

MASSACOMMUNICATIE

Wetenschappelijk Kwartaaltijdschrift
voor Communicatie en Informatie

Jaargang 15

Nummer 4, 1987

KARSTEN RENCKSTORF &
PAUL NELISSEN

*Het omgaan met kennis en de
vraag naar voorlichting.*

JAN WIETEN

Tussen vernieuwing en herstel.

CEES VAN WOERKUM

Diaspora of driesporenland

GERRIT VAN DER RIJT,
ANNE-MARIE BUIJSSE &
JAN VERBEEK

*De effectiviteit van lokale
ondersteuning van een massamediale
voorlichtingscampagne.*

MARTIN VERWEIJ,
NELLY KALFS,
WILLEM E. SARIS &
MARIUS DE PIJPER

*Tijdsbestedings-onderzoek
middels Tele-interviewing en de
mogelijkheden voor segmentatie.*

MASSACOMMUNICATIE

uitgegeven door de
STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

Onder redactie van

PROF. DR. J.J. VAN CUILENBURG	<i>Vrije Universiteit Amsterdam</i>
MR. G.A.I. SCHUIJT	<i>Directeur 'Groene Amsterdammer'</i>
PROF. DR. W.F. VAN RAAIJ	<i>Erasmus Universiteit Rotterdam</i>
PROF. DR. J.G. STAPPERS	<i>Katholieke Universiteit Nijmegen</i>
DR. J. WIETEN	<i>Universiteit van Amsterdam</i>
DR. C.M.J. VAN WOERKUM	<i>Landbouw Universiteit Wageningen</i>

Raad van Advies

prof. dr. J.C. Arnbak, *Technische Universiteit Delft* – prof. dr. J.Th.M. Bank, *Erasmus Universiteit Rotterdam* – prof. dr. E. de Bens, *Rijksuniversiteit Gent*, – drs. J. Bierhof, *School voor de Journalistiek, Utrecht* – dr. H. de Bock, *Interview/Burke Amsterdam* – prof. dr. L. Boone, *Katholieke Universiteit Leuven* – mr. H.J.M. Boukema, *Advocatenkantoor Geerling, Amsterdam* – prof. dr. ir. J.L. Bordewijk, *Technische Universiteit Delft* – prof. dr. G. Fauconnier, *Katholieke Universiteit Leuven* – prof. dr. C.J. Hamelink, *Universiteit van Amsterdam* – drs. P.M. Hendriksen, *Nederlandse Omroep Stichting (NOS)*, – prof. dr. G.J. Kok, *Rijks Universiteit Limburg*, – prof. dr. K. Renckstorf, *Katholieke Universiteit Nijmegen* – drs. A.A.M. Rennen, *Academie voor de Journalistiek, Tilburg* – prof. dr. N. Röling, *Landbouw Universiteit Wageningen* – dr. O. Scholten, *Vrije Universiteit Amsterdam* – dr. J. Servaes, *Katholieke Universiteit Leuven* – prof. dr. G.M. van Veldhoven, *Katholieke Universiteit Brabant* – dr. T.H.A. van der Voort, *Rijks Universiteit Leiden* – dr. A.A. Wentink, *Katholieke Universiteit Brabant* – prof. dr. O. Wiegman, *Technische Universiteit Twente*.

Redactiesecretaris

Jeroen L.J. Janssen
Postbus 258, 6500 AG Nijmegen,
Telefoon: 080-51 57 23/51 23 72

Inhoud, nummer 4, 1987

Artikelen

KARSTEN RENCKSTORF & PAUL NELISSEN

Het omgaan met kennis – en de vraag naar voorlichting. Achtergronden en uitgangspunten voor fundamenteel onderzoek, PAGINA 291

JAN WIETEN

Tussen vernieuwing en herstel – de pers in de eerste naoorlogse jaren, PAGINA 317

CEES VAN WOERKUM

Diaspora of driestromenland, PAGINA 331

Onderzoek in 't kort

GERRIT VAN DER RIJT, ANNE-MARIE BUIJSSE & JAN VERBEEK

De effectiviteit van lokale ondersteuning van een massamediale voorlichtingscampagne tegen alcohol in het verkeer, PAGINA 344

Methoden van Onderzoek

MARTIN VERWEIJ, NELLY KALFS, WILLEM E. SARIS & MARIUS DE PIJPER

Tijdsbestedings-onderzoek middels tele-interviewing en de mogelijkheden voor segmentatie, PAGINA 353

Boekbesprekingen

Paul Stoop, Niederländische Presse unter Druck. Deutsche auswärtige Pressepolitik und die Niederlande 1933-1940, (JAN BRAUER) – J. de Jong-Geerveld & J. van der Zouwen, De vragenlijst in het sociale onderzoek, (PIET VERSCHUREN) – F. Wester, Strategien voor kwalitatief onderzoek, (HARRY BOUWMAN) – A. Dorr, Television and children, (MARCEL VOOIJS). PAGINA 370

Mededelingen

Sommatie 88, PAGINA 379

Inhoud, jaargang 15, 1987, PAGINA 382

KARSTEN RENCKSTORF & PAUL NELISSEN

Het omgaan met kennis - en de vraag naar voorlichting

Achtergronden en uitgangspunten voor fundamenteel onderzoek¹⁾

De hoge kosten van grootschalige, soms zelfs wereldwijde, voorlichtingscampagnes moeten (maatschappelijk) verantwoord worden. Zowel de materiële kosten – alleen al in Nederland worden jaarlijks honderden miljoenen zonet miljarden besteed aan voorlichtingsactiviteiten –, alsook de immateriële kosten – uitgedrukt in gewenste en verwachte kennis-, houdings- en gedragsveranderingen van mensen –, staan in schril contrast met de (wetenschappelijke) kennis omtrent de mogelijkheden voorlichtingscampagnes doelgericht en effectief te ontwerpen, uit te voeren en te controleren. Niet alleen ten aanzien van deze, wat wij de *determinanten van de aanbodzijde van voorlichting* zouden willen noemen, is in geringe mate wetenschappelijk inzicht voorhanden, maar ook is nog weinig bekend over de wijze waarop de *vraag naar voorlichting* tot stand komt.

Beide aspecten van het voorlichtingsgebeuren, en de afstemming van beide op elkaar, maken deel uit van het door de Voorlichtingsraad/RVD geïnitieerde "themaproject" dat in de vorm van een meerjarenprogramma inzicht tracht te krijgen in de determinanten die de vraag naar en het aanbod van overheidsvoorlichting en de afstemming op elkaar bepalen.

In dit artikel wordt de totstandkoming en de ontwikkeling van het "themaproject", en met name dat gedeelte dat zich bezighoudt met de determinanten van de vraag naar overheidsvoorlichting, geschetst, en een probleemstelling en strategie voor onderzoek naar deze determinanten geformuleerd.

Het is duidelijk dat eerst een breed opgezette theorie omtrent 'het omgaan met kennis door mensen' noodzakelijk is, die later in een conceptueel model empirisch getoetst zal worden. Achtergronden en uitgangspunten van deze multi-disciplinaire visie, en met name van het communicatiewetenschappelijk referentiekader, zullen hier in het kort worden aangeduid.

In een tijd met grootschalige, soms zelfs wereldwijde, voorlichtingscampagnes, zoals de AIDS-campagne, anti-rook-, anti-alcohol- en anti-drug-campagnes, milieubescherming en misdadpreventie, wordt duidelijk dat voorlichting gepaard gaat met grote materiële en immateriële investeringen. De materiële kosten van het voorlichtingsgebeuren kunnen worden geïllustreerd aan het gegeven dat alleen in Nederland jaarlijks honderden miljoenen worden uitgegeven aan voorlichtingsactiviteiten, die uiteraard (maatschappelijk) verantwoord moeten worden. Dit geldt ook voor de immateriële kosten die betrekking hebben op de gewenste en verwachte kennis-, houdings- en gedragsveranderingen die met de campagne beoogd worden, zowel wat betreft de keuze die daarbij door de communicator wordt gemaakt, alsook met betrekking tot de activiteiten van de ontvanger in dit

voorlichtingsgebeuren. Beide aspecten contrasteren met de mogelijkheden dergelijke campagnes doelgericht en effectief te ontwerpen, uit te voeren, en (ten aanzien van de te bereiken doelen) te controleren. Ons inziens is echter de kennis omtrent voorwaarden voor de afwikkeling van beïnvloedingsprocessen die gericht zijn op verandering van collectief handelen inderdaad nog vrij beperkt, of op zijn minst nog 'volop in ontwikkeling' (vgl. Klandermans / Seydel, 1987).

Een van de centrale, en nog niet werkelijk beantwoorde, vragen is bijvoorbeeld op welke wijze de *vraag naar voorlichtingsboodschappen* überhaupt tot stand komt: onder welke omstandigheden, op welke tijdstippen en met betrekking tot welke categorieën van mensen. Het is daarom niet verwonderlijk dat de Voorlichtingsraad – voor een groot deel op basis van het door van Cuilenburg in 1983 uitgebrachte advies – zich sinds 1983 in onderzoeksprojecten bezighoudt met het doel de determinanten van de vraag naar voorlichting (theoretisch) te bepalen en (empirisch) te meten.

Een eerste analyse van onderzoeksresultaten van het zgn. 'Themaproject vraagzijde', die tot een advies aan de Voorlichtingsraad leidde (vgl. Renckstorff / Nelissen, 1987), riepen bij ons een aantal vragen op. Met name de vraag in hoeverre het wenselijk is onderzoek naar de determinanten van de vraag van het publiek naar voorlichting in een bredere (theoretische) context te plaatsen.

Nader bezien blijken schijnbaar zo treffende stellingen als "Overheidsvoorlichting in *overvloed*", veel gehanteerde begrippen als "moeilijke doelgroepen" of inmiddels gebruikelijke concepten als "behoefte" aan "informatie" niet werkelijk zo adequaat, precies en doeltreffend als meestal wordt verondersteld. Integendeel: het is overduidelijk dat een "theorie" – in de zin van een tamelijk algemeen referentiekader, dat uitgewerkt kan worden tot een conceptueel model dat een aanzet geeft tot concrete onderzoeken – ontbreekt.

– Wat zijn namelijk de concrete criteria (en indicaties) voor een "overvloed" aan (overheids)voorlichting?

Het feit dat mensen grote hoeveelheden via voorlichting verspreide informatie niet (op de gewenste wijze) gebruiken en het gegeven dat mensen andere – vaak informele – informatiebronnen consulteren, zou men – met goede argumenten – ook als een "tekort" op kunnen vatten.

– Met betrekking tot zogenaamde "moeilijke" doelgroepen kan de vraag gesteld worden: zijn die daadwerkelijk ten opzichte van alle kennis-regio's zo ongeïnteresseerd als vaak wordt aangenomen? Is het inderdaad verstandig – zonder enig inzicht in de concrete, alledaagse (sociale) situaties van deze groepen – een "behoefte" aan "informatie" te veronderstellen?

Na een overzicht van de stand van zaken van het 'themaproject vraagzijde van overheidsvoorlichting' willen we nu enkele achtergronden en uitgangspunten voor *fundamenteel* onderzoek betreffende het thema "informatie behoeften" en "informatie(zoek)gedrag" ten aanzien van (publieks)voorlichting formuleren.

Fundamenteel wordt daarbij in drie opzichten beargumenteerd:

- allereerst wordt de noodzakelijkheid onderstreept eerst een *theoretisch referentiekader* te ontwerpen en tot een conceptueel model uit te werken, dat tot concrete onderzoeken kan leiden,
- daarnaast wordt aangetoond dat een dergelijke theorie breder opgezet moet zijn dan op dit moment noodzakelijk lijkt: problemen met betrekking tot de vraag naar voorlichting horen ons inziens thuis binnen een algemene theorie van "het omgaan met kennis (door mensen)" – een nota bene sociaal gestructureerd (en zoals zal blijken) een sociaal structurend gebeuren;
- de theorievorming rond "het omgaan met kennis – en de vraag naar voorlichting" is nog niet op het niveau beland dat al ingegaan kan worden op de ontwikkeling van bepaalde instrumenten voor empirisch onderzoek. Methoden van onderzoek dienen immers ondergeschikt te zijn aan theorieën. Een te snelle operationalisering van een niet duidelijk genoeg geëxpliciteerde (maar uiteraard altijd – impliciet – aanwezige) "theorie" leverde tot nu toe – zoals te verwachten – niet veel op.

Waar hier in verband met dit artikel ²⁾ aandacht aan besteed zal worden is in het kort:

- een schets van een *probleemstelling* voor onderzoek naar de vraagzijde van voorlichting, in het reeds aangeduide breder kader van het omgaan met kennis.
- een schets van het communicatie-wetenschappelijke *referentiekader*.

Het 'Themaproject': de vraag naar voorlichting – en het omgaan met kennis door mensen

Op basis van – en overeenkomstig de hoofdlijnen van – het in 1983 uitgebrachte advies "Overheidsvoorlichting in overvloed. Over voorlichtingsonderzoek in het informatie-tijdperk." (van Cuilenburg, 1983) werd door de Voorlichtingsraad – onder de naam "themaproject" – een meerjaren (onderzoeks-)programma geformuleerd, dat als centrale taak- of doelstelling heeft: "… in de toekomst te komen tot een *efficiënte en effectieve overheidscommunicatie*, waarbij kosten en baten in een betere verhouding tot elkaar staan." (vgl. Voorlichtingsraad / Werkgroep Publieksvoorlichting en Onderzoek, 1987: "Briefing adviesaanvraag vervolgonderzoek themaproject vraagzijde", pag. 1)

Thans staan kennelijk twee van de drie door van Cuilenburg voorgestelde onderzoeksterreinen – te weten: de *vraagzijde* van overheidsvoorlichting, de *aanbodzijde* van overheidsvoorlichting en de *afstemming van beide op elkaar* (van Cuilenburg, 1983: p. 17, 36, 52) – in de vorm van twee thema's centraal in het "themaproject": enerzijds de (onderzoekbaarheid van) *voorlichtingsaanbod-determinanten*, en anderzijds de (onderzoekbaarheid van) *voorlichtingsvraag-determinanten*.

Duidelijk is dat onderzoeken met betrekking tot beide thema's geacht worden zowel *inhoudelijk*, als ook *methodisch*, problemen te benaderen. Verwacht wordt in ieder geval antwoorden te verkrijgen op een tweetal – klaarblijkelijk niet totaal onafhankelijke – vraagstellingen.

De eerste ("inhoudelijke") vraag heeft direct betrekking op problemen ten aanzien van (sociale) processen in de realiteit in het kader van kennisverspreiding en -verdeling. De vraag luidt: Welke zijn de determinanten van de vraag naar, respectievelijk het aanbod van overheidsvoorlichting?

