max. één hoofdzin + twee bijzinnen | begrijpelijk onthoudbaar | geloofwaardig |
| korte zinnen | begrijpelijk onthoudbaar | ongeloofwaardig |
| ellipsen | moeilijk te begrijpen | ongeloofwaardig |
| bastaardwoorden; moeilijke woorden | moeilijk te begrijpen | maakt niets uit |
| bijvoeglijke naamwoorden | drie is begrijpelijk één is onthoudbaar | veel is geloofwaardig |

| | | |
|----------------------------------|---|---|
| aandikkers | moeilijk te begrijpen bevorderen het onthouden | ongeloofwaardig |
| persoonswoorden | begrijpelijk | maakt niets uit of positieve invloed |
| herhaling | bevordert het onthouden beter dan één keer logisch verband | bevordert de geloofwaardigheid |
| verkeerde logica en drogreden | onbegrijpelijk | geloofwaardig |

Traditioneel onderscheiden we in het proces van lezen, horen en overtuigen (selectieproces) 6 drempels of fasen (Grice, 1972: 128-129; Lamers, 1978: 76-103; Lamers, 1979a: 85):

fase 1: de lezer ontvangt de boodschap;

fase 2: de lezer heeft interesse voor de boodschap;

fase 3: de lezer begrijpt de boodschap;

fase 4: de lezer gelooft de boodschap;

fase 5: de lezer onthoudt de boodschap;

fase 6: de lezer handelt volgens de boodschap.

De diverse experimenten tonen aan, dat de fasen begrijpen en onthouden van taal dicht bij elkaar staan, misschien zelfs samen één fase vormen (Lamers, 1979b).

In ieder geval is de fase van "geloven" er ten onrechte tussengeplaatst. De bovengenoemde fasering bovendien, wekt de indruk, dat de mens alleen maar onthoudt wat hij begrijpt en gelooft, wat niet waar is, zoals we uit de diverse experimenten hebben gezien.

Een betere fasering van het selectieproces is wellicht:

fase 1: de lezer ontvangt de boodschap;

fase 2: de lezer heeft interesse voor de boodschap;

fase 3: { **fase 3a:** de lezer begrijpt de boodschap;
fase 3b: de lezer onthoudt de boodschap;

fase 4: de lezer gelooft de boodschap;

fase 5: de lezer handelt volgens de boodschap.

– KRITISCHE OPMERKINGEN –

De eerste kritische opmerking is van filosofische aard. Gaan deze vermelde experimenten ervan uit, dat alleen wetenschappelijke werkelijkheid is wat experimenteel getoetst kan worden, dan volgt daaruit, dat de eigenlijke, menselijke werkelijkheid breder is dan deze experimentele werkelijkheid.

Deze neopositivistische wetenschapsbeoefening richt zich uitsluitend op het

uiterlijke gedrag: de mentale processen blijven buiten beschouwing (De Groot, 1980; Luijpen, 1964).

Hoewel: bij de beantwoording van de geloofwaardigheid van taal, is de methode de directe vraag aan de proefpersoon. Het is dan zijn of haar verantwoordelijkheid een antwoord te geven. Een neopositivistische onderzoeker zoals Sandell verklaart dan ook, dat zijn uitkomsten over de geloofwaardigheid van taal veel minder zeker zijn dan die over begrijpen en onthouden. Die verklaring getuigt nu niet bepaald van respect voor zijn proefpersonen.

De tweede kritische opmerking betreft de experimentele situatie. Sigall en Helmreich (1972) en Carmichael en Cronkhite (1965) merken op, dat proefpersonen reageren als mensen-onder-stress of althans als gefrustreerden. Voor het experimentele geloofwaardigheidsonderzoek heeft dit als vreemde consequentie, dat mensen-onder-stress elke boodschap geloven, onverschillig wat de bron ervan is (Lamers, 1979a: 86). Een andere consequentie is, dat gefrustreerden een afkeer hebben van geladen, emotioneel taalgebruik (Lamers, 1978: 86-88).

Een derde kritische opmerking is, dat de experimenten afzien van de informatie. Sandell geeft op vele plaatsen in eigen studie aan, dat de informatie storend werkte op de taalkundig-syntactische uitkomsten. Zo weten we ook uit ervaring, dat interesse en motivatie storend werken op de uitkomsten van begrijpelijkheidsonderzoek: wie zeer gemotiveerd is voor bepaalde informatie, begrijpt (en onthoudt) deze, ook al is de tekst volgens de leesbaarheidsformule voor hem of haar te moeilijk. Drop et al. (1972: 33) en Sandell (1977: 77) vermelden, dat teksten met informatie over seksualiteit en leven/gezondheid/dood steeds relatief gemakkelijker blijken te zijn dan andere informatie in teksten met dezelfde taalkundige moeilijkheidsgraad.

Een vierde kritische opmerking betreft de vraag naar de kip en het ei: zijn de door Sandell gevonden taalkundige elementen van negatieve geloofwaardigheid hierdoor ontstaan, doordat de ongeloofwaardige reclame ze gebruikte? Of andersom: zijn deze taalkundige elementen op zich zelf ongeloofwaardig en omdat de reclame ze frequent gebruikt, is de reclame ongeloofwaardig geworden?

De argumentatieleer neemt aan, dat een argument aan geloofwaardigheid verliest als de brenger van het argument er zelf belang bij heeft dat zijn argument wordt geloofd. In de reclame heeft de reclamebrenger er zelf belang bij, dat zijn boodschap wordt geloofd, en daarmee is de reclameboodschap verminderd geloofwaardig. De maatschappelijke reputatie van de reclame is steeds zwak geweest (De Mooij, 1976). Op grond hiervan nemen we als hypothese aan, dat de door Sandell genoemde taalkundige elementen het etiket ongeloofwaardig hebben gekregen, omdat de ongeloofwaardige reclame ze frequent gebruikte.

Een vijfde en laatste kritische opmerking ligt in het verlengde van de tweede en derde: de betrouwbaarheid van gegevens uit dergelijke experimenten is beperkt voor toepassing buiten de experimentele situatie.

Geraadpleegde literatuur

- Bormuth, J. R., The cloze readability procedure. *Elementary English* 45 (1968) 429-436.
- Brisau, A., Sentence structure as a characteristic of prose style. *Revue des langues vivantes* 35 (1969) 159-174.
- Carmichael, C. W. en G. L. Cronkhite, Frustration and language intensity. *Speech Monographs* 32 (1965) 107-111.
- Coleman, E. B., The comprehensibility of several grammatical transformations. *Journal of Applied Psychology* 48 (1964) 186-190.
- Coleman, E. B., The learning of prose written in four grammatical transformations. *Journal of Applied Psychology* 49 (1965) 332-341.
- Coleman, E. B., Experimental studies in readability. Part I. Stimulus dimensions that effect readability. *Elementary English* 45 (1968) 166-178.
- Coulthard, R. M. en W. P. Robinson, Die Struktur der nominalen Gruppe und die Elaboriertheit des Kodes. In: Wolfgang Klein en Dieter Wunderlich (eds.), *Aspekte der Soziolinguistik*. 3. Auflage, Frankfurt a.M. (Athenäum) 1973, p. 53-76.
- Douma, W. H., *De leesbaarheid van landbouwbladen; een onderzoek naar en een toepassing van leesbaarheidsformules*. Wageningen 1960. Bull. no. 17, Afd. Sociol. en Sociogr. van de LH.
- Drop, W. et al., *Overtuigen; een oriëntatie in de persuasieve communicatie*. Groningen (Wolters) 1972.
- Eagly, A. H., Comprehensibility of persuasive arguments as a determinant of opinion change. *Journal of Personality and Social Psychology* 29 (1974) 758-773.
- Engelkamp, Johannes, *Psycholinguïstik*. München (Fink) 1974. UTB 287.
- Flesch, R., A new readability yardstick. *Journal of Applied Psychology* 32 (1948) 221-233.
- Fraser, Lawrence T., Maintenance and control in the acquisition of knowledge from written material. In: Roy O. Freedle en John B. Carroll (eds.), *Language comprehension and the acquisition of knowledge*. New York etc. (Wiley) 1972, p. 337-360.
- Frederiksen, Carl H., Effects of task-induced cognitive operations on comprehension and memory processes. In: Roy O. Freedle en John B. Carroll (eds.), *Language comprehension and the acquisition of knowledge*. New York etc. (Wiley) 1972, p. 211-246.
- Funkhouser, G. Ray and Nathan Maccoby, Communication specialized science information to a lay audience. *Journalism Quarterly* 21 (1971) 58-71.
- Gilliland, John, *Readability*. Londen (Univ. of London Press) 1972.
- Gray, W. S. en B. E. Leary, *What makes a book readable; an initial study*. Chicago (Univ. Press) 1935.
- Grice, H. P., Logic and conversation. In: P. Cole en J. L. Morgan (eds.), *Syntax and semantics*. Vol. 3 *Speech acts*. New York etc. (Acad. Press) 1975, p. 41-58.
- Groot, A. D. de, in *NRC/Handelsblad*, d.d. 19 jan. 1980, CS p. 3.
- Groot, J. de, *Schrijven en gelezen worden*. Groningen (Wolters) 1968.
- Gunning, Robert, *The technique of clear writing*. 2nd rev. ed. New York etc. (McGraw Hill) 1968.
- Hansen, E., *Reklamesprog*. Kopenhagen (Hans Reitzel) 1965.
- Hauwermeiren, P., *Het leesbaarheidsonderzoek*. Groningen (Tjeenk Willink) 1975.
- Jaspers, Jos et al., Order effects in impression formation: a psycholinguistic approach. In: E. A. Carswell en Ragnar Rommetveit (eds.), *Social contexts of messages*. Londen etc. (Acad. Press) 1971. European monographs in social psychology 1.
- Klare, George R., *The measurement of readability*. Ames, Iowa (Iowa State Univ., Press) 1963.
- Lamers, H. A. J. M., Een taalkundige visie op de schriftelijke voorlichtingsboodschap. *Massacommunicatie* 4 (1976) 208-216.
- Lamers, H. A. J. M., *Literatuuronderzoek en schriftelijk rapporteren*. Collegedictaat Vakgroep Voorlichtingskunde, Sectie Wetenschappelijke informatieverzorging LH, Wageningen 1978.
- Lamers, H. A. J. M., *Hoe schrijf ik een wetenschappelijke tekst?* Muiderberg (Coutinho) 1979a.
- Lamers, H. A. J. M., *Over begrijpen, onthouden en aanvaarden van taal*. Amsterdam (Stichting voor Reclame- en Marketingonderwijs) 1979b.
- Larson, Charles U., *Persuasion: reception and responsibility*. Belmont, Ill. (Wadsworth) 1973.
- Luijpen, W., *Existentiële fenomenologie*. 4e dr. Utrecht enz. (Spectrum) 1964.
- Miller, G. A. en N. Chomsky, Finitary models of language users. In: R. D. Luce, R. R. Bush en E. Galanter (eds.), *Handbook of mathematical psychology*. New York (Wiley) 1963.
- Miller, G. A. en S. Isard, Some perceptual consequences of linguistic rules. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*. 2 (1963) 217-228.