De tweede, ("methodische") vraag heeft betrekking op problemen m.b.t. de – empirische – onderzoekbaarheid van deze determinanten, die op "theoretisch" niveau (i.c. puur "speculatief") of op basis van "secundaire analyses", "her-interpretaties" van reeds afgesloten (primaire) empirisch onderzoek op een wetenschappelijk verantwoorde wijze kunnen worden vastgesteld. Deze vraag luidt: Welke zijn de methoden van (empirisch) onderzoek, die in staat zijn, de (vermoedelijk) relevante variabelen (n.l. de "determinanten") binnen de processen van de ontwikkeling van de vraag naar, respectievelijk het aanbod van overheidsvoorlichting te meten? Welke zijn de adequate methoden van data-analyse om op basis van de verworven gegevens zinvolle conclusies zowel op descriptief alsook op verklarend niveau te trekken?

Gezien het vaak genoeg gepostuleerde "primaat der theorie", en de tot nu toe gemaakte ervaringen lijkt het verstandig – zeker met betrekking tot het "vraagzijde"-gedeelte van het themaproject, en dit artikel heeft verder hoofdzakelijk betrekking op deze problematiek – een duidelijke beslissing te nemen ten aanzien van de prioritering respectievelijk fasering van de te benaderen problemen en probleemstellingen. Twee aspecten zijn daarbij van belang:

1 *De ontwikkeling van een strategie* moet o.i. nu centraal staan. Deze strategie moet in staat zijn *inhoudelijke kwesties* in het kader van de ontwikkeling van de "vraag" naar overheidsvoorlichting (of naar andere functionele alternatieven) op een fundamentele wijze te benaderen. Te onderzoeken zijn in eerste instantie basale vragen als:

- Hoe komen mensen ertoe op bepaalde terreinen bepaalde soorten kennis te verwerven en op andere terreinen niet?
- Welke zijn de middelen die ze voor welke soorten informatie al of niet gebruiken?
- Hoe wordt kennis – binnen maatschappelijke situaties – überhaupt verdeeld (en welke rol kan de overheidsvoorlichting in dit kader spelen)?

2 Even belangrijk, maar systematisch-strategisch met een lagere prioriteit, zijn de vragen naar de onderzoekbaarheid, te weten vragen naar concrete instrumenten, meetmodellen en strategieën voor data-analyse. De *methodische kwestie(s)* dat wil zeggen de benaderingen van methodische problemen, is – in principe – pas dan aan de orde als het theoretische, conceptuele werk is afgerond. De methodische en onderzoekstechnische consequenties met betrekking tot de toetsbaarheid en de toetsing van het conceptuele model zullen pas dan een zinvolle invulling kunnen krijgen.

Deze manier van argumenteren komt misschien erg 'puristisch' en weinig praktijkgericht over. De praktische waarde van een bruikbare 'theorie' wordt niet alleen door de klassieke uitspraak van Kurt Lewin ('Nichts ist so praktisch wie eine gute Theorie') bevestigd. Ook uit de tot nu toe verworven ervaringen met het 'themaproject vraagzijde' blijkt dat er geen echte vooruitgang geboekt wordt door een bij voorbaat *methodisch* georiënteerde aanpak zoals die bijvoorbeeld door van Cuilenburg in het kader van zijn advies over 'voorlichtingsonderzoek in het informatietijdperk' gehanteerd wordt (vgl. van Cuilenburg, 1983: 56-59).

Vooruitgang werd evenmin bewerkstelligd in de reeks onderzoeken, waarbij men – slechts op basis van ad-hoc en/of deel-theorieën – direct met behulp van eveneens ad-hoc ontwikkelde instrumenten het veld instapte (vgl. Bouwman/Brunschot, 1985; Muskens, 1985; van Oorschot, 1985; vgl. ook ITS, 1984a; 1984b).

De eerste strategie (vgl. V. Cuilenburg, 1983) leidde tot de conclusie dat '...onderzoek niet gericht moest zijn op de informatiebehoefte en informatiezoekgedrag... (omdat)... behoefte- *onderzoek* in de huidige vorm weinig betrouwbare en geldige, en daardoor voor het beleid onbruikbare onderzoeksresultaten op(levt).' (vgl. Voorlichtingsraad/werkgroep Publieksvoorlichting en Onderzoek, 1987:2).

Eerst, zo werd gesteld, zouden betere *methoden* (sic!) voor degelijk onderzoek ontwikkeld moeten worden (ibid, 1987:2).

In het andere geval werd eerst een drietal 'verkennde onderzoeken' uitgevoerd en werd pas daarna begonnen met een 'gedetailleerde uitwerking van de fundamentele theorie'. (Muskens/van Oorschot, 1985:I, van Oorschot,

1985; van de Akker, 1985; Muskens, 1985; Bouwman/Brunschot, 1985). Dit gebeurde in de vorm van een 'conceptueel model' van het informatieverzoekgedrag (Muskens/van Oorschot, 1985: 20-36), dat – volgens de inschatting van de Voorlichtingsraad/werkgroep Publieksvoorlichting en Onderzoek (1987:4) '... de toets der kritiek niet kon doorstaan'.

Onze eigen kritiek ten aanzien van dit 'conceptueel model', dat als resultaat van de genoemde IVA-onderzoeken geformuleerd werd, hebben wij elders tot uitdrukking gebracht (Renckstorf/Nelissen, 1986). In wezen kwam onze kritiek erop neer, dat in het voorgestelde model zowel wat betreft het concept 'informatie-behoefte', alsook het concept 'informatieverzoekgedrag', maar ook de onderlinge *samenhang* (m.n. de veronderstelde richting van de causaliteit) tussen beiden geen duidelijkheid geschapen werd.

Bovendien worden belangrijke conceptuele theoretische constructen, zoals 'definitie van de situatie', '(basic) human needs' en 'informatie-interessen' in het 'conceptueel model' weliswaar genoemd, maar meestal noch toereikend uiteengelegd, noch geïntegreerd in een breed theoretisch referentiekader. Andere evenzeer belangrijke theoretische concepten als '(soorten) informatie', '(typen) kennis', 'interpretatie', '(typen) ontvangersactiviteiten' en '(soorten) mediagebruik' kwamen helemaal niet ter sprake. Dit geldt ook voor een theorie van het menselijk handelen onontbeerlijke concepten als het onderliggende 'concept of man', de 'sociale interactie' die centraal staat in het menselijk handelen en daarmee het 'sociale handelen' zelf. (ibid, 1986: 57-66).

In het kort kwam het erop neer dat een theoretisch referentiekader ontbrak. Daarom was het niet verwonderlijk dat met het ontwikkelde 'conceptueel model' geen basis gelegd werd voor nader onderzoek. Zeker niet voor onderzoek dat, toegepast op bepaalde thema's en dus ook op concrete vragen m.b.t. concrete voorlichtingsstrategieën, cumulatief (stapsgewijs en systematisch) zou kunnen leiden tot de *formulering en de empirische toetsing van een theorie van het 'omgaan met kennis door mensen'* (of – vanuit een iets ander perspectief – een theorie van de sociale verdeling van kennis). Een dergelijke, algemene theorie, die niet bij voorbaat al als geïsoleerde *voorlichtings-specifieke theorie* wordt opgezet, lijkt ons noodzakelijk en cruciaal om concrete vragen met betrekking tot strategie, methoden, resultaten en consequenties van concrete voorlichtingscampagnes te (kunnen) beantwoorden.

Uiteraard zou een dergelijke algemene theorie van het 'omgaan' (=zoeken, verwerken, gebruiken, etc.) met kennis door mensen binnen concrete sociale situaties welkom zijn. Hiermee wordt ook met de (maatschappelijke) status van voorlichting rekening gehouden. In onze benadering wordt (overheids)voorlichting namelijk opgevat als (slechts) één van de talloze

sociale instituties, die bezig zijn en/of ernaar streven de aard en de omvang van het kennisniveau van mensen te veranderen door middel van de verspreiding van informatie. Helaas bestaat een dergelijke theorie (nog) niet. Talrijke aanzetten, die met betrekking tot doorgaans gerelateerde problemen zijn ontstaan, vanuit diverse denktradities, zijn er wél. Sommige bestaan al sinds jaren, andere zijn vrij recent.

Twee van deze theoretische, conceptuele, aanzetten (te weten Schütz, 1972 en Dervin, 1983) zullen hier – in het kort – geschetst worden. De bedoeling is daarbij duidelijk te maken dat een brede opzet van het 'thema-project vraagzijde' noodzakelijk en verstandig is en dat met een dergelijke brede aanpak ook en met name problemen van de voorlichtingspraktijk aan bod komen en naar verwachting beter beantwoord kunnen worden.

Bovendien wordt hier geïllustreerd, hoe zinvol een poging is, reeds bestaande theoretische ontwerpen vanuit duidelijk te onderscheiden tradities te integreren.

Alfred Schütz' "Versuch über die soziale Verteilung des Wissens"

Uitgaande van de vraag, waarom mensen bepaalde soorten kennis op bepaalde terreinen wél zoeken, maar op andere terreinen niet, waarom ze ten aanzien van afzonderlijke onderwerpen helemaal niet geïnteresseerd blijken, komt Schütz (Schütz, 1972: 85-101) tot een drietal 'Idealtypen' voor het omgaan met kennis. Hij onderscheidt

- (1) de 'expert' (den 'experten'),
- (2) de 'man in de straat' (den 'Mann auf der Strasse') en
- (3) de 'goed geïnformeerde burger' (den 'gut informierten Bürger', dat wil zeggen de burger, die goed geïnformeerd raken wil).

Ieder 'ideaal-type' is verbonden met een bepaalde soort kennis (en een bepaalde manier van het omgaan met – ofwel organiseren van – kennis):

- de kennis van de 'expert' is '...auf ein beschränktes Gebiet begrenzt, aber darin ist es klar und deutlich. Ansichten (van de 'expert', K.R./P.N.) gründen sich auf gesicherte Behauptungen, seine Urteile sind keine blosser Raterei oder unverbindliche Annahmen.' (Schütz, 1982:87);
- de kennis van de 'man in de straat' valt te karakteriseren als '...funktionierendes Wissen auf vielen Gebieten, die aber nicht notwendig mit einander zusammenhängen müssen. (de 'man in de straat', K.R./P.N.) ...hat ein Wissen von Rezepten, die ihm sagen, wie er in typischen Situationen typische Resultate durch typische Mittel zustandebringen kann. Die Rezepte zeigen ihm die Prozeduren, auf die er sich verlassen kann, selbst wenn er sie nicht klar versteht... Dieses Wissen in all seiner Vagheit ist immer noch genügend präzise für den praktischen und zuhandenen Zweck (Schütz, 1972:87);

– de kennis van de 'goed geïnformeerde burger' – aldus Schütz – '...hat seinen Ort zwischen dem Idealtypus des Experten und dem des Mannes auf der Strasse. Einerseits hat (de 'goed geïnformeerde burger', K.R./P.N.) kein Expertenwissen und strebt es auch nicht an; andererseits beruhigt er sich nicht mit der fundamentalen Vagheit des blossen Rezept-Wissens oder mit der Irrationalität seiner ungeklärten Leidenschaften und Gefühle. Gut informiert zu sein bedeutet ihm, zu vernünftig begründeten Meinungen auf den Gebieten zu gelangen, die ...ihn zumindest mittelbar angehen, obwohl sie seinem zuhandenen Zweck direkt nichts beitragen.' (Schütz, 1972:88).

Belangrijk is, dat deze 'Idealtypen' (van het omgaan met kennis door mensen) opzettelijk zo geconstrueerd zijn, dat ze feitelijk – in het alledaagse leven van concrete individuen – altijd gecombineerd optreden:

'In der Tat ist jeder von uns im täglichen Leben und zu jedem Augenblick gleichzeitig Experte, gut informierter Bürger und Mann auf der Strasse, aber jedes davon mit Bezug auf eine andere Wissensregion.' (Schütz, 1972:88)

Een belangrijk element van Schütz' '...Versuch über die soziale Verteilung des Wissens', is de centraliteit van interesse in relatie tot de verdeling van kennis:

'Es ist unser zuhandenes Interesse, das all unser Denken, Entwerfen, Handeln motiviert und damit die durch unser Denken zu lösenden Probleme und die durch unser Handeln zu erreichenden Ziele aufstellt' (Schütz, 1972:90)

Met andere woorden 'interesse' bepaalt in hoeverre de wereld om ons heen relevant is (bepaling van 'Wissensregionen' en van 'Graden der Wissenspraezision' ten opzichte van deze). Er bestaan echter steeds meerdere 'interessen'. Het '...einfache zuhandene Interesse ist nur ein Element in einem hierarchischen System oder sogar einer Vielfalt von Systemen von Interessen, die wir im Alltagsleben unsere Pläne nennen...' (Schütz, 1972:91)

Eén constant en homogeen interesse-systeem bestaat dus niet. De interessen (of: belangstellingen) die men – tegelijkertijd – als vader, burger, als lid van een politieke partij, als ambtenaar, etc. heeft verschillen niet alleen, maar kunnen ook tegenstrijdig zijn. Men moet dus voortdurend beslissingen nemen, de 'situatie definiëren', om de wereld om ons heen te kunnen structureren, op te delen in 'Zonen von verschiedenen Relevanz' (Schütz, 1972:91), zodat – op die basis – ook zinvol handelen mogelijk wordt.

Brenda Dervin's relativistisch "User construct of information" en "the need for information"

In haar vrij recent overzicht van communicatiewetenschappelijke empirische onderzoeken naar het omgaan met (mediale) informatie door mensen, schetst Dervin (1983) twee – zeer tegenstrijdige – beelden van de relatie tussen 'people and information'.

- (1) De ene onderzoekstraditie tekent een 'dismal' – somber en triest – beeld: 'It is the picture of the average person, including the average professional, being uninterested in and unwilling to use formal information sources' (Dervin, 1983:158). Dit geldt trouwens ook voor sociaal-wetenschappelijk opgeleide mensen vanuit de praktijk: '...there is overwhelming evidence that practioners don't use social science literature.' (ibidem)
- (2) De andere denk- en onderzoeks-traditie schetst een duidelijk ander beeld van het omgaan met informatie door mensen: '...another portrait...provides a sharp and, often contradictory, contrast to the first picture. Here what emerges is an average citizen, educated or otherwise, who is a high and purposeful information seeker under some conditions.' (Dervin, 1983:159). De hier bedoelde condities zijn de (subjectief gepercipieerde) 'need for information' (ibidem).

Zij verklaart deze drastisch verschillende beelden omtrent het omgaan met informatie (en kennis) door mensen, door een reeks van vrij fundamentele, conceptuele verschillen die binnen deze tradities gehanteerd worden. Deze verschillen kunnen summier samengevat worden als verschillen in de relativiteit van het concept 'informatie': 'The first portrait results from research using an observer construction of information; the second results from research using a user construction' (Dervin, 1983:159).

Het verschil tussen '*information as observer construct*' en '*information as user construct*' komt in wezen – naast andere belangrijke criteria – erop neer, dat in het ene geval een (subjectief gepercipiëerde) 'need for information' bestaat en in het andere geval (= 'observer construct of information') niet. Het relativistisch 'user construct of information' houdt er rekening mee, dat mensen – met betrekking tot bepaalde situaties, doelstellingen en beschikbare middelen – bepaalde soorten informatie nodig hebben, terwijl het absolute 'observer construct of information' – in principe – geen aandacht besteedt aan bijvoorbeeld situationele variabelen zoals: interesse, probleemdefinitie, handelings-alternatieven, etc. (vgl. Dervin, 1983:171/172). Juist deze – situationele – variabelen – aldus een reeks concrete onderzoeken (Genova/Greenberg, 1977; Edelstein, 1974; Stamm/Gruning, 1977; vgl. Dervin, 1983) – bleken veel verklarender te zijn, dan de traditionele variabelen: '...situational differences were more powerful predictions of information seeking than across-time-space attitudinal measures' (Dervin, 1983:171).

In een soort inventarisatie van tot nu toe verworven (tussen-) resultaten somt Dervin (1983:173) o.m. de volgende conclusies op:

- 'information cannot be treated like a brick being thrown from system to user but like clay the user can use for constructing his or her sense;
- the questions people have about the situations they are in constitute their information needs;
- information needs are always personalized, as there is no other way for them to be;
- information seeking and use can be predicted more powerfully by knowing the kind of situations users are in rather than knowing their personality or demographic attributes;
- people seek information when their life situations are such that their old sense has run out...'

Op weg naar het begrijpen van het "omgaan met kennis door mensen"

Het mag duidelijk zijn dat de twee theoretische benaderingen – weliswaar vanuit verschillende disciplines en met duidelijk andere doelstellingen ontworpen – in wezen toch op een gerelateerde manier met hetzelfde probleem bezig zijn. Niet minder duidelijk is de waarde, die aan deze – naast de meer specifiek, communicatiewetenschappelijke- onderzoekstradities – ontleend kan worden in verband met de hier geformuleerde doelstelling: de ontwikkeling van een *theorie van het 'omgaan met kennis door mensen'*, die uitgewerkt kan worden tot een *conceptueel model*, dat dan inderdaad in staat is als basis voor een *fundamenteel onderzoeksprogramma in het kader van het themaproject vraagzijde van overheidsvoorlichting* te fungeren.

Uitgangspunten voor een communicatiewetenschappelijk referentiekader

Zoals reeds gezegd, ontbreekt een op dit moment wenselijke, voldoende algemene, fundamentele theorie over het 'omgaan met kennis door mensen'. Aanzetten voor een dergelijke, algemene theorie zijn er wél (zie boven). Met name binnen de communicatiewetenschappelijke denk- en onderzoekstraditie(s) bestaat een reeks van aanzetten en benaderingen, die op deelaspecten van het probleem gericht zijn. Enkele van deze benaderingen zullen hier nu – in het kort – geschetst worden.

De bedoeling is te laten zien, dat deze onderzoekstradities (met inbegrip van de onderzoekservaringen binnen deze tradities) binnen de communicatiewetenschap wél bestaan – en relevante resultaten kunnen opleveren. Maar daarnaast ook aan te tonen dat deze communicatiewetenschappelijke benaderingen, te weten:

– de *'Information-Seeking-Approach'*,
 – de *'Knowledge-Gap-Hypothese'*,
 – en de *'Agenda-Setting-Approach'*,
 ieder op eigen wijze merkwaardig geïsoleerd staan van meer algemene, sociaal-wetenschappelijke theorieën. Een belangrijke taak is nu te komen tot een theoretische, conceptuele integratie (of consolidatie) van nogal uiteenlopende aanzetten.

Deze karakterisering – de onvoldoende uitgewerkte, onduidelijke relatie met baselere sociaal-wetenschappelijke theorieën (m.n. de *'handelingstheorie'*) – geldt evenzeer voor de tegenwoordig frequent – en vaak zonder verantwoording – gebruikte *'Uses-and-Gratifications'* benadering. (te) Vaak wordt ook in dit verband ervan uitgegaan dat deze onderzoekstraditie over een *'...theoretisch raamwerk'* (ITS, 1984a) beschikt, terwijl de grondlegger(s) – terecht – het over een – wat betreft de fundamenteën – tamelijk eclecticismische onderneming hebben, die als *'...research strategy...'* (Blumler/Katz, 1974:15) op te vatten is. Ondanks deze bezwaren zal ook hier een specifieke variant van de *'Uses-and-Gratifications'* benadering (vgl. Rosengren, 1974) als uitgangspunt voor een schets van het communicatiewetenschappelijk referentiekader dienen. Maar de bedoeling is wél, de daarbij te onderzoeken concepten binnen de bredere theoretische context (het *'omgaan met kennis door mensen'*) te plaatsen.

Information Seeking Approach

Een belangrijk element van het omgaan met kennis door mensen is het informatiezoekend gedrag: het proces dat vooraf gaat aan de koppeling aan een informatiebron. Dit concept heeft reeds een lange traditie binnen theorie en onderzoek met betrekking tot (massa)communicatieve fenomenen. Alhoewel vanuit verschillende benaderingen geconceptualiseerd heeft de *'information seeking approach'* hoofdzakelijk geleid tot deels onsamenvangende beschrijvingen van dit onderdeel van het communicatieve handelen en veel minder tot een noodzakelijke wetenschappelijke verklaring van deze ontvangersactiviteiten.

De te bespreken in hoofdzaak descriptieve modellen met betrekking tot het informatiezoekend gedrag zijn geconcipieerd op basis van deels afwijkende concepten omtrent het menselijk (sociale) handelen in relatie tot het omgaan met informatie. Als zodanig is het *'Concept of Man'* in dit kader als inde- lings- en beoordelingsprincipe bruikbaar.

DONOHEW / TIPTON (1973): 'A FLOW MODEL OF INFORMATION SEEKING, AVOIDING AND PROCESSING'

Met een duidelijk sociaal-psychologisch georiënteerd 'Concept of Man', zoeken Donohew en Tipton aansluiting bij de wetenschappelijke discussie rond de cognitieve consistentie theorieën (Feldman, 1966; Siers/Freedman, 1967; Abelson, 1968).

In deze discussie staat de vraag centraal in hoeverre de in de vijftiger jaren ontwikkelde ideeën omtrent het streven naar cognitieve consistentie in de vorm van het streven naar balans; congruentie; symmetrie; dissonantie reductie; homeostase (Abelson et al., 1968) leidt tot selectiviteit, uitgedrukt in het zoeken respectievelijk blootstelling aan; verwerking, interpretatie en herinnering van consistente, ondersteunende informatie en de vermindering van discrepante informatie. Het ontbreken van een verklaring voor objectief vaststelbare 'de-facto-selectiviteit' (Sears, 1968) heeft aanleiding gegeven te zoeken naar factoren die het gebruik van discrepante, dissonantie vergroende informatie verklaren (Maddi, 1968; Donohew/Palmgreen, 1971; Tau, 1975). Ook het flow-model tracht hier een bijdrage te leveren.

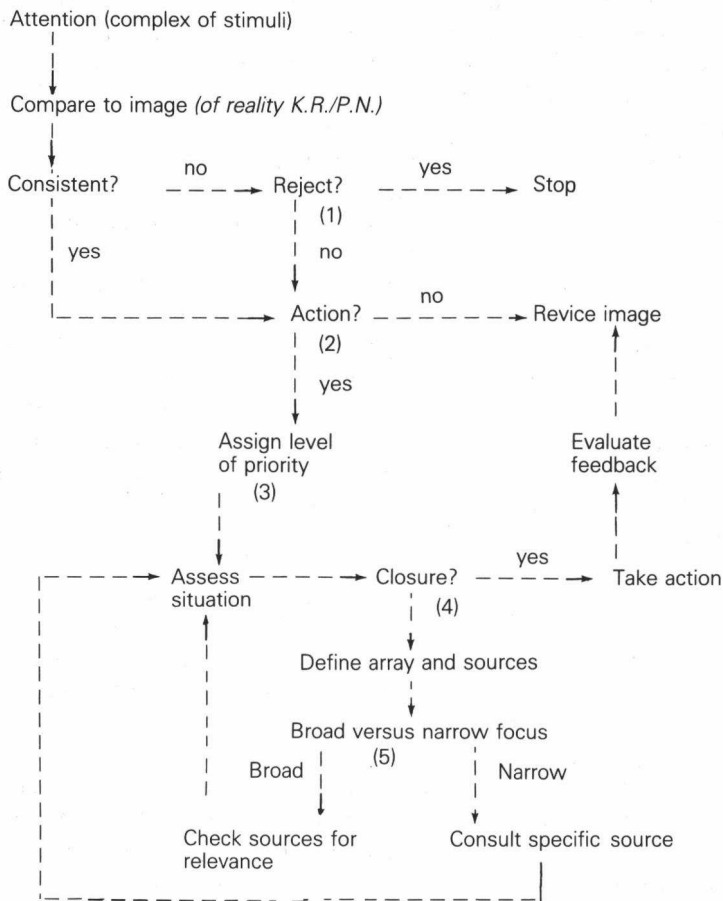
Uitgangspunt van dit model is het individuele 'Image of Reality': het cognitief apparaat waarin positief en negatief gewaardeerde ervaringen zijn opgeslagen (vgl. Boulding, 1956), bestaande uit:

1. goals, beliefs, knowledges;
2. evaluations of self;
3. information-handling 'set'. (Donohew/Tipton, 1973, 260).

Individuele verschillen bepalen de reactie op nieuwe stimuli of complexen van stimuli waarbij een aantal beslissingen worden genomen op basis waarvan het handelen wordt bepaald. Bv. welke stimuli zijn belangrijk, welke onbelangrijk; welke stimuli ondersteunen de bestaande doelstellingen en opvattingen, welke conflicteren daarmee; welke discrepanties zijn bedreigend voor het werkelijkheidsbeeld. De wijze waarop en de mate waarin het individu in staat is om te gaan met respectievelijk ondersteunende en vooral discrepante stimuli wordt bepaald door het in het werkelijkheidsbeeld geïntegreerde 'Concept of Self' dat verwijst naar de persoonlijkheidsstructuur waarbij met name het in de psychologie ontwikkelde en gehanteerde concept 'self-esteem' van belang is. Het derde onderdeel van het werkelijkheidsbeeld (de zgn. 'information handling set'), verwijst naar een op basis van ervaring ontwikkelde algemene stijl van de omgang met informatie. Een factor die het zoeken naar respectievelijk het vermijden van informatie bepaalt, is de mate waarin een individu dogmatisch is, ofwel de 'open- or close- mindedness' (vgl. Donohew/Palmgreen, 1971). Tegen deze achtergrond hebben Donohew en Tipton een procesmodel ontwikkeld, dat be-

schrijft op welke wijze, en met welke consequenties een individu reageert op stimuli.

Figuur 1: Flow model of information seeking, avoiding and processing. (Donohew / Tipton, 1973:261)



Bij dit afwegingsproces zijn een aantal momenten aan te wijzen, waar een individu een beslissing moet nemen: (1) t/m (5) (in het model aangebracht door Renckstorf/Nelissen).

- (1) Indien er een discrepantie wordt geconstateerd tussen het eigen beeld van de werkelijkheid en stimuli vanuit de omgeving, kan men deze discrepantie al of niet negeren. De mate waarin men open staat voor verandering, zal voor een groot deel deze beslissing bepalen. Iemand die sterk vast houdt aan zijn werkelijkheidsbeeld zal eerder geneigd zijn de

discrepante invloeden te negeren, en zelfs te verwerpen. Iemand die van zichzelf vindt dat hij zijn omgeving met een open vizier moet benaderen, zal eerder geneigd zijn discrepante stimuli serieus te nemen.

- (2) Indien men een ervaren discrepantie of inconsistentie niet negeert, kan men al of niet overgaan tot actie. Indien men niet overgaat tot actie, wordt men geacht in staat te zijn, om het eigen beeld van de werkelijkheid, met behulp van de daarmee conflicterende stimuli te herzien. Indien men zekerheid wenst over de juistheid en relevantie van de discrepante stimuli, gaat men over tot actie.
- (3) Indien men besluit over te gaan tot actie, teneinde het verstoorde evenwicht te herstellen, zal men allereerst een inschatting maken van het belang van het onderwerp of terrein waarop de inconsistentie betrekking heeft.
- (4) Om daarna te komen tot een nieuwe afstemming van de cognities omtrent een object, kan men twee wegen bewandelen. Op de eerste plaats een herwaardering van de situatie, en wel zonedig dat het belang van het object binnen het totale beeld van de realiteit geringer wordt. Het werkelijkheidsbeeld wordt dan aangepast, zonder dat daarbij informatie wordt ingewonnen. Op de tweede plaats kunnen de afwijkingen van het werkelijkheidsbeeld, ook na de herwaardering van het belang van het object, een behoefte aan informatie veroorzaken, als gevolg van het feit dat men nog geen bevredigend evenwicht heeft bereikt. Deze informatiebehoefte leidt tot informatiezoekend gedrag.
- (5) Bij het zoeken naar informatie kan men twee strategieën hanteren: een broad-focus en een narrow-focus. Het informatiezoekend gedrag met een broad-focus heeft betrekking op het zoeken naar potentiële informatiebronnen, en de non-selectieve opname van zoveel mogelijk informatie. Ingeval van een strategie met een narrow-focus is men gericht op een bepaalde bron. Deze kan gekarakteriseerd worden als een directe benadering. Individuen die informatie zoeken, kunnen geplaatst worden op een continuum met een narrow-focus en een broad-focus als uitersten. De positie die men inneemt op dit continuum wordt enerzijds bepaald door persoonsgebonden factoren, en anderzijds door de situatie waarin men zich bevindt (beschikbaarheid van informatie, tijdsdruk). De opgenomen informatie wordt gebruikt om de situatie opnieuw in te schatten en het beeld van de werkelijkheid daaraan aan te passen.

Zoals gesteld, sluit dit model aan bij de consistentie-theorie. Het flow-model beschrijft de informatiezoeker dan ook als een individu die reageert op invloeden vanuit zijn omgeving. Het individu wordt een verdedigende rol toegedacht.

ATKIN (1973): "INSTRUMENTAL UTILITIES AND INFORMATION SEEKING."

Atkin (1973) postuleert de mogelijke achtergronden/ motieven voor het zoeken naar respectievelijk gebruiken van informatie.

Uitgangspunt is de bruikbaarheid van informatie. Naast de non-instrumentele bruikbaarheid gekoppeld aan intrinsieke bevrediging tijdens de exposure (vgl. Sepstrup: 'directly instrumental consumption', Sepstrup, 1977: p. 6) wordt informatiezoekend gedrag gerelateerd aan 'Instrumental Utility': het verwerven van informatie in dienst van de oplossing van problemen respectievelijk probleemsituaties (vgl. Bauer, 1973).