- Mooij, M. K. de, *Maatschappelijke aspecten van reclame*. Amsterdam (Stichting voor Reclame- en Marketingonderwijs) (1976).
- Ojeman, Ralph, H., The reading ability of parents and factors associated with the reading difficulty of parent education material. In: George D. Stoddard (ed.), *Research in parent education*. 2nd pr. Iowa (Univ. of Iowa) 1934, p. 11-32.
- Osswald, P. en E. Gramer, Die Sprache der Werbung. *Deutschunterricht* 20 (1968) 76-97.
- Rijpma, E. en F. G. Schuringa, *Nederlandse spraakkunst* bewerkt door Jan van Bakel, 21e dr. Groningen (Wolters) 1968.
- Rommetveit, Ragnar, *Words, meanings and messages; theory and experiments in psycholinguistics*. New York etc. (Acad. Press) 1968.
- Rosenshine, Barak, New correlates of readability and listenability. In: J. A. Figurel (ed.), *Reading and realism*. Proceedings of the International Reading Association, 13, part I, Newark, Delaware (International Reading Association) 1969, p. 710-716.
- Sandell, Rolf, *Linguistic style and persuasion*. London (Acad. Press) 1977. European Monographs in social psychology 11.
- Sigall, Harold en Robert Helmreich, Opinion change as a function of stress and communicator credibility. In: Thomas D. Beisecker en Donn W. Parson (eds.), *The proces of social influence; readings in persuasion*. Englewood Cliffs, N. J. (Prentice Hall) 1972, p. 261-269.
- Stolurow, L. M. en J. R. Newman, A factorial analysis of objective features of printed language presumably related to reading difficulty. *Journal of Educational Research* 52 (1959) 243-251.
- Veering, J., Lezen en schrijven. *Onze Taal* 36 (1967) 25-28.
- Wang, M. D., Influence of linguistic structure on comprehensibility and recognition. *Journal of Experimental Psychology* 85 (1970) 83-89.
- Wold, Astri Heen, *Decoding oral language*. London etc. (Acad. Press) 1978. European Monographs in social psychology 12.

HET FUNKTIONEREN VAN HET TELEFOONPANEL VAN DE NEDERLANDSE OMROEP STICHTING, SEIZOEN 1977-1978 *

– INLEIDING –

In dit artikel wordt ingegaan op het functioneren van de wekelijkse telefoon-enquêtes van de *Nederlandse Omroep Stichting*. Deze enquêtes werden (en worden) in eigen beheer door de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek uitgevoerd. Ze hebben tot doel informatie te geven over de effecten van en over het oordeel over radio- en televisieprogramma's en over de houdingen, opvattingen en het kennisniveau met betrekking tot onderwerpen die met de media te maken hebben.

Behalve deze telefoon-enquêtes worden door de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek vele andere onderzoeken uitgevoerd. Al deze activiteiten kunnen in twee categorieën worden verdeeld: het kwantitatieve en het kwalitatieve onderzoek.

Het kwantitatieve onderzoek heeft betrekking op de continue registratie van kijkdichtheden, waardering en publiekssamenstelling middels een landelijk representatief panel van zo'n 1800 mensen. Bovendien vindt er elektronische toestelmeting plaats bij voornoemd panel om gegevens te verkrijgen over het schakelgedrag. Ook het periodiek luisteronderzoek voor het verkrijgen van gegevens over de luisterdichtheid en publiekssamenstelling van radioprogramma's vormt een onderdeel van het kwantitatieve onderzoek.

Het belangrijkste deel van het kwalitatieve onderzoek wordt gevormd door de reeds eerder genoemde telefoon-enquêtes. Andere vormen van kwalitatief onderzoek zijn laboratoriumonderzoek, persoonlijke interviews, inhoudsanalyse en telefonisch (niet-panel) onderzoek.

Alvorens verder te gaan met het functioneren van de telefoon-enquêtes willen we eerst enkele voor- en nadelen van het telefonisch- en van het panelonderzoek noemen.

Het telefonisch enquêteren heeft een aantal voordelen boven het huis-aan-huis-enquêteren. Het is goedkoper, sneller en meer flexibel, terwijl een betere controle op de interviewers mogelijk is door de onderzoeksleider omdat er vanuit één centrale plaats kan worden gebeld. Een ander voordeel van telefonisch enquêteren boven de huis-aan-huis-enquête is het feit dat er minder in de privé sfeer wordt ingegrepen, wat bovendien als minder bedreigend wordt gezien (niet iedereen is genegen een vreemde in huis te laten voor een enquête). Dit heeft een gunstige invloed op de respons, vooral van bepaalde bevolkingsgroepen (alleenstaande vrouwen).

* Met dank aan Harold de Bock en Wim Bekkers voor hun suggesties en kritiek.

Naast voordelen van het telefonisch interviewen zijn er een aantal nadelen. De vraaggesprekken mogen niet te lang duren, de vragen moeten eenvoudig zijn en mogen niet te veel antwoordcategorieën hebben. Bovendien is er geen visueel contact mogelijk tussen interviewer en respondent zodat de interviewer veel minder controle heeft op de interactie-situatie (de non-verbale aspecten van de communicatie tijdens de enquête kunnen waardevolle aanwijzingen zijn voor de enquêteur).

Een ander nadeel van het telefonisch enquêteren is het gegeven dat het telefoonbezit niet voor alle bevolkingsgroepen even groot is. Dit heeft consequenties voor het samenstellen van de steekproef. In Nederland heeft circa 80% van de huishoudens telefoon. De groepen met lagere inkomens bezitten minder vaak telefoon dan de groepen met hogere inkomens. Bij het samenstellen van het telefoonpanel van de *N.O.S.* is hiermee rekening gehouden. ¹⁾

Ook de panel-methode heeft voor- en nadelen. Enkel voordelen zijn: het is goedkoper dan elke week een nieuwe steekproef te moeten samenstellen, het is efficiënter omdat achtergrondgegevens maar één keer hoeven te worden verzameld, zodat het interview geheel aan de specifieke (media) vragen kan worden besteed en er zijn longitudinale onderzoeken mogelijk.

Het panelonderzoek maakt het mogelijk om de richting van de kausaliteit van het verband tussen twee variabelen die veranderen in de tijd vast te stellen. We denken hierbij aan analysetechnieken zoals cross-lagged panel correlation, de 16-fold table van Lazarsfeld en Coleman's mathematical model.