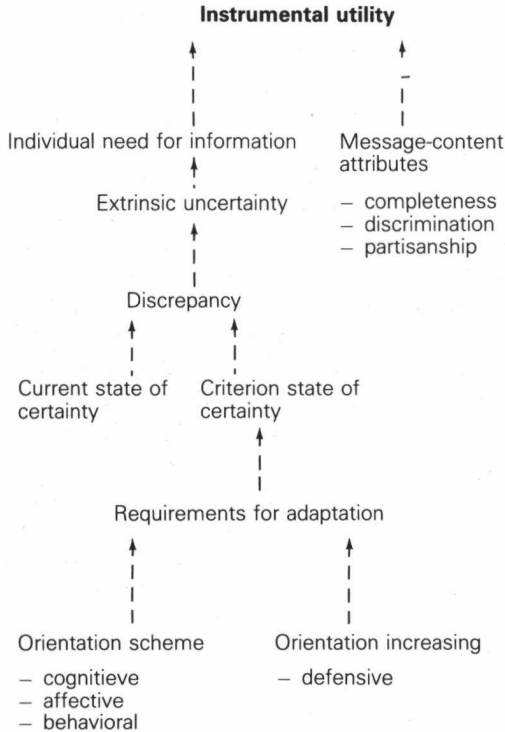
Uitgangspunt voor de oplossing van probleemsituaties is een rationeel mensbeeld: het handelen is voortdurend gebaseerd op nutsmaximalisatie op grond van een kosten/ baten-afweging (vgl. Van Oorscot, 1985, 19). Bij de beschrijving van het informatiezoekend gedrag richt Atkin zich op de motieven die ten grondslag liggen aan de 'individual need for information', het eventueel daarop volgend informatiezoekend gedrag en de factoren die de instrumentele bruikbaarheid van informatie bepalen.

Aan de basis van een zoeksequentie ligt een ervaren onzekerheid, gedefinieerd als een discrepantie tussen het zekerheidsniveau op een bepaald moment en het ideale, gewenste zekerheidsniveau (current state of certainty vs. criterion state of certainty: Atkin, 1973: 207). De aanpassing van het bestaande zekerheidsniveau in de richting van het gewenste, kan betrekking hebben op vier terreinen, waarvoor Atkin een typologie ontwikkeld heeft:

- 1) cognitieve adaptatie: het individu wenst cognitieve orientaties omtrent een object. Deze informatiebehoefte resulteert in het zoeken naar zgn. 'surveillance information'. In dit verband kan men denken aan kennis-versterkende informatie.
- 2) affectieve adaptatie: het individu vindt het van belang een affectieve dispositie ten opzichte van een object in te nemen (attitude, waardeoordeel). Er is in dit geval sprake van evaluatieve onzekerheid: men vraagt zich af hoe men op een correcte en/of sociaal acceptabele wijze dient te reageren op een object. Deze onzekerheid leidt tot het zoeken naar opinie-geleidende informatie.
- 3) aanpassing van het handelen: het individu acht zich niet in staat om een bepaalde handeling succesvol uit te voeren. Deze gedragssequentie kan betrekking hebben op een alledaagse gebeurtenis, op de uitvoering van een omschreven taak, en op toekomstige communicatie. Deze onzekerheid resulteert in het zoeken naar zgn. 'performance information', ofwel handelingsondersteunende informatie.
- 4) defensieve adaptatie: het individu wenst zekerheid over de validiteit van eerder ingewonnen informatie. Deze onzekerheid resulteert in het zoeken naar 'reinforcement information' ofwel versterkende informatie.

Het gaat hierbij niet om elkaar uitsluitende categorieën, maar om een continuüm, lopend van de cognitieve adaptatie, via de affectieve adaptatie, naar de aanpassing van het handelen. De defensieve adaptatie kan na iedere zoeksequentie volgen, en is dus op alle genoemde terreinen van toepassing.

Figuur 2: Contribution to instrumental utility. (Atkin, 1973: p. 206)



Een individu zal een boodschap selecteren indien de verwachte reward-value van de in te winnen informatie groter is dan de te verrichten inspanningen. De reward-value van een boodschap legt een relatie tussen de informatiebehoefte en de kenmerken van de boodschap aan de ene kant, en het informatiezoekend gedrag aan de andere kant. Het resultaat van de inschatting van de reward-value, is immers exposure. De behoefte aan informatie wordt bepaald door de extrinsieke en door de intrinsieke onzekerheid. De extrinsieke onzekerheid wordt bepaald door de discrepantie tussen de

current state of certainty ten aanzien van een object, en criterion state of certainty. De intrinsieke onzekerheid kan worden geassocieerd met het verschil tussen het gewenste kennisniveau, en het kennisniveau op een bepaald moment (goal state of knowledge versus present state of knowledge; Atkin, 1973: 237). Deze intrinsieke onzekerheid wordt mede bepaald door de mate waarin men reeds eerder informatie heeft gezocht over het object, en de mate waarin men persoonlijk geïnteresseerd is in het object. Met dit model tracht Atkin tevens aan te geven dat selective exposure geen verklaring kan geven voor de verschillende patronen van informatiezoekend gedrag. Hij acht de kosten-baten afweging een belangrijker selectie-criterium dan het meer traditionele streven naar cognitieve consistentie, dat resulteert in de voorkeur voor ondersteunende informatie en de vermijding van discrepante. Volgens Atkin is er alleen sprake van het zoeken naar ondersteunende informatie in geval van de defensieve adaptatie. In dit model wordt een individueel proces beschreven. De uitkomst van dit proces kan voor iedereen verschillend zijn, afhankelijk van de mate waarin men de behoefte heeft het zekerheidsniveau aan te passen. De vraag is nu hoe men tegemoet kan komen aan deze sterk gedifferentieerde informatiebehoefte. De individuele bruikbaarheid van informatie is immers ook sterk individueel bepaald. De factoren die de instrumentele bruikbaarheid van de boodschap bepalen (message content attributes), zijn te algemeen om te kunnen voldoen aan de individuele informatiebehoefte, zoals die in het model tot stand komt. Deze attributen zijn te algemeen om van tevoren een, op de specifieke aanpassing van het individuele zekerheidsniveau gerichte, afweging te maken van de kosten en baten van de zoeksequentie voor de ontvanger.

MOSCHIS (1980): "CONSUMER INFORMATION USE INDIVIDUAL VERSUS SOCIAL PREDICTORS."

Ook Moschis beschrijft de motieven die ten grondslag liggen aan het zoeken naar informatie, waarbij een onderscheid en een afweging gemaakt wordt tussen individuele en sociale factoren die het informatiezoekend gedrag kunnen voorspellen. Tegen de achtergrond van het menselijk streven naar coördinatie met relevante anderen, binnen een bepaalde situatie (vgl. Newcomb, 1953), wordt nagegaan in hoeverre de sociale bruikbaarheid van informatie beter in staat is het informatiezoekend gedrag te voorspellen dan de meer traditionele individuele factoren (vgl. Kover, 1967; Wackman, 1973; Chaffee en McLeod, 1973).

Met de introductie van het streven naar coördinatie als handelingsconcept, verbindt Moschis het informatiezoekend gedrag met de interpersoonlijke relaties en de sociale omgeving van het individu in Moschis' visie tot het zoeken van een evenwicht, middels communicatie.

Coöriëntatie speelt op twee manieren een belangrijke rol bij de instandhouding van een evenwicht binnen een systeem:

- Een voordeel van coöriëntatie of symmetrie, en in het bijzonder de cognitieve symmetrie, is de mogelijke inschatting van en de anticipatie op het gedrag van anderen.
- Een grote mate van coöriëntatie biedt de mogelijkheid tot validering van de eigen oriëntatie.

Er zijn vier motieven om informatie te zoeken:

- a) De sociale bruikbaarheid: men zoekt informatie om zich een beeld te vormen van anderen.
- b) Communicatieve bruikbaarheid: men zoekt informatie die als basis kan dienen voor toekomstige interpersoonlijke communicatie.
- c) Sociale vergelijking: men zoekt informatie omdat men de behoefte heeft de eigen, individuele opvattingen te vergelijken met opvattingen van anderen. Hierdoor is het individu in staat om later in interpersoonlijke contacten affectie, of andere waarderingen, tot uitdrukking te brengen.
- d) Opinion-leadership: men zoekt informatie, om deze later door te kunnen geven aan anderen.

Uit onderzoek blijkt dat vooral de sociale bruikbaarheid van informatie een belangrijke factor is bij het zoeken naar informatie. Ook de verwachting dat de in te winnen informatie later zou kunnen worden doorgegeven aan anderen bleek een belangrijk motief.

DERVIN, B. (E.A.), (1982): "MEASURING ASPECTS OF INFORMATION SEEKING: A TEST OF QUANTITATIVE / QUALITATIVE METHODOLOGIE."

De uitgangspunten van de benadering van het informatiezoekend gedrag door Dervin c.s. geven de mogelijkheid de reeds beschreven benaderingen te beoordelen. De door Dervin geformuleerde kritiek op de traditionele conceptualisering van het begrip "informatie" en de daaruit voortvloeiende consequenties voor de omgang met informatie, onder meer in de vorm van het zoeken naar informatie zijn terug te voeren tot drie, ten onrechte, gehanteerde assumpties:

'These assumptions are that information is something that:

- exists externally outside individual frames of reference (vgl. Donohew / Tipton: complex of stimuli, KR / PN),
- can potentially provide a complete description of reality (mits de reward-value groter is dan de te verrichten inspanningen KR / PN).
- is measurable on single, quantitative unidimensional scales.' (Dervin, B., e.a., 1983: p. 420).

Dervin benadrukt in haar kritiek de beperking van de op deze assumpties gebaseerde informatie-theorie met betrekking tot de toepasbaarheid ervan

op 'the study of human behavior'. Een noodzakelijk alternatief, met name in relatie tot de empirische consequenties van de gehanteerde assumpties gaat uit van alternatieve assumpties voor het concept informatie:

- ..in the alternative perspective information is seen as something that
- can provide only an incomplete description of reality;
 - exists to a significant degree internally, as part of individual frames of reference; and
 - is measurable in terms of multidimensional qualities." (ibid, 1983, p. 422).

De idee van een per definitie incompleet beeld van de werkelijkheid impliceert een voortdurende confrontatie met leemtes (gaps) ten aanzien van een voortdurend veranderende omgeving. Er kan dan ook geen sprake zijn van aanpassing (vgl. Atkin, 1973) aangezien daarvoor geen objectief, empirisch meetbaar, van het individu geïsoleerd referentiekader voorhanden kan zijn: informatie heeft geen betekenis op zich, of met andere woorden: een beeld van de werkelijkheid krijgt pas een betekenis als het een onderdeel vormt van individueel gedefinieerde en gehanteerde referentiekaders. Het informatiezoekend gedrag, respectievelijk het omgaan met informatie staat dan ook niet in dienst van de aanpassing aan de werkelijkheid, evt. gericht op het streven naar evenwicht-consistentie, maar is juist een uitdrukking van het creatieve element in het sociale handelen van mensen, gericht op de subjectieve betekenisverlening aan de werkelijkheid:

"Information seeking and use are assumed to be large constructive process rather than adaptive ones. The present theoretic approach refers to these constructive processes in general terms as 'sense making' and specifically in terms of the gap condition as 'gap-bridging'. (Dervin, e.a., 1983: p. 422).

De door Dervin e.a. geuite, fundamentele kritiek op de reeks van onderzoeken binnen het kader van de information seeking approach onderstreept opnieuw het gebrek aan een theorie: de conceptualisering van de relevante begrippen 'informatie', 'realiteit', en het totaal ontbrekende perspectief op het sociale handelen van het individu, worden bepaald door assumpties die noch theoretisch, noch empirisch gefundeerd zijn. Opnieuw een aanleiding te beginnen met een theorie voor de omgang met kennis, waarvan het zoeken naar informatie een integraal onderdeel vormt, met vanuit het perspectief van de actieve ontvanger relevante concepten.

Het aantrekkelijke van Dervin's argumentatie is dat ze, naast de duidelijke kritiek op gehanteerde concepten, een constructief, veelbelovend alternatief, dat in deze vorm nog geen volledige oplossing van, met name methodische, problemen levert, maar zeker een nieuw perspectief biedt.

Knowledge-Gap-Hypothese

Zonder hier volledig te willen – en in dit kader te kunnen – zijn, kunnen binnen de communicatiewetenschap nog enkele benaderingen genoemd worden die aansluiten bij de centrale doelstelling: de formulering en de toetsing van een theorie over het omgaan met kennis door mensen.

Te denken valt daarbij op de eerste plaats aan de '*Knowledge-Gap*'-hypothese. In 1970 formuleerden Tichenor, Donohue en Olien deze hypothese als volgt:

'As the infusion of mass media information into a social system increases, segments of the population with higher socioeconomic status tend to acquire this information at a faster rate than the lower status segments, so that the gap in knowledge between these segments tends to increase rather than decrease.' (Tichenor / Donohue / Olien, 1970)

De onderliggende gedachte dat in feite media de verdeling van kennis in de samenleving structureren, en met name zorgen voor een relatieve vergroting van de (veronderstelde) kenniskloof tussen hogere en lagere sociaal-economische strata, draait onze stelling om: het zijn niet meer de individuen binnen situaties waarin die individuen functioneren, die media, andere informatiebronnen en, zonodig, functionele alternatieven gebruiken om kennis te verwerven op voor hen relevante terreinen, die hen in staat stelt betekenis te verlenen aan de situatie waarin ze zich bevinden om vervolgens probleemsituaties op te kunnen lossen. In de '*Kenniskloof*'-traditie zijn het de media die op een aantal kennisterreinen, de sociaal-economische ongelijkheid in de samenleving versterken.

De auteurs stellen wel enkele condities waaronder de hypothese van toepassing wordt geacht: de beperking tot print-media; specifieke thema's: '*public affairs and science news having more or less general appeal*' (Tichenor, c.s., 1970; 160).

Het ontbreken van empirisch bewijs voor de oorspronkelijke hypothese, zelfs onder de genoemde condities, heeft geleid tot tal van nuanceringen en aanpassingen (Gaziano, 1983; Ettema/Kline, 1977; Olien/Donohue/Tichenor, 1984). Zonder daar nu op in te gaan kan deze communicatiewetenschappelijke traditie wel dienen als één van de communicatiewetenschappelijke uitgangspunten om te komen tot een referentiekader aangezien het de relatie tussen het kennisniveau, de verdeling van kennis in de samenleving en het omgaan met informatie thematiseert.

Agenda-Setting-Approach

In dit kader past ook het '*Agenda Setting concept*', dat verwijst naar de relatie tussen enerzijds het belang van thema's in de media en anderzijds de thema-agenda van ontvangers: wanneer de media aan een bepaald thema méér aandacht gaan besteden, dan heeft dat tot gevolg dat de ontvangers dat

item eveneens belangrijker gaan vinden – na verloop van tijd.

De beperking ligt opnieuw in de aard van de thema's: agenda setting geldt voor die gevallen, die zonder de aandacht van de media ongemerkt in de vergetelheid zouden raken. Ook naar aanleiding van dit concept zijn een groot aantal onderzoeken uitgevoerd. (McCombs / Shaw, 1972; McLeod / Becker, 1974; McCombs, 1977, Palmgreen / Clarke, 1977) waarover Stappers c.s. stellen:

'De snelle groei van onderzoeken omtrent 'agenda-setting' heeft naast een imposante berg gegevens en conclusies ook een nieuw probleem opgeleverd: de studies zijn dermate verschillend van opzet en uitwerking dat vergelijking van resultaten nagenoeg onmogelijk is. De onderzoekers zijn in hun enthousiaste ijver uiteenlopende paden ingeslagen om het onbekende terrein in kaart te brengen, niet de moeite nemend om eerder gedaan onderzoek te repliceren of te analyseren. Misschien is er eerst wat meer studie dan onderzoek nodig'. (Stappers, c.s., 1983: 113)

De vervolgstudies gaan dan ook meer in de richting van een differentiatie van de ontvangersagenda's. Wij zien het uiteraard niet als onze taak de (wetenschappelijke) problemen (McCombs/Weaver, 1985; Einsiedel, 1982) binnen deze traditie op te lossen. Wat wij wel trachten aan te geven is, dat onze thematiek reeds binnen deels onsamenhangende communicatiewetenschappelijke tradities weliswaar geïdentificeerd werd, maar nog onvoldoende uitgewerkt is.

Schets van een communicatiewetenschappelijk referentiekader

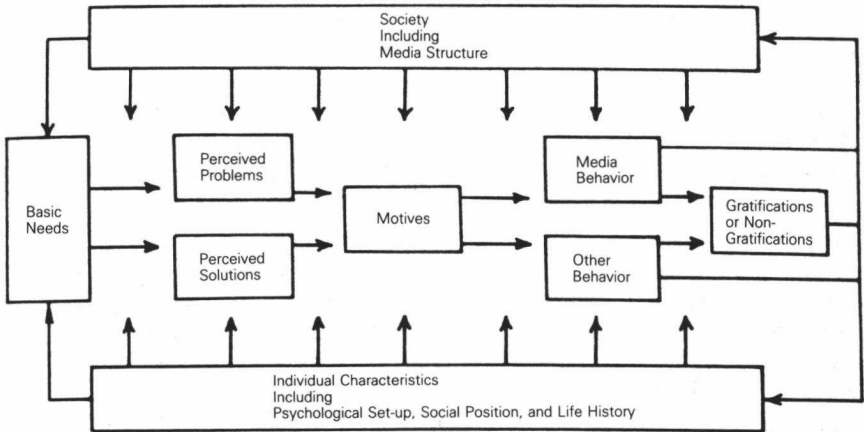
De centrale stelling, dat eerst met vrij fundamenteel, theoretisch en conceptueel denkwerk moet worden begonnen, houdt helemaal niet in, dat men vanuit een 'tabula rasa'-situatie van start moet gaan. Zoals voor andere (massa-)mediale informatieverstrekking, geldt uiteraard ook voor alle activiteiten van publieksvoorlichting, dat 'verspreiding' van informatie niet verwisseld mag worden met 'communicatie'. Massale verspreiding, zelfs gratis huis-aan-huis verspreiding (Nieuw Stelsel Sociale Zekerheid), van een uitgebreid informatie-aanbod is slechts een (noodzakelijke) *voorwaarde* voor een zinvol, doelgericht en effectief communicatie- en informatieproces: 'The succesful distribution of messages is only the first step towards effective communication. Succesful communication implies that the message has been received and understood, as well as produced and distributed (McCombs / Becker, 1979: 5).

Dit inzicht is geenszins triviaal. Zo wordt namelijk meteen duidelijk hoe centraal de vraag naar het ontvangers-gedrag is, zowel voor informatiever-

strekking via massamedia in het algemeen, alsook voor de verspreiding van voorlichtingboodschappen.

Dat het publiek van de massamedia alles behalve 'passief' met de media omgaat (Wright, 1959) is een van de meest geciteerde inzichten van een *communicatiewetenschappelijke onderzoekstraditie*, te weten de *Uses-and-Gratifications-approach*. Het mediagebruik gebeurt niet zomaar, maar is op te vatten als sociaal handelen. Enkele van de centrale elementen van deze onderzoeksstrategie heeft Rosengren (1974) in de vorm van een denkmodel in het volgende schema ondergebracht. (vgl. ook van Cuilenburg / Noomen, 1984).

Figuur 3: 'Visualized paradigm for uses and gratifications research':



De – mede op grond van dit denkmodel – ontwikkelde en uitgevoerde onderzoeken binnen deze onderzoekstraditie die vaak als functionalistisch wordt beschreven, vragen bij voorbaat daarna, hoe en waarom mensen überhaupt met de media omgaan (Katz / Blumler, 1974; Rosengren / Wenner / Palmgreen 1985) en media en bepaalde media-inhouden (of boodschappen) voor specifieke doeleinden 'benutten' (vgl. Renckstorf, 1977, 1984).

Daarbij wordt het mediagebruik deels geassocieerd met 'instrumenteel' handelen (content-gratification), en deels met 'geritualiseerd' handelen (pro-

cess-gratification) (Rubin, 1984; Renckstorf / Ehmecke, 1986). Beide zijn gericht op het 'tegenmoet komen aan' interessen, die verband houden met bepaalde problemen die voor het handelende individu en zijn/haar alledaagse sociale-, persoonlijke-, culturele situatie subjectief relevant zijn. Media-blootstelling wordt dus niet beschouwd als een 'toevallig' gebeuren of als door het media-aanbod gedetermineerd, maar als een vorm van sociaal handelen. Het sociale handelen wordt opgevat als 'probleemgericht', 'intentioneel' gedrag, dat gebaseerd is op een (subjectieve) definitie van de situatie.

Rosengren's schema biedt de mogelijkheid het mediagedrag te specificeren naar *meerdere varianten/vormen van mediagedrag*, alsook naar mediagedrag ten opzichte van *verschillende media* en ten opzichte van *verschillende categorieën of soorten informatie* en naar te onderscheiden *categorieën van ontvangers*. Aangezien er geen restricties ten aanzien van bepaalde soorten informatie gemaakt worden, kan dit denkmodel als uitgangspunt voor de ontwikkeling van een communicatiewetenschappelijk referentiekader dienen, om te komen tot een theorie voor het *omgaan met kennis en de vraag naar voorlichting*. De eerder omschreven centrale concepten zoals 'die sociale Verteilung des Wissens', 'User construct of information', 'The need for information', 'Information-seeking' etcetera, kunnen naar onze mening geïntegreerd worden in een nadere uitwerking van het denkmodel.

Het mag tenslotte duidelijk zijn dat onderzoek met betrekking tot publieksvoorlichting, pas geformuleerd kan worden nadat een bredere theorie omtrent het 'omgaan met kennis door mensen' geformuleerd en uitgewerkt is in een conceptueel model. Pas dan kan worden verwacht empirische onderzoeken op te zetten (en stapsgewijs en systematisch uit te voeren) die kunnen leiden tot efficiënte en effectieve publieksvoorlichting. Op deze wijze kan dan mogelijk tegemoet worden gekomen; aan het kostbare karakter van voorlichting; zowel in relatie tot de materiële kosten van voorlichtingsactiviteiten alsook met betrekking tot de verwachte resultaten daarvan, ofwel de immateriële kosten.

NOTEN

1 Artikel naar aanleiding van een advies aan de Voorlichtingsraad over fundamenteel onderzoek betreffende het themaproject 'vraagzijde van overheidsvoorlichting' ('Informatiebehoeften en informatie(zoek)gedrag').

2 Voor een volledig overzicht van de geadviseerde onderzoeksstrategie: zie Renckstorf / Nelissen, 1987).

LITERATUUR

- Abelson, R.P., (e.a.), *Theories of cognitive consistency, a sourcebook*. London, 1968.
 Akker, P., van den, *Emancipatie en voorlichting. Casus: seksueel geweld tegen vrouwen*, 1985, Tilburg.

- Atkin, C., Anticipated communication and mass media information seeking, *Public communication quarterly*, 1972, 35, 188-199.
- Atkin, C., Instrumental utilities and information seeking. In Clarke, P. (ed.), *New models for mass communication research*. p. 205-242, Beverly Hills: Sage, 1973.
- Bauer, R.A., The audience. In Pool, S., Schramm, W. (eds), *Handbook of communication* p. 141-152, Chicago, 1973.
- Blumler, J.G., Katz, E., (eds), *The uses of mass communications*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- Boulding, K., *The image*, Ann Arbor: University of Michigan press, 1956.
- Bouwman, H., Brunschot, C., Informatiebehoefte(n) en informatie(zoek)gedrag van (hoog-)bejaarden. IVA, Tilburg, 1985.
- Chaffee, S.H., McLeod, J.M., Individual vs. social predictors of information seeking. *Journalism Quarterly*, 1973, 50, 237-245.
- Cuilenburg, J.J., van, Overheidsvoorlichting in overvloed. Over voorlichtingsonderzoek in het informatie-tijdperk. Amsterdam, 1983.
- Cuilenburg, J.J., van, Noomen, A.W., *Communicatiewetenschap*. Muiderberg, 1984.
- Dervin, B., Communication gaps and inequities: moving toward a reconceptualization. In Dervin, B., Voigt, M. (eds), *Progress in communication sciences*, vol 2, p. 73-112, Norwood NJ: Ablex, 1980.
- Dervin, B., Mass communicating: changing conceptions of the audience. In Rice, R.E., Paisley, W.J. (eds), *Public communication campaigns*, p. 71-88, Beverly Hills: Sage, 1981.
- Dervin, B., Information as a user construct: the relevance of perceived information needs to synthesis and interpretation. In: Ward, S.A., Reed, L.J. (eds), *Knowledge structure and use: implications for synthesis and interpretation*. p. 153-183, Philadelphia: University press, 1983.
- Dervin, B., Jacobson, T.L., Nilan, M.S., Measuring aspects of information seeking: a test of a quantitative/qualitative methodology. In Burgoon, M., *Communication yearbook 5*, p. 419-445, New Brunswick: Transaction Books, 1982.
- Dervin, B., Nilan, M.S., Jacobson, T.L., Improving predictions of information use: a comparison of predictor types in a health communication setting. In Burgoon, M. (ed), *Communication yearbook 5*, p. 807-830, New Brunswick: Transaction Books, 1982.
- Donohew, L., Palmgreen, P., A reappraisal of dissonance and the selective exposure hypothesis, *Journalism quarterly*, 1971, 22, 410-420.
- Donohew, L., Parker, J., McDermott, V., Psychophysiological measurement of information selection, *Journal of communication*, 1972, 22, 54-63.
- Donohew, L., Tipton, L., A conceptual model for information seeking, avoiding and processing. In Clarke, P., (ed), *New models for mass communication research*. p. 243-268, Beverly Hills: Sage, 1973.
- Donohew, L., Tipton, L., Haney, R., Analysis of information seeking strategies. *Journalism quarterly*, 1978.
- Edelstein, A.S., An alternative approach to the study of source effects in mass communication. *Studies in broadcasting*, 1973, 7-29.
- Einsiedel, E.F., Agendasetting and information gaps, *Masscommunicatie*, 1982, 208-213.
- Ettema, J.S., Kline, F.G., Deficits, differences, and ceilings. Contingent conditions for understanding the knowledge gap. *Communication research*, 1977, 4, 179-202.
- Feldman, S. (ed), *Cognitive consistency*. New York: Academic Press, 1966.
- Festinger, L., *Conflict, decision and dissonance*. Stanford, 1964.
- Freedman, J.L., Sears, D.O., Selective exposure. In Berkowitz, P. (ed), *Advances in social psychology*, p. 58-95, 1965.
- Gaziano, C., The knowledge gap. An analytical review of media effects. *Communication research*, 1983, 10, 447-486.
- Genova, B.C., Greenberg, B., Interests in news and the knowledge gap, *Mass communication review yearbook*, 1981, 2, 416-429.
- ITS, Voorstel tot onderzoek betreffende drie deelprojecten rond het thema 'informatie-behoefte en informatie-zoekgedrag'. Nijmegen, 1984.
- ITS, Voorstel tot onderzoek betreffende drie deelprojecten rond het thema 'informatie-behoefte en informatie-zoekgedrag' (tweede versie) Nijmegen, 1984.
- Katz, E., Blumler, J.A., Gurevitch, M., Utilisation of Mass Communication by the individual,