De nadelen van de panel-methode worden wel aangeduid met paneleffekten. Er treedt in de loop van de enquêteperiode een panel uitval op, er wordt wekelijks slechts een deel van de panelleden bereikt en het gedurende lange tijd meedoen aan een panel kan tot gevolg hebben dat de respondenten veranderen. Hun gedrag (bijv. media gedrag) kan veranderen doordat elke week vragen worden gesteld over bepaalde onderwerpen (media onderwerpen).

Deze paneleffekten kunnen nadelig werken op de resultaten van de wekelijkse enquêtes, vooral indien men deze resultaten wil generaliseren.

Het zijn dan ook deze paneleffekten die in dit artikel de aandacht krijgen. Achtereenvolgens komen aan de orde de panel uitval, de wekelijkse en de gemiddelde respons, de kumulatieve respons, het mediagedrag van de panelleden en de beoordeling van de enquêtes door de panelleden en de enquêteur.

– PANEL UITVAL –

Op zaterdag 1 oktober 1977 werd de eerste telefoonenquête van het seizoen 1977-1978 gehouden. Het totale aantal panelleden bedroeg 520. Aan het eind van het seizoen, bij de zesentwintigste enquête op zaterdag 26 april 1978, waren er nog 469 panelleden over. In totaal vielen er 51 personen (9.8% van het totaal) tijdens het seizoen af.

Uitvallers waren die respondenten die (1) zelf te kennen gaven niet meer mee te willen doen en (2) zij die op initiatief van de N.O.S. als panellid werden afgevoerd.

Zo stopten 29 panelleden vrijwillig met als belangrijkste reden "geen tijd" en "geen interesse". Verder vielen er 17 respondenten af wegens overmacht (ziekte, verhuizing, niet meer in het bezit van telefoon, ouderdom en doofheid), werden er 3 afgevoerd omdat ze niet bereikbaar waren, terwijl van 2 uitvallers de reden niet bekend was.

Omdat panel uitval een nadelige invloed op de representativiteit kan hebben is nagegaan of deze 51 uitvallers verschilden van de resterende 469 panelleden met betrekking tot de volgende kenmerken: leeftijd, opleidingsnivo, geslacht, omroepidmaatschap, tv-kijktijd, politieke interesse, lezen van opinieweekbladen en leestijd van de krant (zie tabel 1).

Tabel 1: Vergelijking uitvallers met niet-uitvallers.

| variabele | niet-uitvallers n=469 | uitvallers n=51 | totaal n=520 | chi-kwadr. | p ≤ |
|--------------------------|--------------------------|--------------------|-----------------|------------|------|
| geslacht | | | | 5.1 | .02 |
| man | 47% | 29% | 45% | | |
| vrouw | 53 | 71 | 55 | | |
| totaal | 100 | 100 | 100 | | |
| opleidingsnivo | | | | 10.8 | .02 |
| lo | 31% | 47% | 32% | | |
| lbo | 30 | 26 | 30 | | |
| ulo | 17 | 22 | 17 | | |
| mo+ | 22 | 6 | 21 | | |
| totaal | 100 | 101 | 100 | | |
| leeftijd | | | | 13.0 | .02 |
| 15-17 | 12% | 6% | 11% | | |
| 18-29 | 20 | 18 | 20 | | |
| 30-39 | 21 | 12 | 20 | | |
| 40-49 | 15 | 18 | 15 | | |
| 50-64 | 20 | 18 | 19 | | |
| 65+ | 13 | 29 | 14 | | |
| totaal | 101 | 101 | 99 | | |
| omroepidmaatschap | | | | 8.9 | .003 |
| wel lid | 80% | 61% | 78% | | |
| niet lid | 20 | 39 | 22 | | |
| totaal | 100 | 100 | 100 | | |
| gem. tv-kijktijd | | | | 4.4 | .04 |
| per avond | | | | | |
| ≤ 90 min. | 46% | 29% | 44% | | |
| > 90 min. | 54 | 71 | 56 | | |
| totaal | 100 | 100 | 100 | | |

In vergelijking met de niet-uitvallers hadden de uitvallers de volgende kenmerken:

- een lager opleidingsnivo
- gemiddeld ouder
- meer vrouwen (36) dan mannen (15)
- minder leden van omroepverenigingen
- lagere gemiddelde tv-kijktijd.

De uitvallers verschilden niet statistisch significant van de niet-uitvallers wat betreft politieke interesse, lezen van opinieweekbladen en lezen van kranten. Omdat de groep uitvallers relatief klein was waren de verschillen tussen het resterende panel en het totale panel per subgroep klein (max. 2%). Bij de variabele "opleiding" zien we een kleine afname van het percentage LO-ers (van 32% naar 31%) en een kleine toename van het percentage MO-ers (van 21% naar 22%), terwijl de overige opleidingscategorieën gelijk bleven.

– WEKELIJKSE EN GEMIDDELDE RESPONS –

Een belangrijke factor bij enquêtes is de respons, het aantal gerealiseerde vragenlijsten gerelateerd aan de bruto steekproef. De respons mag niet te laag zijn, terwijl bovendien de respondenten die hebben meegewerkt niet te veel mogen afwijken van de bruto steekproef wat betreft de belangrijkste kenmerken.

Er is in deze panelsituatie sprake van twee soorten respons:

(A) in procenten van de op dat moment nog deelnemende panelleden en (B) in procenten van de bruto (aanvangs)steekproef (n=520). De eerste soort respons geeft aan hoeveel respondenten bereikt zijn van het nog resterende panel, maar zegt in feite weinig over de mate van representativiteit van de bereikte steekproef, terwijl de tweede soort respons aangeeft hoeveel respondenten hebben meegewerkt in verhouding tot de aanvangssteekproef. Voor een goede representatieve steekproef is nodig dat de tweede soort respons ongeveer dezelfde waarde heeft voor de verschillende subgroepen van de relevante variabelen.

Tabel 2: Gemiddelde respons over gehele enquête seizoen per (leeftijd x opleiding)-cel in procenten van de bruto aanvangssteekproef (n=520). Tussen haakjes de respons in procenten van nog deelnemende panelleden.

| leeftijd: | Opleiding | | | | Totaal |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | L.O. | L.B.O. | U.L.O. | M.O. | |
| 15-29 | 73.6 (80.5) | 79.1 (82.8) | 73.5 (79.8) | 76.3 (77.8) | 76.2 (80.2) |
| 30-49 | 71.1 (79.7) | 80.3 (83.4) | 83.5 (84.5) | 81.2 (81.2) | 78.5 (82.2) |
| 50+ | 74.8 (82.3) | 73.6 (81.8) | 65.4 (76.0) | 73.9 (79.9) | 73.3 (80.0) |
| totaal | 73.5 (80.8) | 78.4 (82.7) | 75.0 (80.1) | 77.5 (79.6) | 76.0 (80.8) |

In tabel 2 zijn deze twee soorten respons weergegeven per cel van de (leeftijd x opleiding)-matrix. De totale gemiddelde weekrespons in procenten van de nog deelnemende panelleden was 80.8 en in procenten van de totale bruto steekproef 76.0. Omdat de tweede soort respons meer zegt over de representativiteit zullen we in het vervolg alleen die gebruiken.

Wat betreft de leeftijd was de groep 30-49 jarigen gemiddeld het beste bereikt (78.5%), gevolgd door de groep 15-29 jarigen (76.2%). De groep 50 jarigen-en-ouder had de laagste gemiddelde respons (73.3%).

De respons voor de categorieën van opleidingsnivo was het laagst bij de L.O. groep (73.5%). De groep met U.L.O. nivo behaalde 75.0%, de M.O.-ers 77.5% en de groep L.B.O.-ers had de hoogste gemiddelde respons met 78.4%.

De verschillen in respons tussen de 12 cellen in de matrix (leeftijd x opleiding) zijn groter. De laagste respons kwam voor bij de groep met U.L.O. nivo van 50 jaar-en-ouder (65.4%), terwijl de hoogste respons optrad bij de groep met U.L.O. nivo van 30-49 jaar (83.5%).

– KUMULATIEVE RESPONS –

De kumulatieve respons heeft betrekking op het totale aantal malen dat een respondent in het seizoen heeft meegewerkt aan de enquêtes. In tabel 3 is de frekwentie-verdeling weergegeven.

Tabel 3: Kumulatieve respons van de niet-uitvallers

| aantal malen bereikt: | N | % | Kumulatief |
|-----------------------|-----|--------|------------|
| 1-19 | 118 | 25.2 | 25.2 |
| 20-22 | 120 | 25.5 | 50.7 |
| 23-24 | 157 | 33.5 | 84.2 |
| 25-26 | 74 | 15.8 | 100.0 |
| totaal | 469 | 100.0% | |

Uit tabel 3 blijkt dat ongeveer de helft (50.7%) van de respondenten 1 tot 22 keer bereikt is, terwijl eveneens de helft (49.3%) 23 tot 26 keer is bereikt.

Er is nagegaan of de kumulatieve respons samenhang met de variabelen leeftijd, geslacht, opleiding, religieuze band, kerkgenootschap, regio, omroep-lidmaatschap en TV-kijktijd.

Er werd slechts een statistisch significant verband gevonden met regio en leeftijd.

De respondenten die uit de drie grote steden kwamen (Amsterdam, Rotterdam en Den Haag) werden minder frekwent bereikt dan de respondent uit de provincies Groningen, Friesland en Drente (minder dan 20 keer bereikt: 45.2% versus 14.0%; $p < .009$ volgens chi-kwadraat toets).

De groep 30-49 jarigen werden het meest frekwent bereikt (54.4% werd 23 maal of vaker bereikt), daarna de groep 50 jarigen-en-ouder (51%) en tenslotte de groep 15-29 jarigen (41.6%). ($p < .054$)

Het meedoen aan een telefoonpanel gedurende zo'n zeven maanden kan invloed hebben op het mediagedrag. De respondenten kunnen meer of minder zijn gaan kijken. Het is ook mogelijk dat ze wat selectiever en kritischer zijn gaan kijken doordat er regelmatig vragen gesteld zijn over TV programma's etc. Voor een evaluatie van het telefonische panelonderzoek is het belangrijk om deze veranderingen van mediagedrag te kennen.

Ook is het van belang erachter te komen hoe de panelleden het meedoen aan de enquêtes hebben ervaren.

Daarom zijn tijdens de laatste enquête van het seizoen een aantal vragen gesteld over mediagedrag en paneldeelname.

In deze paragraaf komt het mediagedrag aan de orde, terwijl de beoordeling van de paneldeelname in de volgende paragraaf wordt behandeld.

De veranderingen in mediagedrag zijn vastgesteld door dit aan de respondenten te vragen. We beseffen dat de validiteit en betrouwbaarheid van de antwoorden nadelig is beïnvloed vanwege o.a. de neiging om sociaal wenselijk te antwoorden en de eisen die aan het herinneringsvermogen werden gesteld.

In tabel 4 zijn de vragen over veranderingen in mediagedrag met de rechte tellingen weergegeven.

Tabel 4: Paneldeelname en mediagedrag. Deze vragen werden gesteld tijdens de laatste enquête van het seizoen 1977-1978.

A. Televisie kijken

| | | |
|--|--|--|
| 1. Bent U door het deelnemen aan ons onderzoek: Wat meer of minder televisie gaan kijken? (zo nee:) Kunt U zich herinneren hoe dat in de beginperiode van de enquête was, heeft U toen wel een tijdje meer of minder televisie gekeken dan voorheen? | Ja: meer meer (begin) minder minder (begin) nee wn/ga totaal (n=359) | 11% 8% 0% 0% 81% 0% 100% |
| 2. Bent U door ons onderzoek wat meer of minder naar bepaalde soorten programma's gaan kijken? (Zo nee:) En hoe was dat in de begin periode van de enquête het geval? | Ja: meer meer (begin) minder minder (begin) nee wn/ga totaal (n=360) | 23% 5% 1% 0% 71% 0% 100% |
| 3. Bent U door ons onderzoek wat oplettender of bewuster naar de televisie gaan kijken? (Zo nee:) En hoe was dat in het begin het geval? | Ja: Ja (begin) nee wn/ga totaal (n=358) | 49% 6% 43% 2% 100% |

B. Lezen over radio en televisie

| | | |
|---|----------------|------|
| 4. Bent U door het meedoen aan de enquête meer of minder programma-opgaves in Uw omroepblad of krant gaan raadplegen? (Zo nee:) En hoe was dat in het begin het geval? | Ja: meer | 16% |
| | meer (begin) | 2% |
| | minder | 0% |
| | minder (begin) | 0% |
| | nee | 82% |
| | wn/ga | 0% |
| | totaal (n=360) | 100% |
| 5. Bent U door ons onderzoek meer of minder artikelen over radio en televisie-onderwerpen gaan lezen in, bijvoorbeeld de krant of een weekblad? (Zo nee:) En hoe was dat in het begin het geval? | Ja: meer | 16% |
| | meer (begin) | 4% |
| | minder | 0% |
| | minder (begin) | 0% |
| | nee | 80% |
| | wn/ga | 0% |
| | totaal (n=359) | 100% |

1. TV kijken (vraag 1)

11% zei door deelname aan de enquêtes méér naar de TV te zijn gaan kijken, terwijl 8% zei alleen in het begin meer te hebben gekeken.

2. Kijken naar soorten programma's (vraag 2)

Bijna een kwart van de respondenten (23%) zei door deelname aan het onderzoek meer naar bepaalde soorten programma's te zijn gaan kijken. Een kwart zei dat men meer naar bepaalde soorten programma's was gaan kijken omdat de afd. KLO dat graag wilde (kijkverzoek), terwijl ruim een kwart zei dat men meer naar actuele programma's had gekeken omdat er over gevraagd was of omdat men dacht dat erover gevraagd zou worden. De rest van de antwoorden had op diverse programma's betrekking.

Bewuster TV kijken (vraag 3)

De helft van de respondenten (49%) zei t.g.v. het meedoen aan het onderzoek wat oplettender of bewuster te zijn gaan kijken. Voor 6% gold dit alleen in de beginperiode.

"Omdat er misschien over gevraagd wordt" en het "kijkverzoek" werden als belangrijkste argumenten genoemd.

Raadplegen programma-opgaves (vraag 4)

Ongeveer een zesde van de respondenten (16%) was meer programma-opgaves in krant of omroepblad gaan raadplegen door deelname aan de enquête. De meesten van hen (69%) raadpleegden de programma-opgaves meer omdat ze bewuster en kritischer de programma's wilden selekteren. De rest deed dit om zich voor te bereiden op eventuele vragen in de komende enquête.

Lezen over radio- en TV onderwerpen (vraag 5)

16% van de respondenten was t.g.v. het meedoen aan het onderzoek meer artikelen gaan lezen in krant of weekblad, terwijl 4% dit alleen in de beginperiode deed.

De vijf soorten veranderingen in mediagedrag bleken onderling te korreleren. D.w.z. dat in het algemeen de mensen die meer waren gaan kijken naar de TV, ook meer bepaalde soorten programma's zagen, ook bewuster keken, meer programma opgave's raadpleegden en meer artikelen over radio- en TV onderwerpen lazen.

Alle korrelaties waren significant ($p < .001$; produkt-moment korrelaties). De sterkste korrelatie was die tussen "meer gaan kijken" en "bewuster gaan kijken" ($r = .37$).

– BEOORDELING VAN DE PANELPARTICIPATIE –

De beoordeling van de panelparticipatie vormde een onderdeel van de panelevaluatie. Er zijn tijdens de laatste enquête vragen gesteld betreffende het functioneren als panellid gedurende zo'n zeven maanden (tabel 5, 6 en 7).

Tabel 5: de beoordeling van de panelparticipatie

| | | |
|---|--------------------|------|
| "We hebben U altijd op zaterdag gebeld. Vond U het op den duur vervelend/lastig worden om elke zaterdag hiervoor een afspraak te hebben of viel dat wel mee?" | vaak/altijd lastig | 1% |
| | soms lastig | 9% |
| | viel wel mee | 90% |
| | w.n./g.a. | 0% |
| | Totaal (n=357) | 100% |
| "Zijn er nog dingen die U over het meedoen aan deze telefoonenquêtes zou willen zeggen; dingen die U plezierig vond of dingen die U juist minder plezierig vond?" | wel pos. opm. | 74% |
| | geen pos. opm. | 26% |
| | Totaal (n=322) | 100% |
| | wel neg. opm. | 31% |
| | geen neg. opm. | 69% |
| | Totaal (n=323) | 100% |

De zaterdagse enquête (tabel 5)

Verreweg de meeste respondenten (90%) vonden dat het wel mee viel om elke zaterdag een afspraak te hebben voor de enquête; 9% vond het soms lastig en 1% vond het altijd lastig. Tevens werd aan de mensen die het lastig vonden gevraagd om nadere uitleg. De meesten (80%) vonden het lastig om thuis te moeten blijven op de afgesproken tijd en dag.

De resterende 20% gaf als reden: "vaste tijdstip viel niet mee"; "moet dan winkelen"; "heb het dan erg druk".

Er werd nagegaan of er een verband bestond van het al of niet lastig vinden om op zaterdag gebeld te worden met de variabelen leeftijd, opleiding, geslacht, TV kijktijd en kumulatieve respons.