- in: Blumler, J.A., Katz, E., (eds), *The Uses of Mass Communication, Current perspectives on gratifications research*, p. 19-32, Beverly Hills: Sage, 1974.
- Klandermans, B., Seydel, E., *Overtuigen en activeren. Publieksbeïnvloeding in theorie en praktijk*. Assen/Maastricht: Van Gorcum, 1987.
- Kover, A.J., Models of May as defined bij marketing research. *Journal of marketing research*, 1967, 4, 129-132.
- Maddi, S.R., The pursuit of consistency and variety. In Abelson, R.P. (ed), *Theories of cognitive consistency, a sourcebook*, p.267-274, 1968.
- McCombs, M.E., Expanding the domain of agenda-setting research. Strategies for theoretical development, Paper for the mass communication division of the speech communication association, Washington D.C., 1977.
- McCombs, M.E., Becker, L.B., *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1979.
- McCombs, M.E., Shaw, D.L., The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 1972, 36/2, 176-187.
- McCombs, M.E., Weaver, D.H., Toward a merger of gratifications and agenda-setting research, in: Rosengren, K., Wenner, D., Palmgreen, Ph., (eds), op. cit., p. 95-108.
- McLeod, J.M., Becker, L.B., Byrnes, J.E., Another look at the agenda-setting function of the press. *Communication research*, 1974, 1/2, 131-166.
- Mills, J., Interest in supporting and discrepant information. In Abelson, R.P. (ed), *Theories of cognitive consistency, a sourcebook*, p. 771-776, 1968.
- Moschis, A.P., Consumer information use, Individual versus social predictors. *Communication research*, 1980, 7/2, 139-160.
- Muskens, G.J., Vrouw, werk en informatie, verslag van een vooronderzoek onder werkende vrouwen. IVA, Tilburg, 1985.
- Muskens, G.J., Oorschot, W.J.H, van, Informatiebehoeften, informatiezoekgedrag en moeilijke doelgroepen. IVA, Tilburg, 1985.
- Newcomb, T.M., An approach to the study of communicative acts. *Psychological review*, 1953, 60, 393-404.
- Olien, C.N., Donohue, G.A., Tichenor, P.J., Media stages of social conflict, *Journalism monographs*, 1984, 19, 1-31.
- Oorschot, W.J.H., van, Informatie-behoefte en informatie(zoek)gedrag van werkzoekenden en werkbedenden. IVA, Tilburg, 1985.
- Oorschot, W.J.H., van, Heyne, G.A., Muskens, G.J., Bedoeld of toevallig? Nadere onderzoeksmodellen omtrent contact met voorlichting. IVA, Tilburg, 1986.
- Oorschot, W.J.H., van, Heyne, G.W.W.M., Wegen voor voorlichtingskundig publieksonderzoek, verslag van studiedag over informatiebehoeften, informatiezoekgedrag en moeilijke doelgroepen. IVA, Tilburg, 1986.
- Palmgreen, Ph., Clarke, P., Agenda setting with local and national issues, *Communication research*, 1977, 3/4, 435-452.
- Renckstorf, K., *Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes*. Berlin: Spiess, 1977.
- Renckstorf, K., *Menschen und Medien in der postindustriellen Gesellschaft. Neuere Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes*. Berlin: Spiess, 1984.
- Renckstorf, K., Ehmcke, A., *Landesprogramm des Fernsehens in Schleswig-Holstein*. Hamburg, 1986.
- Renckstorf, K., Nelissen, P.,, Zur Zusammenhang von Informationsinteresse, Informations-suchverhalten und Mediennutzung. Oder: Wie 'aktiv' ist das Publikum der (Massen-) Medien. In van Oorschot, W., Heyne, G. (red), *Wegen voor voorlichtingskundig publieksonderzoek*, p. 59-66, Tilburg: IVA, 1986.
- Renckstorf, K., Nelissen, P., Het omgaan met kennis - en de vraag naar voorlichting. Advies aan de Voorlichtingsraad over fundamenteel onderzoek betreffende het thema 'Informatie-behoeften en informatie(zoek)gedrag', Nijmegen, 1987.
- Rosengren, K.E., Uses and gratifications: a paradigm outlined. In Blumler, J.G., Katz, E. (eds), *The uses of mass communications*, p. 167-196, Beverly Hills: Sage, 1974.
- Rosengren, K.E., Wenner, L.A., Palmgreen, P., (eds), *Media gratifications research, current perspectives*. Beverly Hills: Sage, 1985.

- Rosengren, K.E., Windahl, S., Mass media consumption as a functional alternative, In McQuail, D., *Sociology of mass communication*, p. 166-194, Harmondsworth: Penguin, 1972.
- Rubin, A.M., Ritualized and instrumental Television Viewing, *Journal of Communication*, 1984, 34, p. 67-77.
- Schütz, A., Der gut informierte Bürger. Ein versuch über die soziale Verteilung des Wissens. Schütz, A., *Gesammelte Aufsätze*, Band 2, p. 85-101, Den Haag: Nijhof, 1972.
- Schütz, A., Luckmann, Th., *Strukturen der Lebenswelt*. Frankfurt: Suhrkamp, 1984.
- Schulz, W., 'Agenda-setting' und andere Erklärungen. Zur theorie der Medienwirkung. Medienwissenschaftliches Symposium, Hans-Bredow-Institut, Hamburg, 1983, p. 98-106.
- Sears, D.O., The paradox of de-facto selective exposure without preference for supportive information. In Abelson, R.P. (ed), *Theories of cognitive consistency, a sourcebook*, p. 777-787, 1968.
- Sepstrup, P., Consumption of mass communication. Construction of a model on information consumption behavior. *Research in marketing*, 1980, 3, 105-142.
- Stamm, K.R., Grunig, J.E., Communication situations and cognitive strategies in resolving environmental issues, *Journalism quarterly*, 1977, 54, 713-720.
- Stappers, J.G., Reijnders, A.D., Möller, W.A.J., *De werking van massamedia*. Den Haag, 1983.
- Tau, A.S., Exposure to discrepant information and effect of three coping modes. *Journalism quarterly*. 1975, 52, 678-684.
- Tichenor, P.J., Structure, communication and social power. Evolution of the knowledge gap hypotheese, *Masscommunicatie*, 1982, 10, 81-138.
- Tichenor, P.J., Donohue, G.A., Olien, C.N., Mass media flow and differential growth in knowledge. *Communication research*, 1975, 2, 3-23.
- Tipton, L.P., Effects of writing tasks on utility of information and order of seeking. *Journalism quarterly*, 1970, 47, 309-317.
- Troldahl, V.C., Van Dam, R., Robeck, G.B., Public affairs information seeking from expert sources. *Journalism quarterly*, 1965, 42, 403-412.
- Voorlichtingsraad / Werkgroep Publieksvoorlichting en Onderzoek, Briefing adviesaanvraag vervolgonderzoek themaproject vraagzijde. 1987.
- Wackman, D.B., Theories of social perception, in: Ward, S., Robertson, T., (eds), *Consumer behaviour: theoretical sources*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1973.
- Wright, Ch.R., *Mass Communication, a sociological perspective*. New York, 1959.

ABSTRACT, Renckstorf & Nelissen, 'Using information – and public's interest in government information'. Masscommunicatie p. 291-316

In this article the background and development of fundamental research into the determinants of the public's interest in government information is sketched, and the research question and strategy for identifying these determinants are formulated. It should be clear that a broadly based theory regarding the manner in which individuals acquire and process information is necessary. This theory, presented in the form of a conceptual model, is to be later empirically tested. The background and premises of this multidisciplinary study, and in particular those premises derived from the field of communication, will be referred to in brief in this article.

JAN WIETEN

Tussen vernieuwing en herstel

De pers in de eerste naoorlogse jaren*

Met de woorden "Tussen vernieuwing en herstel" wordt het gangbare beeld geschetst van de ontwikkelingen in Nederland in de eerste jaren na de bevrijding. Na het intermezzo van de bezettingstijd en de vernieuwingsroes van de bevrijding werd al gauw de draad van voor mei 1940 opgepakt. Op het terrein van de media nog duidelijker dan op andere gebieden. Het over het algemeen nogal sombere beeld van de periode behoeft echter wellicht enige nuancering. De bevrijding bracht geen onmiddellijke terugkeer naar "normale" marktverhoudingen op persgebied. Zuivering en ordening van het perswezen waren belangrijke issues, waarover de meningen sterk uiteenliepen. Zelfs het streven naar spoedige opheffing van de papierschaarste en van de distributieregelingen was slechts schijnbaar onomstreden. Ten dele vielen deze tegenstellingen samen met die tussen de opvattingen en belangen van de illegale pers uit de bezettingstijd en die van de legale, doorverschenen bladen.

Ordering en zuivering waren sleutelwoorden in de naoorlogse discussies over de herinrichting van het Nederlandse persbestel. Over zuivering ging het, omdat vanzelfsprekend de foute elementen die ons volk met nazi-propaganda hadden overspoeld, allereerst uit de pers dienden te worden verwijderd. En om de ordening ging het, omdat de fout zowel in de persmensen als in het persstelsel zat. Dat stelsel moest dus veranderd en – omdat mensen zich moeilijk laten veranderen – moesten er regels komen waaraan de persmensen zich in de toekomst zouden hebben te houden. Maar toch, ondanks die hoge prioriteit voor de ordening en de zuivering zijn beide naar het oordeel van veel tijdgenoten en van latere geschiedschrijvers deernisvol mislukt. U vindt het verloop van de pogingen tot ordening bij Van den Heuvel ("De vrijheid van de pers"), van de perszuivering bij Brauer en Driever ("Perszuivering") min of meer uitvoerig beschreven.

Ik zal op deze zaken nu niet dieper ingaan dan nodig is om te belichten dat het tussen de ex-illegale en ex-legale bladen uit de bezettingstijd ook na het einde van de oorlog niet erg boterde. Binnen deze beide categorieën trouwens ook niet. Ik wil er overigens al meteen tegen waarschuwen om illegaal zomaar gelijk te gaan stellen met "vernieuwing" en legaal met een streven naar "herstel" van het oude vooroorlogse. De werkelijke verhoudingen lagen gecompliceerder.

* Lezing gehouden tijdens de studiedag van het Nationaal Oorlogs- en Verzetsmuseum te Overloon op 20 november 1986.

Ik zal trachten dat aan de hand van twee voorbeelden te illustreren. Enerzijds met de houding van verschillende kranten, representanten van verschillende stromingen, ten aanzien van de verschillende kwesties op persgebied die in deze periode aan de orde waren. Ook zal ik proberen aan te tonen dat zelfs de papierdistributie licht kan werpen op deze gecompliceerde verhoudingen.

Er waren natuurlijk meer zaken waarin de spanning tussen de voormalige illegale pers en de doorverschenen bladen tot uiting kwam.

In het parlement is dat het duidelijkst het geval in het voorjaar van 1947, ten tijde van de behandeling van het z.g. amendement-Burger, dat beoogde het bezit van foute dagbladbedrijven in voorkomende gevallen te onteigenen ten gunste van de goede nieuwkomers op de markt. Maar ook in de journalistenorganisaties treffen we er sporen van aan, evenals in de Persraad. En in de organisatie van dagbladuitgevers, de NDP, treedt dezelfde spanning aan het licht. Wanneer in 1955/1956 wordt besloten de NDP-1945 de oude naam NDP, zonder de toevoeging, te hergeven, dan gebeurt dat, zoals Hemels verhaalt, nog in een sfeer van grote spanning.

Verschillende waardering

Wie onderzoek doet naar de situatie op persgebied in Groot-Brittannië en in Nederland in de eerste naoorlogse jaren, wordt allereerst getroffen door een opmerkelijk verschil in waardering voor de jaren veertig, in het bijzonder voor de media in de jaren veertig.

Daar een oordeel dat overwegend positief uitvalt. Hier een beklemtoning van het volstreekte falen van een toch al niet onbedenkelijke vernieuwingsbeweging en, voor wat de media betreft, een beeld van ontredding, chaos en incompetentie, met als triest hoogtepunt de farce die van de perszuivering werd gemaakt.

Jeremy Tunstall schetst in "The media in Britain" een beeld van de Britse "media-mythologie", waarin een positieve waardering van de jaren veertig en in het bijzonder van de periode van de tweede wereldoorlog een centrale plaats innemen. Zo merkt hij op dat er in het huidige mediabeleid in het Verenigd Koninkrijk impliciet een flink stuk nostalgie zit: hoe kunnen we terug naar die dagen waarin de media dodelijk serieus en tegelijk enorm populair waren? En ten aanzien van de papierdistributie in en na de oorlog stelt hij dat deze in veel opzichten door kranteeigenaren werd gezien als een verhoring van hun gebeden: de managers van Fleet Street waren dol op de papierdistributie en namen er maar node afscheid van. Van Beaverbrook, de Britse press-lord is de uitspraak dat de pers er in die tijd van de regering vier

nieuwe vrijheden bij had gekregen. Zij was nu vrij van concurrentie, vrij van advertentieinkomsten, vrij van papier en vrij van ondernemen.

U vermoedt in die woorden van Beaverbrook natuurlijk terecht een ietwat ironische ondertoon. Dat neemt niet weg dat de uiterst negatieve geluiden die in Nederland te horen waren hier toch tamelijk schrill bij afsteken. Dr. Kurt Baschwitz bracht, in de zomer van 1946 op een congres van het Nationaal Instituut, naar voren dat "De Pers en andere factoren der openbare mening (. . .) onder een uitgesproken wantrouwen te lijden" hadden: "Overall moeten ze zwaar, en dikwijls vergeefs, worstelen om het vertrouwen van een publiek, dat argwanend is geworden, en dat er sterk toe geneigd is, ontevreden te zijn met alles wat het leest of hoort."

En, voor wat de papierdistributie betreft, Maarten Rooij, in die tijd hoofdredacteur van de NRC en voorzitter van de grootste journalistenorganisatie, noemde in een notitie voor de Persraad de gevolgen van de paperschaarste voor de geestelijke volksgezondheid zo ernstig, dat daarin "met het oog op de toekomst van ons volk, evenmin (mocht) worden berust als in den voedselnood, welke ten tijde van de bevrijding bestond."

Wat lijkt te zijn blijven hangen van de periode na de bevrijding is in Nederland vooral het gevoel van een kater. *Maatstaf* heeft een jaar of twintig geleden al eens een speciaal nummer gewijd aan de analyse van die kater. Rooij schrijft in zijn analyse van de kater op mediagebied deze voornamelijk toe aan een soort natuurlijke discrepantie tussen niet in de realiteit wortelende visioenen van illegale werkers uit de bezettingstijd en de harde werkelijkheid van de normalisering na de oorlog. Ook andere auteurs van bijdragen aan "Visioen en Werkelijkheid" – de in 1963 verschenen verzameling met ideeën uit de illegale pers over de naoorlogse samenleving – zijn geneigd in die richting te denken.

Naoorlogs persbestel

Er zijn goede redenen om de naoorlogse persgeschiedenis te laten beginnen op 5 september 1944. Die datum draagt besluit no. E69 van de regering in Londen, houdende vaststelling van het Tijdelijk Persbesluit. Dat was een belangrijk besluit, althans voor de mensen van de illegale en ook van de legale pers. Het verschafte immers die duidelijkheid over wat er met de pers na de oorlog zou gebeuren, waarop zij lang hadden zitten wachten. Van beide kanten kon men zich nu eerst recht op die situatie gaan prepareren.

Minister Burger, de man achter het Persbesluit, omschreef in drie toelichtende artikelen in het Nijmeegsch Dagblad in november 1944 het leidend

beginsel van het Persbesluit met de woorden "zuivering" en "vernieuwing". In het Persbesluit zelf wordt gesproken van "zuivering" en "herstel". Dit subtiele verschil, de spanning tussen de begrippen "vernieuwing" en "herstel", typeert waarschijnlijk nog steeds het best de situatie in het Nederland van na de bevrijding en met diezelfde begrippen kan ook de ontwikkeling die zich voordeed nog het bondigst worden omschreven: een ontwikkeling van vernieuwing naar herstel.

Het Tijdelijk Persbesluit 1944 gaf aan volgens welke beginselen het persbestel direct na de oorlog zou worden georganiseerd. Dat waren andere beginselen dan voor mei 1940 en daarna hadden gegolden. Behalve de zuivering zat in het Persbesluit ook een belangrijk element van ordening. Er gold een algemeen verschijningsverbod, behalve voor illegale bladen en voor periodieken die voor 1 januari 1943 waren gestopt met verschijnen. Er stond in datzelfde Persbesluit overigens ook dat er uitzonderingen op die regel mogelijk waren.

Toestemming tot verschijnen zou ook worden geweigerd, als een in te stellen Perscommissie tot de conclusie was gekomen dat de verschijning "schadelijk zou zijn voor een gezond perswezen onder meer omdat met de uitgave (. . .) uitsluitend het maken van winst wordt beoogd dan wel omdat door de uitgave niet in een bestaande behoefte wordt voorzien." (art. 3 lid 5).