Er werd alleen een statistisch significant verband gevonden van opleiding met het lastig vinden van enquêtes op zaterdag. Het waren vooral de mensen met alleen LO (19%) die zeiden het lastig te vinden om zaterdags een enquête te hebben; daarna kwamen de mensen met tenminste MO opleiding (11%), terwijl degenen met LBO en ULO nivo het laagst scoorden (5%) ($p \leq .002$ volgens chi-kw. toets)

Positieve opmerkingen (tabel 5 en 6)

Drie-kwart van de respondenten (74%) noemde positieve opmerkingen over het meedoen aan de telefoonenquête. (tabel 5)

Deze reacties zijn in vier categorieën ingedeeld. (tabel 6)

Tabel 6: positieve opmerkingen van de panelleden over de telefoonenquête

| | | |
|---|-----|------|
| 1. <i>Leuk om mee te doen, gezellig (zonder meer)</i> | | 59% |
| 2. <i>Goede enquête:</i> | | |
| interessante vragen | 5% | |
| goede vragen | 3 | |
| niet moeilijk | 1 | |
| goede enquête | 2 | |
| vragen leuk gesteld | 9 | |
| | 20% | 20% |
| 3. <i>Sociaal contact:</i> | | |
| leuk contact | 9% | |
| prettig te praten met enquêtrice | 4 | |
| altijd dezelfde enquêtrice | 2 | |
| | 15% | 15% |
| 4. <i>Nuttig:</i> | | |
| invloed op TV programma's | 1% | |
| nuttig | 2 | |
| zelf van geleerd | 3 | |
| bewuster gaan kijken | 1 | |
| | 7% | 7% |
| | | 101% |

De grootste categorie is "leuk om mee te doen, gezellig" met 59%. De tweede groep positieve reacties betreft de enquête op zich: 20% vond het een goede enquête, met als belangrijkste opmerking dat de vragen leuk gesteld waren (9%). De derde groep positieve reacties betreft "sociaal contact": 15% van de positieve opmerkingen betrof het hebben van contact d.m.v. de enquête. De vierde categorie is die van het "nuttig zijn van de enquête", zowel m.b.t. de invloed op de TV-programma's als m.b.t. het nuttig zijn voor de respondent zelf.

Negatieve opmerkingen (tabel 5 en 7)

Eénderde (31%) van de respondenten noemde negatieve opmerkingen over de enquête. Ook deze opmerkingen zijn in categorieën ingedeeld, en wel m.b.t. resp. de vragen, de enquêtrices, het tijdstip van de enquête en de resultaten (tabel 7).

Bijna drie-kwart (73%) van de negatieve opmerkingen had betrekking op de gestelde vragen: moeilijk (22%); te persoonlijk (14%); te zwart-wit (9%); niet juist dat politieke zaken aan de orde kwamen (6%); teveel of te weinig over bepaalde onderwerpen gevraagd (6%).

De tweede categorie van negatieve opmerkingen had betrekking op de enquêtrices (12%): men vond dat de invalster ongeïnteresseerd was (10%); men vond het niet prettig dat men niet steeds dezelfde enquêtrice had (2%).

De derde groep negatieve opmerkingen had betrekking op het tijdstip van de enquête (7%): men werd soms later gebeld dan volgens afspraak (5%); de zaterdag was niet zo geschikt (2%).

De vierde groep negatieve opmerkingen had betrekking op de resultaten van de enquête (6%): men twijfelde aan de waardering van de NOS aan de antwoorden (4%), terwijl 2% het jammer vond dat de resultaten niet bekend werden gemaakt.

Tabel 7: Negatieve opmerkingen van panelleden over de telefoonenquête

| | | |
|--|-----|------|
| 1. <i>de vragen:</i> | | |
| moeilijke vragen | 22% | |
| vragen te persoonlijk over privé leven | 14% | |
| vragen te zwart-wit | 9% | |
| over politiek | 6% | |
| over presentatoren | 3% | |
| sommige vragen werden raar gesteld | 2% | |
| te weinig over radio | 2% | |
| te lange enquête | 5% | |
| weinig tijd voor spontane reacties | 2% | |
| teveel of te weinig over bepaalde onderwerpen | 6% | |
| te veel over tv (omdat men weinig kijkt) | 2% | |
| | 73% | 73% |
| 2. <i>de enquêtrices:</i> | | |
| invalster die ongeïnteresseerd was | 10% | |
| wisselende enquêtrices + diversen | 2% | |
| | 12% | 12% |
| 3. <i>tijdstip enquête:</i> | | |
| soms later gebeld dan volgens afspraak | 5% | |
| op zaterdag niet geschikt + diversen | 2% | |
| | 7% | 7% |
| 4. <i>de resultaten van de enquête:</i> | | |
| twijfelt aan waardering NOS aan antwoorden | 4% | |
| vind het jammer dat de resultaten niet worden bekend gemaakt | 2% | |
| | 6% | 6% |
| 5. <i>diversen:</i> | | |
| | 2% | 2% |
| | | 100% |

– SAMENVATTING EN KONKLUSIES –

– in de loop van het seizoen 1977-1978 vielen 51 respondenten af (9.8% van het totale bruto panel).

Het zijn dan ook deze groepen die speciale aandacht vereisen bij een

panel-onderzoek per telefoon, vooral wanneer de groep uitvallers erg groot wordt. In dat geval zou men kunnen overwegen het panel tussentijds weer te kompletteren tot een representatieve steekproef.

- de gemiddelde wekelijkse respons in procenten van de nog deelnemende panelleden bedroeg 80.8 en in procenten van de totale aanvangssteekproef 76.0. Deze respons-cijfers zijn goed te noemen, vooral als men in aanmerking neemt dat voor elke enquête slechts één dag (de zaterdag) beschikbaar was voor een telefonisch interview.
- drie-kwart van de respondenten werd minstens twintig keer bereikt bij een totaal aantal enquêtes van zesentwintig. De respondenten uit de drie grote steden werden minder frequent bereikt dan die uit de provincies Groningen, Friesland en Drenthe (meer dan 20 keer bereikt: 55% versus 86%).
- het meedoen aan de enquêtes bleek volgens de eigen, subjectieve opgave van de respondenten wel invloed te hebben gehad op hun mediagedrag. De helft van de respondenten was wat bewuster of oplettender naar de TV gaan kijken; bijna een kwart was meer naar bepaalde soorten TV-programma's gaan kijken; zestien procent was meer programma-opgaves gaan raadplegen; eveneens zestien procent was meer artikelen over radio- en televisie onderwerpen gaan lezen, terwijl elf procent meer naar de TV was gaan kijken.

Uit deze resultaten kunnen we konkluderen dat het panel, dat bij het begin van het enquête seizoen een goede afspiegeling vormde van de nederlandse populatie wat betreft mediagedrag, aan het einde van het seizoen toch iets oplettender, bewuster, selektiever en misschien iets deskundiger is geworden.

Op dit punt onderscheidt een panel, dat bovendien ondervraagd wordt over dezelfde onderwerpen (radio en TV), zich duidelijk van een eenmalige steekproef van respondenten. De respondenten veranderen wat betreft mediagedrag door de wekelijkse ondervraging door dezelfde enquêtrices over dezelfde onderwerpen.

- de meeste respondenten (90%) vonden dat het wel mee viel om elke zaterdag een afspraak te hebben voor een enquête. Vierenzeventig procent noemde positieve opmerkingen over het meedoen aan de enquêtes, terwijl eenendertig procent negatieve opmerkingen noemde. De meeste positieve opmerkingen (59%) waren gesteld in de trant van "leuk om mee te doen, gezellig", terwijl twintig procent betrekking had op de goede kwaliteit van de enquêtes en vijftien procent op het sociale contact met de enquêtrice. De negatieve opmerkingen van de respondenten betrof vooral de gestelde vragen (73%): moeilijke vragen, vragen over privé leven, vragen te zwart-wit gesteld, vragen over politiek etc. Bovendien vond een aantal respondenten het niet plezierig dat ze wel eens door een andere enquêtrice werden ondervraagd.

¹⁾ Bij het trekken van de steekproef is uitgegaan van een 12-cellige (leeftijd x opleiding)-matrix. De grootte van het inkomen is afhankelijk van de genoten opleiding en van de leeftijd. Bij het samenstellen van de steekproef is gezorgd dat de percentages in elke cel van deze matrix even groot zijn als de percentages in de overeenkomstige cellen van de populatie-matrix. Uit ervaring, opgedaan door verschillende onderzoeken van de N.O.S., is gebleken dat de steekproef in dat geval redelijk representatief is.

KRONIEK

VPRO-PRIJSVRAAG OVER EEN NIEUWE OMROEPSTRUCTUUR

HARRY MANDERS

Het Bestuur van de NOS zal wellicht zijn twijfels over het nut van een "prijsvraag voor een nieuw omroepbestel" bevestigd zien in het jury-rapport van de prijsvraag die de VPRO had uitgeschreven, nadat het NOS-bestuur een voorstel daartoe had afgewezen.

Maandag 20 oktober maakte professor Brouwer (*Baschwitz Instituut*, Universiteit van Amsterdam) voorzitter van een wat éézijdig samengestelde jury (alleen het "westen" was erin vertegenwoordigd) de uitslag bekend.

13 Inzendingen, waaraan door 38 personen was gewerkt zijn door de jury beoordeeld. Geen van de inzendingen kwam voor de eerste prijs in aanmerking. Hiervoor had men als criterium gesteld dat deze inzending "als geheel onderwerp kan worden van een discussie over de praktische inrichting van het nieuwe omroepbestel".

De beste inzending (en dus de tweede prijs) was van een groep studenten van de vakgroep Massacommunicatie van de Rijksuniversiteit Utrecht. Vervolgens werd nog een derde prijs toegekend (een groep van 6 middelbare scholieren uit Rijswijk) en was er nog een eervolle vermelding voor twee Havo-leerlingen (!) uit Assen.

M.n. aan deze laatste twee inzendingen kan men afmeten wat het niveau van de overige inzendingen moet zijn geweest. De eervolle vermelding werd verleend omdat de jury gecharmeerd was door de originele, enthousiaste en idealistische opzet. Maar de vele tekortkomingen zoals onlogische samenhang, onuitvoerbaarheid en onvoldoende argumentatie, maakten het de jury onmogelijk er een echte prijs aan toe te kennen.

De inzending met de derde prijs bevat

een redelijk volledige opzet. De analyse van de huidige omroepsituatie verraadt enerzijds duidelijk kennis van zaken maar is anderzijds toch vaak onjuist, onzorgvuldig en onvolledig. Deze kwalificaties gelden ook in zekere mate voor de opzet die men voorstelt, ondanks een duidelijke visie op wat er zou moeten komen. De term "naïef", die ook door de jury wordt gebruikt lijkt mij de beste karakterisering. Als vernieuwingen zijn aan te halen: duidelijker zelfstandige positie voor de radio; omroepverkiezingen; losmaken van het facilitaire bedrijf van de NOS; keuze vóór een commerciële zender (3e net); uitbreiding regionale omroep en de instelling van dag-tv.

Zeer twijfelachtig lijken mij de suggesties t.a.v. de instelling van controle-organen (keurslijf), de wens om "ongekleurde informatie" (echter wel "zo breed mogelijk" en ook "pluriform"). Ook het plan om de STER-reclame af te bouwen en manipulerende reclame te verbieden, tegenover de instelling van een commercieel net, lijkt mij onvoldoende doordacht.

Het ontwerp uit Utrecht verdient de hogere kwalificatie duidelijk: zowel in de analyse van de huidige situatie als bij de nieuwe suggesties is, ondanks de vele compromissen die de auteurs hebben moeten sluiten (werkgroep!), een veel coherenter beeld geschapen. Opvallend in dit voorstel is dat een commercieel net impliciet wordt afgewezen ten gunste van uitbreiding van de STER-reclame. Andere suggesties: 3 tv-, en 4 radiozenders; duidelijker zenderkleuring; dag-tv op 3e net te verzorgen door de "zuilen"; splitsing van NOS-bestuur in een programma-verzorgende afdeling en facilitaire afdeling (en waar blijft de derde functie: coördinatie en overleg? HM); afschaffing omroepraad en regeringscommissariaat; méér aandacht en ruimte voor regionale en lokale omroepen.

Het Utrechtse ontwerp is soms tot in de-

tails uitgewerkt zoals de prijs voor reclame-minuten op de onderscheiden zenders en de verdeling over programmacategorieën van de zendtijd op het 2e en 3e tv-net.

De *VPRO* zal de bekroonde inzendingen integraal publiceren evenals enkele fragmenten uit de andere inzendingen zodat men er zich van kan overtuigen dat de prijsvraag weinig ideeën heeft opgeleverd die èn origineel èn haalbaar zijn. Maar daarmee is de *VPRO* nog niet uitgeput, zij heeft nog andere ijzers in het vuur: rond de jaarwisseling is het resultaat te verwachten van een studiec ommissie (o.l.v. oud-CRM-minister van Doorn).

Daarmee lijkt zij de omroepvereniging die zich het meest druk maakt over de toekomst van de nederlandse omroep, met de *VARA* als goede tweede.

UNESCO-UITGAVEN

JACK SAARLOOS

Sinds de vorige opgave in *Massacom-municatie* (7, 1979, nr. 1, blz. 15) zijn er bij de UNESCO in Parijs enkele uitgaven verschenen, die hieronder worden opgesomd.

De serie *Communication policies in . . .* wil het communicatiebeleid in verschillende landen op een vergelijkende wijze in kaart brengen. Landen in Europa, Zuid-Amerika en Azië zijn reeds aan bod gekomen in deze serie. Het dertiende deeltje behandelt in 89 bladzijden het communicatiebeleid, verleden en toekomst, wettelijke bepalingen en de organisaties in het Midden-Amerikaanse land Costa Rica. De serie is erg nuttig wanneer men zich op de hoogte wil stellen van de ontwikkeling en het beleid ten aanzien van massakommunikatie in het buitenland.

Het vijfde deeltje in de serie *Monographs on communication technology and utilization* getiteld *Rural radio; programme formats* bevat bijdragen van K. A. Diks-

hit, I. Boden, C. Donkor, S. Bonzon, H. B. Alarcon, J. Kostàl en G. Powel (Deel 5, Unesco, Parijs, 1979, 94 blz., Unesco-kenmerk: (B.10) CC. 78/XXVI/5 A, ISBN 92-3-101616-4).

In tegenstelling tot de vorige deeltjes ligt de nadruk hier niet op de techniek van audio-visuele middelen, maar op de toepasbaarheid en toepassingen van een medium, in dit geval radio, in communicatieprojecten. De serie is in eerste instantie bedoeld voor degenen die met weinig financiële middelen in ontwikkelingslanden werkzaam zijn in communicatie-projecten.

Verder verschenen er eindverslagen van twee konferenties over communicatiebeleid:

- *Intergovernmental conference on communication policies in Asia and Oceania; final report*, Kuala Lumpur (Malaysia), 5-14 February 1979, Unesco, Parijs, 1979, 56 blz., 6 bijlagen, Unesco-kenmerk: COM/MD/42.
- *Intergovernmental conference on communication policies in Latin America and the Carribean; final report*, San José (Costa Rica), 12-21 July 1976, Unesco, Parijs, 1976, 45 blz., 6 bijlagen, Unesco-kenmerk: COM/MD/38.

Zeven jaar nadat de Unesco in haar 17de zitting een initiatief in die richting had genomen, werd men het in de 20ste zitting van de Algemene vergadering eens over de "Declaration on fundamental principles concerning the contribution of the mass media to strengthening peace and international understanding, to the promotion of human rights and to countering racialism, apartheid and incitement to war", 1979, 15 blz., Unesco-kenmerk: CC. 79/D.116/A.

De uitgaven van de Unesco zijn in Nederland verkrijgbaar bij Nijhoff in Den Haag en bij Keesing in Amsterdam. In België kan men terecht bij Jena de Lannoy te Brussel. Het adres van de Unesco in Parijs is: Department of mass communication, 7 Place de Fontenoy, 75700.

MEDIA EN MAATSCHAPPELIJKE VERANTWOORDELIJKHEID KORT VERSLAG VAN EEN CONGRES

WIM NOOMEN

"Welke bijdrage(n) kunnen media, publiek en overheid leveren aan een maatschappelijk verantwoord functioneren van de media?" Deze vraag stond centraal op een op 4 en 5 november 1980 gehouden congres, georganiseerd door de vakgroep Kommunikatiewetenschap van de Vrije Universiteit, Amsterdam. Ter beantwoording van deze vraag waren een viertal inleiders uitgenodigd, terwijl in twaalf werkgroepen de congresdeelnemers zich konden bezighouden met deelaspecten van de centrale vraag, op basis van door de werkgroepvoorzitters aangereikte stellingen.