Dit laatste introduceerde een geheel nieuw element in het Nederlandse perswezen, waarvan critici van toen en later menen dat het moeilijk te rijmen viel met de grondwettelijke vrijheid van drukpers. Maar het beantwoordde wel aan de diagnose die in brede kringen van de illegaliteit was gesteld: het falen van een zo groot deel van de pers in de jaren van de bezetting had alles te maken met het streven naar winst van de kranteeigenaren. Tot die conclusie was men inmiddels ook in andere landen die door Duitsland bezet waren geweest al gekomen.

De perssituatie in Nederland na de gefaseerde bevrijding tussen september 1944 en mei 1945 verschilde sterk van die van voor de oorlog. De dagbladmarkt werd beheerst door een groot aantal nieuwe verschijningen. Veel daarvan waren uit het verzet voortgekomen, andere waren herverschijningen van tijdens de bezetting verdwenen dagbladen. Gezien de bepalingen van het Persbesluit 1944 lag dat natuurlijk voor de hand.

Veel van die kranten hadden, zeker vergeleken met voor de oorlog, ongevoen hoge oplagen. De vier grootste – De Waarheid, Het Parool, Trouw en Het Vrije Volk – van over de 300.000. Want de leeshonger was groot en de kranten waren dun in die dagen. Voorlopig ontbraken de grote meer popu-

laire dagbladen van voor de oorlog. En ook de voornaamste regionale vooroorlogse dagbladen ontbraken op het appèl.

Toegestane oplagen landelijke dagbladen (oktober 1945)

Het Vrije Volk	355.000
De Waarheid	332.000
Het Parool	328.000
Trouw	313.000
De Maasbode	70.000
De Tijd	65.000
De Volkskrant	60.000
De Nieuwe Nederlander	57.000
Algemeen Handelsblad	50.000
Nationale Rotterdamse Courant	40.000

Onder de vier grootste landelijke dagbladen was er een, Het Vrije Volk – de voortzetting van het tijdens de bezetting onder nationaal-socialistische leiding doorverschenen grote sociaal-democratische dagblad Het Volk –, die als eerste in uitzondering op de bepalingen van het Persbesluit 1944 een verschijningsvergunning had gekregen. Er volgden meer dergelijke uitzonderingen, De Tijd, het Algemeen Handelsblad en de Nationale Rotterdamse Courant, en al in de zomer van 1945 maakte het nieuwe Persbesluit, waarin de zuivering van persbedrijven en kranten was vervangen door een zuivering van personen, de terugkeer van de vooroorlogse dagbladen – mits het personeel en de directie waren gezuiverd – mogelijk. In de loop van 1946 verschenen de meeste grote regionale en lokale dagbladen weer op de markt, soms onder nieuwe uitgevers van wie werd vermoed dat zij stromanen waren van de oorspronkelijke, nog niet gezuiverde of reeds veroordeelde eigenaren. In 1949 herverschenen, als laatste de twee populaire dagbladen van voor de oorlog, De Telegraaf en De Courant – Het Nieuws van den Dag.

Vooraf in het eerste jaar na de bevrijding had de dagbladmarkt een sterk kunstmatig karakter. Veel van de nieuwe kranten waren het lezerspubliek volmaakt onbekend. Zij werden veelal vervaardigd door nieuwelingen in de journalistiek die hun carrière bij een ondergronds blaadje waren begonnen. De oude neutrale pers was praktisch verdwenen. Het kleine formaat van de kranten en de honger naar nieuws zorgden voor een enorme opwaartse druk op de oplagen. Blijvend was deze toestand, zoals we zagen, niet. Vanaf 1946 begon de dagbladsituatie zich te "normaliseren". De nieuwkomers op de dagbladmarkt werden in de meeste gevallen verdrongen door de terugkerende oude kranten.

Een belangrijk probleem, waar de illegale bladen die hadden besloten na de bevrijding door te verschijnen al direct voor kwamen te staan, was het

Oplageverhoudingen landelijke dagbladen (naar type/richting)

type		1939 %		1947 %		1955 %
Neutraal/populair	Telegraaf Nieuws vd Dag	45	Algemeen Dagblad Het Dagblad	5	Telegraaf Nieuws v.d. Dag Algemeen Dagblad	21
Liberaal	Alg. Handelsblad NRC	8	Alg. Handelsblad NRC	8	Alg. Handelsblad NRC	9
Protestants-Chr.	Standaard Chr. Soc. Dagblad Nederlander Banier	6	Trouw Nederlander	13	Trouw	9
Rooms-Katholiek	De Tijd Maasbode Volkskrant	15	De Tijd Maasbode Volkskrant	22	De Tijd Maasbode Volkskrant	21
Sociaal-democr.	Het Volk	22	Het Vrije Volk Het Parool	41	Het Vrije Volk Het Parool	34
Communistisch	Volksdagblad	1	Waarheid	10	Waarheid	7
Nationaal-soc.	Nationale Dagblad	2				
		99		99		101

ontbreken van eigen bedrijfsoutillage om de grootse plannen die zij koesterden te verwezenlijken. De outillage die nog over was – en in Hemels' boek over de NDP kunt u lezen dat dat niet erg veel was – behoorde in de meeste gevallen aan ex-legale bladen, die tijdelijk, maar niemand wist voor hoelang, niet mochten verschijnen. Die outillage werd, eerst door het Militair Gezag en later door de afdeling van de heer Beekenkamp op Binnenlandse Zaken en door de Persraad toegewezen aan de kandidaten die een verschijningsvergunning hadden gekregen. Die toewijzing berustte ook op bepalingen uit het Persbesluit.

In veel gevallen was het dringen. Zo moesten na de bevrijding bij de Residentiebode in Den Haag, behalve de opvolger van dat verboden blad, Het Binnenhof, aanvankelijk ook De Nieuwe Nederlander, De Waarheid, Het Vrije Volk en het Haags Dagblad (het Haagse Parool), worden gezet en gedrukt. Soortgelijke toestanden kwamen in Utrecht en elders voor. Het zetten en drukken gebeurde weliswaar tegen betaling maar niettemin meestal tegen de zin van de oorspronkelijke eigenaren en vaak onder openlijke tegenwerking van het personeel. Bekend zijn de problemen die Het Parool, Trouw en de Volkskrant van het personeel van de Telegraaf ondervonden in de tijd dat zij wel en de Telegraaf niet op de persen van het concern mochten worden gedrukt.

Zulke problemen verergerden meestal nog wanneer de tijdelijk verboden bladen weer toestemming hadden gekregen om te gaan verschijnen. In veel gevallen werden de onwelkome inwonenden er dan in de kortste keren goedschiks of kwaadschiks weer uitgewerkt. Dat gebeurde onder meer bij

het Utrechts Nieuwsblad, toen dit in het begin van 1946 weer op de markt kwam.

De herverschenen bladen poogden zo snel mogelijk het verloren gegane terrein te heroveren. Soms gebeurde dat op een aanvaardbare wijze, soms ook met minder frisse methoden.

Bekend is de weinig verheffende wijze, waarop de Hilversumse Gooi- en Eemlander, in die tijd ook De Gooi, respectievelijk Gooi en Ommeland geheten, de concurrent Gooische Klanken het veld deed ruimen.

Overigens lukte het de oude kranten in verreweg de meeste gevallen om binnen de kortste keren hun oude lezers en positie terug te krijgen. Bekende voorbeelden zijn de Haagse Courant, het Rotterdams Nieuwsblad en het Utrechts Nieuwsblad. Eigenlijk is er maar een opmerkelijk geval waarin een dergelijke toeleeg niet slaagde: in Heerenveen lukt het het Nieuwsblad van Friesland niet om ten koste van de Heerenveensche Koerier terug te komen.

De papierdistributie

Er was in heel Europa in 1944/1945 niet alleen een enorm tekort aan bedrijfsoutillage doordat een groot deel van de apparatuur door oorlogshandelingen was verloren gegaan, er heerste direct na de oorlog ook een enorme papierschaarste. De grondstoffenaanvoer uit de traditionele toeleverende gebieden was volledig ontwricht. De Europese landen beschikten over onvoldoende harde valuta. De nieuwe markten die werden aangeboord, met name Canada, waren niet in staat om aan de toegenomen vraag te voldoen. Bovendien was ook de vraag uit de Verenigde Staten, een land dat wel over harde valuta beschikte, steeds verder gegroeid. De produktie kwam maar heel geleidelijk weer op gang en de prijzen van krantepapier stegen enorm. Het gevolg van een en ander was dat men zich overal in Europa gedwongen zag om ook voor het schaarse artikel krantepapier een systeem van distributie op te zetten. Onderling verschilden die systemen echter nogal.

In Nederland berustte de papiertoewijzing aanvankelijk bij het Rijksbureau voor Papier dat zich baseerde op de door het Militair Gezag vastgestelde oplagecijfers voor de verschillende bladen. Het Militair Gezag, met name de subsectie Perszuivering en Papiervoorziening, baseerde zich daarbij in beginsel op de bepalingen van het Tijdelijk Persbesluit 1944. Maar dat bleek al meteen in de praktijk moeilijk toepasbaar, zodat de vage bepalingen van het Persbesluit al spoedig werden aangevuld met nadere richtlijnen. Bovendien hielden de provinciale militaire commissarissen er noodgedwongen hun eigen interpretaties op na over hetgeen op persgebied wenselijk en mogelijk was. Ook de behoefte aan persorganen werd op verschillende wijze vastge-

steld. Vaak gebeurde dat op basis van rijkelijk optimistische opgaven van degenen die met een blad op de markt hoopten te komen. In Friesland werd een volksstemming onder de bevolking gehouden, op basis van het principe: één krant per gezin. De relatieve krachtsverhoudingen konden zo vrij nauwkeurig worden bepaald, maar zij werden tegelijkertijd ook bevroren, waardoor Friesland – tijdelijk – voor andere gegadigden een gesloten gebied werd.

In elk geval bracht dit een zekere orde in de perssituatie in Friesland, die gunstig afstak bij de chaotische situaties die soms elders bestonden. Het Militair Gezag kon de toestand in ieder geval niet de baas en drong er al spoedig zelf bij de regering op aan om verlost te mogen worden van de weinig dankbare taak.

Bij Tijdelijk Persbesluit van september 1945 kwam de bevoegdheid tot het stellen van regels voor oplage, formaat en aantal nummers per week van de dagbladen te liggen bij de Persraad. Deze Persraad was een nieuw gecreëerd adviesorgaan waarin de verschillende groeperingen op persgebied waren vertegenwoordigd. Er bestond aanvankelijk een nauwe connectie tussen de Persraad en het ministerie van Binnenlandse Zaken in de persoon van voorzitter Beekenkamp, die tevens hoofd was van de afdeling Perszuivering. De praktische uitvoering van de papierdistributieregeling voor de dagbladen berustte bij de NDP. Dat leidde soms tot grote conflicten, met name toen de Persraad de landelijke bladen leek te begunstigen ten nadele van de in de NDP sterk vertegenwoordigde regionale bladen. De NDP vermoedde daarachter het streven van de vertegenwoordigers van de illegaliteit in de Persraad om de ondernemers uit elkaar te drijven. De Persraad dolf het onderspit.

De distributieregeling werd frequent ontdoken, vooral toen er naast de gereguleerde markt voor krantepapier al vrij snel een geliberaliseerde markt voor ander papier werd gecreëerd (dat laatste ter stimulering van het economisch leven).

De basis van het Nederlandse systeem van papierdistributie vormde de omvangsregeling: de verschillende dagbladen kregen een bepaald aantal pagina's per dag en per week toegewezen dat geleidelijk aan werd uitgebreid. In tegenstelling tot het Britse systeem was hier de oplage van de dagbladen niet bevroren. Een door de accountant geverifieerde groeiende vraag naar een blad resulteerde – met enige vertraging – in een grotere oplage.

Naar buiten toe hieven alle dagbladen, daartoe aangevuurd door de NDP, om strijd klaagzangen aan over de geringe hoeveelheid toegewezen papier, die het hun onmogelijk maakte hun informatieve taak naar behoren te vervullen. De parallel tussen de lichamelijke en de geestelijke voedselnood

werd behalve door Rooij ook door anderen getrokken. Een minimum van acht pagina's groot formaat werd noodzakelijk geacht. Die omvang werd pas in het begin van de jaren vijftig bereikt.

Al voor dat die grens echter werd bereikt bonden de dagbladen in. Vooral de Persraad. Vrijwel vanaf het eerste moment dat er vanuit de ministeries van economische zaken en financiën geluiden werden gehoord als zou de papiervoorziening wellicht kunnen worden vrijgelaten – dat is eind 1947 – wordt er gewaarschuwd voor de gevolgen van een plotselinge afschaffing van de papierdistributie. Blijkbaar ook tot verbazing van de Persraad zelf, want in het jaarverslag over 1949 wordt met lichte ironie geconstateerd hoe de Persraad die vroeger alle acties voor verruiming van het papieraanbod steunde, sinds enige tijd probeerde te voorkomen dat de distributie al te snel zou worden opgeheven. En ook de NDP was langzamerhand een stuk minder happig geworden op een al te plotselinge verruiming van het aanbod.

Wat zat hier achter? Allereerst natuurlijk dit: een ruimere papiervoorziening was steeds veel meer een wens van journalisten en wellicht ook het lezerspubliek geweest, dan van de directies. Krantepapier was duur en een kleine krant betekende dus een enorm financieel voordeel. Voor de kleinere dagbladbedrijven kwam hier nog bij dat het advertentieaanbod zich door de beperkte per krant beschikbare ruimte noodgedwongen over veel meer media verspreidde dan onder normale omstandigheden het geval zou zijn geweest. We zien dat verschijnsel overal in Europa optreden.

Kleine en weinig kapitaalkrachtige kranten waren daarom met minder moeite dan anders in staat het hoofd boven water te houden. In Nederland bestond de ex-illegale en nieuw-verschenen pers voor een groot deel uit zulke weinig kapitaalkrachtige ondernemingen, die de druk van de herverschenen ex-legale bladen toch al nauwelijks konden weerstaan. En het verzet tegen een drastische papierverruiming komt dan ook vooral uit die kringen.

In zekere zin is hier de facto dus wel sprake van een tegenstelling tussen legaal en illegaal, maar dan vooral op grond van hiermee parallel-lopende verschillen in financiële en bedrijfseconomische positie. Het oude ideaal van verandering van de commerciële basis van de pers speelde hoogstens indirect hierin mee.