Aan de keuze van het congressthema lag als uitgangspunt de overweging ten grondslag, dat de media een (belangrijke) dienende functie vervullen ten behoeve van de vrijheid van meningsuiting en van meningsvorming door de staatsburger. Voor wat betreft die dienende functie van de media aansluitend bij de *Social Responsibility Theory of the Press* werd het congressthema door de inleiders behandeld uit drie onderscheiden invalshoeken, te weten die van (1) de media; (2) het publiek en (3) de overheid, waarbij als leidraad vragen dienden als: "Welke betekenis kan worden (wordt) toegekend aan het begrip maatschappelijke verantwoordelijkheid, wanneer het gaat om het functioneren van de media?" en "Welke externe en interne condities kunnen als noodzakelijk worden aangemerkt voor, respectievelijk welke factoren zijn bevorderlijk aan het realiseren van de 'maatschappelijke verantwoordelijkheid'?" Met betrekking tot de invalshoek van het publiek was één van de vragen "Welke mogelijkheden zijn er voor het publiek om invloed uit te oefenen op de aard, samenstelling en

kwaliteit van de informatie, respectievelijk welke mogelijkheden kunnen worden ontwikkeld om de hier bedoelde publieksinvloed te vergroten? (Vooropgesteld al dat daarmee een zinvol doel is gediend, i.c. het verkrijgen van betere informatie)". Terzake van de rol van de overheid dienden de volgende vragen als leidraad voor de inleiders: "(1) Kan overheidszorg op dit gebied onmisbaar worden geacht? (2) Zo ja, is het huidige overheidsinstrumentarium dan toereikend te achten en (3) Welke veranderingen kunnen worden tegemoet gezien, respectievelijk zijn noodzakelijk te achten met het oog op communicatie-technologische ontwikkelingen?"

De voor de media-invalshoek uitgenodigde **prof. dr. J. D. Halloran** (Leicester) behandelde het concept van de maatschappelijke verantwoordelijkheid op nationaal zowel als internationaal niveau, tegen de achtergrond van het zgn. MacBride rapport. Met betrekking tot het nationale niveau, merkte hij onder meer op: "I would argue that one of the main criteria about media's social responsibility has to do with their willingness to support independent, autonomous, critical research, which challenges the accepted ways of doing things, questions the conventional wisdom, threatens the media mythologies and so on". Ten aanzien van de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de media op internationaal niveau vroeg hij zich af hoe de situatie thans is met betrekking tot bijv. de internationale informatiestroom: "... anyone who addresses himself to the question of media and social responsibility, particularly if one accepts the promotion of international understanding as a valid criteria, must take into account the nature of the international communication networks and their operation. We must ask in this connection, how socially responsible have we been in the past, and how socially responsible are we now?"

Prof. dr. A. van der Meiden (Utrecht),

gevraagd om zich met name met de publiekskant bezig te houden, prikkelde het, niet uitsluitend uit mediapubliek bestaande, congrespubliek met uitspraken als: "De media, generaliserend gesproken, slaan tegenover het publiek een toon aan die behalve irritant en eigenge-reid ook nog betuttelend is en gebaseerd schijnt te zijn op een soort IQ-beeld dat niet (meer) aan de werkelijkheid voldoet" en "Het is me niet geheel duidelijk waarom journalisten bij de media tussen informatie uit een nieuwsbron en het publiek moeten staan als filters en commentatoren (. . .) Vraag: wat betekent dan het recht op informatie van het publiek als het afhankelijk is van filters, gate-keepers?".

De niet al te selectief waarnemende congresganger kon echter ook een uitspraak beluisteren als: "Media zijn niet onafhankelijk, maar vallen in een democratisch bestel binnen de beoordelings-bevoegdheid van de burgers. Ik stel dit nadrukkelijk zo, omdat er in journalistieke kringen altijd een ietwat geïrriteerde stemming ontstaat, wanneer men de totale vrijheid van de pers afgrenst van publieksrecht en publieksvrijheid".

Terzake van een mogelijke bijdrage door de overheid gaf **dr. S. Faber** (lid van de Tweede Kamer en lid van de hoofdredactie van *Friesch Dagblad*) als zijn mening te kennen: "Het is goed om ervan uit te gaan dat pluriformiteit in pers en omroep niet primair gezien moet worden als een functie van het economische systeem. Nee, het gaat hierbij in de eerste plaats om een essentieel onderdeel van het democratische politiek systeem. En nu overheidsomroep steeds meer zal neerkomen op een zaaien op de akker van de uniformiteit, ligt het des te meer op de weg van de leiding van het politiek systeem al het mogelijke te doen de pluriformiteit te waarborgen. Echter, "De politiek-psychologische wissel van 'overheidsomroep' naar 'actieve overheidsbemoediging' mag zeker niet klakkeloos worden genomen. Of ons bestel overeind blijft hangt er in sterke mate

van af in hoeverre het nog in het volk geworteld is en derhalve nog op prijs wordt gesteld. De rol van de overheid is primair te zorgen voor de infrastructuur van de media, waardoor een rechtvaardige verdeling (en daarmee de verscheidenheid) mogelijk blijft. Per medium zal bekeken moeten worden hoe dat het beste kan".

Eveneens uitgenodigd om te spreken over de rol van de overheid, met name ten aanzien van de "nieuwe media", ging **mr. E. C. M. Jurgens** (NOS) vaardig in op de referaten van zijn collega-leiders, waar het de onderscheiden uitwerkingen van het concept van de maatschappelijke verantwoordelijkheid betrof. Na een schets van wat er thans aan de hand is met de elektronische media in Nederland, "dat aanleiding zou kunnen vormen om de verhouding media-publiek-overheid opnieuw onder de loupe te nemen", zag hij in het licht van de nieuwe media-situatie onder meer de volgende elementen als wezenlijke onderdelen van een overheidsbeleid met betrekking tot de omroep: "Zorgen dat er gedurende een zo groot mogelijk deel van de tijd waarin mensen televisie (willen) kijken, naast de buitenlandse zenders ook meerdere nederlandse tv-programma's in de lucht zijn". "Zorgen dat de omroep haar eigen nederlandse, niet-commerciële karakter, zoveel mogelijk aansluitend op in de bevolking bestaande pluriformiteit, handhaaft". "Handhaven van de eigen journalistieke verantwoordelijkheid binnen de omroep tegenover overheid én sociaal-economische machtsconcentraties" en "Bevorderen van een intensievere samenwerking tussen omroep en de andere takken van culturele bedrijvigheid in Nederland. De omroep zal, méér dan nu het geval is, als een belangrijk cultureel centrum moeten gaan fungeren". Met betrekking tot de "Sluis-problematiek" merkte Jurgens tijdens de paneldiscussie nog op, dat het weren van commerciële uitzendingen nooit op programma-tische maar uitsluitend op omroep-economische gronden zou mogen ge-

schieden: wanneer uit de algemene middelen compensatie voor gederfde (reclame-)inkomsten kan worden gegeven, heeft de overheid nauwelijks een titel om op dit punt regulerend op te treden.

In de twaalf werkgroepen hielden de 350 deelnemers zich bezig met onderwerpen die waren toegesneden op de verschillende segmenten van de doelgroep van het congres: journalisten, voorlichters, wetenschappers, beleidsambtenaren en politici én het media-publiek. Zonder de overige werkgroepen te kort te willen doen, vermelden we hier, gelet op de actualiteit van het onderwerp én het concrete karakter van de aanbevelingen, enkele conclusies uit de werkgroep van **dr. H. Schelhaas** (hoofd voorlichting provincie Overijssel) "Implicaties van de *Wet Openbaarheid van Bestuur (WOB)* voor de verhouding overheidsvoorlichter-journalist":

- Maatschappelijke verantwoordelijkheid is niet gediend met de povere wijze waarop de *Wet Openbaarheid van Bestuur* door de wetgever zelf over het publieke voetlicht is gebracht. Maatschappelijke verantwoordelijkheid is ook niet gediend met de gebrekkige wijze waarop de media gebruik maken van de mogelijkheden die de *WOB* biedt.
- Nu art. 2 *WOB* . . . een richtinggevende intentieverklaring is geworden en mitsdien een artikel is geworden, waarin een sanctieloze verplichting is opgenomen, verdient het voorstel van de *Nederlandse Vereniging van Journalisten* en van de *Nederlandse Vereniging van Voorlichters* tot het in het leven roepen van een onafhankelijke informatiekamer, tot controle op de toepassing, naar het model van de Algemene Rekenkamer, omgezet te worden in een zodanige daad van de wetgever naar het oordeel van de werkgroep. Met zodanige daad van wetgeving maakt men naast het geld ook de gegevens openbaar.

In meer dan één groep kwam het thema "media en samenleving" aan de orde en

wanneer het zo is dat een samenleving de media krijgt die zij verdient, is één van de conclusies uit de werkgroep van mevrouw **mr. T. Faber-de Heer** (Min. van Justitie) vermeldenswaard: "Journalisten in Nederland doen het zo slecht nog niet; zeker is dat je van hen niet meer mag verwachten dan van de *gemiddelde Nederlander*".

Het verloop van de discussie tijdens het congres - plénaire, in werkgroepen en door het panel - overziende kan worden gezegd dat het congres onder de leiding van **prof. mw. W. F. de Gaay Fortman**, in zijn opzet geslaagd is: het bieden van de mogelijkheid tot het voeren van een praktisch-wetenschappelijke discussie. Nu ging het hier om een tweedeaagse discussie, waarvan mag worden gehoopt dat zij in de kringen van betrokkenen zal worden voortgezet.

De discussie ging over het maatschappelijk functioneren van de media, waaronder - in de (onderzoeks)traditie van de vakgroep *Kommunikatiwetenschap* - werd verstaan ". . . het leveren van een bijdrage aan de kwaliteit van de meningsvorming binnen onze parlementair-democratische samenleving". Vanuit de wetenschap kan aan die discussie een bijdrage worden geleverd door het verrichten van relevant onderzoek. "We need the knowledge that only research can provide before we can develop adequate communication policies". (Unesco document COM/MD 20, 1971). Betrokken op de wenselijkheid én noodzaak van een pluriforme informatievoorziening zou het terzake grenztrekkende en grens-verleggende karakter van (communicatiwetenschappelijk-) onderzoek een aanknopingspunt kunnen vinden bij één van de conclusies uit de werkgroep van **dr. J. J. van Cuijlenburg** (VU): "Om een zinvolle discussie over het maatschappelijk belang van verschillende vormen van pluriformiteit mogelijk te maken, lijkt een nauwkeurig aangeven - liefst in operationele termen - van wat de verschillende vormen van pluriformiteit precies inhouden, noodzakelijk".

INHOUD JAARGANG 8 1980

– ARTIKELEN –

- Van Asseldonk, drs. P., *Stakingsrecht voor journalisten* (178)
Den Boer, P., *Is staken geen werk . . . voor journalisten?* (181)
Halloran, prof. dr. J., *Communication needs and communication policies* (152)
Halloran, prof. dr. J., *Pleidooi voor een 'critical social research'* (158)
Hollander, drs. E., *Het MacBride-rapport en Development Communication* (261)
Hultén, dr. O., *Future of broadcasting* (109)
Lamers, dr. H., *Over geloofwaardigheid van begrijpelijke taal* (268)
Van Neerven, dr. J. P. S., *Dagbladen en moderne media* (97)
Te Nuyl, P., *De aanval op het bestel komt niet uit de lucht vallen . . .* (123)
Pratz, G., *Sind die Zeitschriften und ihre Mediaforschung für den Zukunfts-
markt mit neuen Medien gerüstet?* (137)
Saxer, prof. dr. U., *Zukunftsaussichten der Zeitung* (83)
Schmitz, mr. B. A., *Tòch moraliseren!* (185)
Schuijt, mr. G., *De juridische en journalistiek-ethische bezwaren tegen stakin-
gen van journalisten ontleed en weersproken* (189)
Sniijders, drs. M. L., *Geen beperking bij wet, wel terughoudendheid uit beroep-
sethiek* (208)
Sniijders, drs. Th./drs. A. Heuvelman, *Een bekeken (?) jeugdjournaal* (249)
Swart, J. C., *Tijdschriften in Epoch B* (148)
Teer, dr. ir. K., *The shape of tools to come* (68)
Vierkant, drs. P., *Het functioneren van het telefoonpanel van de Nederlandse
Omroep Stichting, seizoen 1977-1978* (279)
Voigt, prof. dr. D., *Maatschappelijke orde en massacommunicatie* (1)
Vonk, drs. R. H., *De wetenschap in dagbladen; een momentopname* (25)
Vos, drs. R. A. H., *Bevordering van het pershistorisch onderzoek in Nederland*
(241)
Van Vree, drs. F., *De vooroorlogse pers als machtsinstrument* (214)
Welles, drs. H., *Een methode voor het analyseren van openbare discussies
over zaken die het algemeen belang raken* (40)
Van der Zande, drs. K. J., *Zweedse pre-stakingsregeling logisch model* (211)

– SPECIALE NUMMERS –

Nummer 1-2 van deze jaargang was geheel gewijd aan *inhoudsanalyse*; opge-
nomen waren de artikelen van Voigt (1), Vonk (25) en Welles (40).
Nummer 3-4 van deze jaargang was geheel gewijd aan *SOMMATIE 80: de
toekomst van de media, de media van de toekomst*. Opgenomen waren de
artikelen van Halloran (152, 158), Hultén (109), Van Neerven (97), te Nuyl (123),
Pratz (137), Saxer (83), Swart (148) en Teer (68).
In nummer 5 van deze jaargang speciale aandacht voor *Stakingsrecht voor
journalisten*, met bijdragen van Van Asseldonk (178), den Boer (181), Schmitz
(185), Schuijt (189), Sniijders (208) en Van der Zande (211).

– KRONIEK –

VPRO-prijsvraag over een nieuwe omroepstructuur (290), Harry Manders.

UNESCO-uitgaven (291), Jack Saarloos

Media en maatschappelijke verantwoordelijkheid (292), Wim Noomen

ERRATUM

In het artikel van Gerard Schuijt *De juridische en journalistiek-ethische bezwaren tegen stakingen van journalisten ontleed en weersproken* in nummer 5 van deze jaargang (pp. 189-207) is op pagina 192, regel 14, het niet onbelangrijke woordje 'niet' weggefallen. Juist voor de geschiedschrijving is het noodzakelijk te vermelden dat de daar genoemde noodeditie, mede onder druk van de grafische bonden, *niet* uitkwam.

RECTIFICATIE

In mijn artikel 'Bevordering van het pershistorisch onderzoek in Nederland' in het oktobernummer van *Massacommunicatie* wordt in noot 14 op blz. 247 opgemerkt dat dr. M. Schneider geen toestemming zou hebben gekregen om in zijn in 1943 verschenen (eerste druk van) *De Nederlandse Krant* aandacht te besteden aan de pers na mei 1940. Deze opmerking had ik gebaseerd op een mededeling in het woord vooraf bij de in 1979 verschenen vierde druk van dit boek (blz. 9): "In 1943 - midden in de Tweede Wereldoorlog - verscheen de eerste druk van dit boek dat om begrijpelijke redenen vóór 1940 eindigde". Die 'begrijpelijke redenen' hadden evenwel geenszins betrekking op een geweigerde toestemming. Aan het slot van de inleiding van de 1e druk (blz. 8) schrijft Schneider nl.: "Begrijpelijk is, dat een behandeling van de allerjongste geschiedenis, van historisch standpunt nog nauwelijks geschiedenis, thans nog niet mogelijk is". In overleg met de redacteur van de *Patria*-reeks, dr. J. H. Kernkamp, was besloten dat, zo er bezwaar zou worden gemaakt tegen dit standpunt en de consequenties daarvan, het manuscript in portefeuille zou blijven. Schneider is doelbewust gestopt bij mei 1940. Het vragen van toestemming was bij voorbaat uitgesloten.

Ook de passage op blz. 243, r. 15-23, behoeft een verbetering. In 1948 werd dr. Schneider te Leiden niet toegelaten als privaatchoort docent perswetenschap, doch kreeg hij vanwege het *Leids Universiteitsfonds* een opdracht betreffende het dagbladwezen. Deze opdracht had - evenmin als die van zijn voorganger en leermeester Lievegoed - niets van doen met een academische opleiding in de journalistiek, maar was allereerst bedoeld studenten de mogelijkheid te bieden inzicht te verwerven in betekenis en functie van het perswezen.

Voor de goede orde zij opgemerkt dat ik dit artikel op persoonlijke titel heb geschreven en niet namens de *Commissie Bevordering Pershistorisch Onderzoek*.

drs. R. Vos

GEGEVENS OMTRENT DE AUTEURS

Drs. E. Hollander is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan het Instituut voor Massacommunicatie van de K.U. Nijmegen. Van 1978-1980 was hij als docent massacommunicatie werkzaam bij de Faculteit Sociale Wetenschappen van de Universitas Indonesia te Jakarta.

Dr. H. Lamers is verbonden aan de vakgroep Voorlichtingskunde van de Landbouwhogeschool Wageningen, sectie wetenschappelijke informatieverzorging.

Drs. P. Vierkant is werkzaam bij de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS te Hilversum.

Drs. H. Manders is wetenschappelijk medewerker van het Instituut voor Massacommunicatie van de K.U. Nijmegen.

Drs. J. Saarloos is werkzaam bij de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS te Hilversum.

Dr. G. W. Noomen is als wetenschappelijk hoofdmedewerker verbonden aan de vakgroep Kommunikatiewetenschap van de V.U. Amsterdam.

Onderzoeksverslag

TELETEKST

en

VIEWDATA

een exploratie in het domein van de telematiek

DIRK DE GROOFF - o.l.v. Prof. dr. G. Fauconnier

645 blz.

1475 Bfr. (fl. 99,50)

BESTELBON

Graag ontvang ik exempl. van "Teletekst en Viewdata"

NAAM

ADRES

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP

K.U. Leuven

E. van Evenstraat 2A Tel.: (016) 22.10.70

3000 Leuven - België

Storting bankrekeningnr. 431 - 0370172 - 87