Daarmee is ook aangegeven dat er behalve de onverwachte overeenkomst met de situatie in Groot-Brittannië toch ook verschil is. Net als daar was er ook hier blijkbaar verzet tegen het vrijlaten van de papiervoorziening toen dat mogelijk werd. Maar anders dan in Engeland, waar alleen de Times voor was, is het verzet hier niet zo algemeen. Er waren hier blijkbaar nogal wat

bladen die in een vrije papiervoorziening een goede mogelijkheid zagen om snel hun oude plaats in het persbestel te herwinnen.

De uitkomst was overigens een compromis. De omvangsregeling bleef nog geruime tijd gehandhaafd, maar er kwamen steeds ruimere mogelijkheden voor kranten met een zeer groot advertentieaanbod om extra pagina's te brengen.

Zuivering en ordening in de pers

Uit (voorlopige) gegevens van een paar onderzoeken die bij de vakgroep massacommunicatie aan de Universiteit van Amsterdam zijn verricht naar de standpunten die in de media zelf werden uitgedragen over de herinrichting van het mediabestel na de oorlog blijkt allereerst een groot verschil in belangstelling voor de vragen van ordening en zuivering. Dat verschil leek aanvankelijk gemakkelijk te verklaren vanuit het verleden van de kranten. Vooral kranten die tot de legale pers uit de bezettingstijd konden worden gerekend legden weinig belangstelling voor de vragen van de herinrichting van het perswezen en meer in het bijzonder van de zuivering aan de dag. De verklaring lag voor de hand: wie boter op zijn hoofd heeft, waagt zich liever niet in de felle zon.

Toen er later wat meer kranten in het onderzoek werden betrokken, bleek die simpele tweedeling niet te handhaven. Sommige dagbladen die volgens de normen van het Persbesluit, als voortzetting van doorverschenen bladen moesten worden beschouwd, besteedden niettemin veel aandacht aan de perszuivering en de ordening van het perswezen. De NRC is het beste voorbeeld.

Kwantitatief bleek het onderscheid dus moeilijk te handhaven, kwalitatief, kijkend naar de standpunten ten opzichte van deze kwesties, snijdt het, is de voorlopige conclusie, meer hout.

Overigens blijkt dan dat het onderscheid legaal-illegaal met name discrimineert tussen de posities t.a.v. de perszuivering en dat de verschillende standpunten over de ordening van het perswezen eerder samenvallen met het politieke onderscheid tussen doorbraak-gezinde vernieuwers en de vertegenwoordigers van de continuïteit in het maatschappelijk leven. In het laatste geval is het echter veel moeilijker om hier iets generaliserends over te zeggen.

Op het punt van de perszuivering zijn er in de pers van de eerste naoorlogse jaren dus inderdaad twee kampen te onderscheiden: de ex-illegale bladen, ongeacht hun politieke richting, pleiten in het algemeen voor een strenge aanpak van de zuivering; bij de ex-legale bladen en hun opvolgers ligt de

nadruk op kritiek op de feitelijke afwikkeling van de zuivering, op rechtvaardiging van het doorverschijnen en men vindt er ook directe of terloopse verwijzingen naar het eigenbelang dat de ex-illegalen zou bewegen bij hun z.g. pleidooien voor recht. Bij de nieuwe en niet-doorverschenen bladen lopen de standpunten uiteen.

De politieke richting speelt geen rol. Tot de eerste categorie behoren zowel De Waarheid en Het Parool, als Trouw. En ook de tweede en de derde groep bevatten kranten van uiteenlopende politieke kleur.

Bij ordening gaat het om een moeilijk af te perken geheel van zaken. Zoals gezegd, werd het doorverschijnen van kranten in illegale kring nogal eens in verband gebracht met het commerciële karakter van de pers. De nieuwe pers van na de oorlog zou in de allereerste plaats op een geheel andere grondslag moeten worden gevestigd. In het Persbesluit 1944 waren de aanzetten hiertoe gegeven, maar uitbanning van het winstprincipe en invoering van de maatschappelijke behoefte als leidend beginsel voor de vormgeving van het persbestel, bleek politiek uiterst moeilijk vorm te geven zonder de grondwettelijke persvrijheid geweld aan te doen. Veel meer dan experimenten met de stichtingsvorm voor persondernemingen – in plaats van de naamloze vennootschap – is er eigenlijk niet tot stand gekomen. Over verdergaande ordening van het perswezen bleek binnen de adviesorganen die zich met de kwestie hebben beziggehouden – de Persraad en de commissie-Pompe – geen overeenstemming te bereiken. Ook daarin speelde de tegenstelling legaal-illegaal echter mede een rol. Uiteindelijk bleef er van dit hele streven niet meer over dan de z.g. wet op de journalistieke verantwoordelijkheid, een voor de meerderheid van de beroepsbeoefenaren zo onverteerbaar stuk wetgeving dat minister en Tweede Kamer afzagen van parlementaire behandeling.

In de eerste fase van deze naoorlogse ontwikkeling loopt de scheidslijn vrijwel parallel met die ten aanzien van de zuivering. Vooral Het Parool en De Nieuwe Nederlander, beide typische protagonisten van de doorbraak en vernieuwingsgedachten, maken zich sterk voor een nieuwe persorde, inclusief de beperkingen van de individuele persvrijheid die aan dit streven inherent zijn. In de latere fase, waarin vrijwel alleen de ordening van het beroep van journalist als realiseerbare nieuwigheid is overgebleven, volgt Het Parool nog steeds deze lijn. Maar andere bladen hebben afgehaakt. In het geval van De Waarheid hebben de naoorlogse politieke ontwikkelingen, het ontstaan van de koude oorlog en de repercussies daarvan in het Nederlandse politieke klimaat, duidelijk mede een rol gespeeld. De Waarheid wilde nog wel een ander persstelsel – de verwijzingen naar de zegeningen van het Sovjetrussische perssysteem tonen dat aan – maar de persordening van Pompe en Het Parool had voor de communisten toen weinig aantrekkelijks

meer. Buiten de kring van ex-illegale bladen en nieuwkomers is er ook wel steun voor de ordeningsgedachte, zij het dan vooral voor het aspect van de regeling van de journalistieke verantwoordelijkheid. We zien dat bijvoorbeeld bij de NRC, al moet hierbij aangetekend worden dat het standpunt van de NRC natuurlijk in overwegende mate het standpunt was van hoofdredacteur Rooij, die zelf menig steentje had bijgedragen aan het advies van de commissie-Pompe over de regeling van de journalistieke verantwoordelijkheid. Ook in verschillende katholieke bladen en elders was steun voor deze gedachten te vinden. Maar voor een blad als Trouw waren zij volstrekt onaanvaardbaar.

Zowel het 'voor' van Het Parool als het 'tegen' van Trouw werden als een logisch uitvloeisel van de illegale afkomst van beide kranten gepresenteerd. Het 'voor' omdat het falen van de pers tijdens de bezetting had aangetoond dat ordening van het perswezen noodzakelijk was; het 'tegen' omdat de ordening overeenkomsten vertoonde met de Duitse methoden tot gelijk-schakeling van de pers.

Conclusies

De conclusie lijkt onontkoombaar dezelfde te moeten zijn die ook door andere beschouwers van de naoorlogse periode is getrokken: de tweede wereldoorlog is niet meer geweest dan een intermezzo in een periode van de Nederlandse geschiedenis die hoofdzakelijk wordt gekenmerkt door continuïteit. Geen breuk, geen vernieuwing, geen verwerkelijking van de visioenen die leefden in de illegaliteit, maar voortzetting van de in mei '40 tijdelijk verstoorde ontwikkeling. In de pers al net zo als in de rest van de maatschappij.

Natuurlijk, sommige van de organen die zijn voortgekomen uit illegaliteit zijn blijven bestaan. Maar de plannen voor vernieuwing van het persstelsel zijn overal in West-Europa mislukt. Thans lijkt dat ook nauwelijks meer te worden betreurd.

Toch heeft het, ondanks alles, langer geduurd dan men misschien geneigd is te denken voordat het beeld van de landelijke pers in Nederland weer grotendeels leek op dat van voor de oorlog. Pas in de jaren zestig komt er weer een verhouding tussen neutrale en richtingbladen en tussen populaire en kwaliteitsbladen die lijkt op die van de jaren dertig. Dan hebben Telegraaf en Nieuws van de Dag en het Algemeen Dagblad weer dat deel van de landelijke oplage dat de eerste twee samen ook voor de oorlog hadden. En toch was er ook in het Nederlandse perslandschap, beter gezegd in het landelijke perslandschap, blijvend iets veranderd.

Nederland telde voor 1940 zo'n 13 landelijke dagbladen. Die dateerden, op

het nationaal-socialistische Nationale Dagblad na, allemaal van omstreeks of ver voor de eeuwwisseling. Nu zijn het er nog 9 of 10, maar van die 9 of 10 zijn er 3 rechtstreekse voortzettingen van illegale bladen uit de jaren 1940-1945. En temidden van de opinieweekbladen bestaat – hoe moeizaam ook nu weer – nog steeds Vrij Nederland.

Maar hebben zij ook wezenlijk iets veranderd in het Nederlandse persland-schap? Ik zal mij niet aan een oordeel daarover wagen. Toch is er geen reden om zo cynisch te zijn als die Franse journalist die over de situatie in zijn land – waar overigens na de bevrijding een veel drastischer wisseling van de wacht tussen legale en illegale pers plaatsvond dan hier – opmerkte dat er niet meer verschil tussen de naoorlogse en de legale pers te ontdekken viel, dan dat een nieuwe eigenaar met dezelfde streken de plaats van de oude had ingenomen.

Tot slot terug naar de vergelijking waar ik mee begon, die tussen de nostalgie naar de pers van de jaren veertig in Engeland en de kater van de naoorlogse periode in Nederland. Op het punt van de papierdistributie bleek er minder verschil te zijn dan aanvankelijk leek. Zou er ook in andere opzichten minder verschil zijn? De verheerlijking van de jaren veertig in Engeland behoort immers, volgens Tunstall, tot het rijk van de mediamythologie. En zo zou ook de verguizing van dezelfde periode in Nederland symptoom van mythevorming kunnen zijn, inherent aan de stereotype beeldvorming van historische perioden die nu eenmaal onvermijdelijk optreedt. Dat moge zo zijn, er is toch wel reden om aan te nemen dat de beelden enige relatie met de historische werkelijkheid hebben. De uitgangspositie van de pers in het Engeland van na de oorlog was toch wel een totaal andere dan die van de pers in het bevrijde Nederland. Wat dat betreft is het misschien beter om te kijken naar het oordeel van de beschouwers van de naoorlogse perssituatie in andere bevrijde Westeuropese landen (ik noemde Frankrijk al even). In een aantal opzichten komt dat meer met de beoordeling van de ontwikkelingen in Nederland overeen. Behalve merkwaardig genoeg in Duitsland, waar tegenwoordig juist weer met een mengeling van vertedering en trots wordt gekeken naar de pionierstijd van de licentie-pers die onder geallieerd toezicht na 1945 weer mocht verschijnen.

LITERATUUR

- 1 Heuvel, H. van den (1981), *De vrijheid van de pers; de overheid en het commerciële karakter van de pers 1944-1949*, Baarn: Ambo.
- 2 Brauer, J. en J. Driever (1984), *Perszuivering; de Nederlandse pers 1944-1951*, Weesp: Fibula.
- 3 Hemels, J. (1983), *De krant in bedrijf; 75 jaar samenwerking en samenleving*, Baarn: Ambo.
- 4 Tunstall, J. (1983), *The media in Britain*, London: Constable.
- 5 Baschwitz, K. (1946), "Naweeën der doorgestane gelijkschakeling; pers, propaganda, openbare mening en de psychische depressie", in: *De toekomst der Nederlandse beschaving*, Nijmegen: Het Nationaal Instituut, 139-66.
- 6 Rooij, M. (1963), "Krant en radio", in: Bakker, B., D.H. Couvee en J. Kassies (red.), *Visioen en werkelijkheid; de illegale pers over de toekomst der samenleving*, Den Haag: Bert Bakker/Daamen, 289-317.

ABSTRACT, Wieten, J. 'Between renovation and restoration; on the post-war press in the Netherlands'. *Massacommunicatie*, 1987/4, p. 317-330

After a relatively short-lived period of high hopes for changes in Dutch society according to some of the ideals of the war-time resistance movement, the Netherlands soon passed to the order of the day. In the mass media the restoration of the pre-war system seemed to come even sooner and to be more complete, than in the rest of society. That picture, however, may need some adjusting. The highly regulated market-place for newspapers of 1945 differed in many ways from the situation the press had known before the war. Important, but extremely controversial, issues were the purging of the press and efforts to create a new press order, both the heritage of and a reaction to the lamentable conduct of an important part of the Dutch press during the German occupation. Even about such issues as the abolition of newsprint distribution and the return to the deregulated newspaper market – which were treated by the press itself as non-controversial – serious differences existed within the newspaper industry. The controversies in part reflected the differences between the ideas and interests of the former underground press of the resistance and those of the newspapers that had been continued during the occupation.

CEES VAN WOERKUM

Voorlichtingskunde: diaspora of driestromenland

Zowel op grond van interne als op grond van externe invloeden worden wetenschappen aangezet tot programmavorming. Dit geldt ook voor de voorlichtingskunde. Verschillende programma's hebben in het verleden gefungeerd als richtsnoer voor onderzoek en onderwijs. Lettend op een reeks van criteria wordt een nieuw programma voorgesteld, gebaseerd op het onderscheid tussen de vormende/educatieve, de informatieve en de persuasieve voorlichting. Met name het laatste type verdient meer aandacht.

Wetenschappen hebben met de kunsten gemeen dat het vasthouden aan een bepaalde benadering noodzakelijk het einde van die benadering inluidt. Zo zijn in de loop der jaren stromingen opgekomen en weer verdwenen. De beoefenaren die te lang in de oude stroming blijven doorwerken krijgen het gaandeweg moeilijker. Ze horen er als echte laggards niet helemaal meer bij, ze zijn 'uit'. Het nieuwe heeft in deze maatschappij nu eenmaal een enorm appeal, los zelfs van de werkelijke betekenis van wat als nieuw wordt aangeboden.

De bepaling van wat 'in' is en wat uit geschiedt via etikettering. Die etikettering is een boeiend verschijnsel, dat gevoed wordt zowel door de activiteiten van de beoefenaren als door degenen die als afnemers van kunst en wetenschap te boek staan. In de kunstenaarswereld zie we het artistieke manifest als een poging om van binnen uit het nieuwe te definiëren en om met een bepaald credo naar het kunstminnende publiek door te breken. In de wetenschap is het paradigma een begrip. Een paradigma is tegelijk een onderzoeksprogramma, is heuristisch, wijst op verbanden die eerder werden verwaarloosd.

Ook zonder de pretentieuze benaming van een 'paradigma' zien we in de wetenschap talloze aanzetten tot programmavorming, tot etikettering van binnenuit, waarmee men intern een nieuwe benadering wil inluiden en extern een zeker respect wil afdwingen, al was het maar vanwege de 'dynamiek' die zo wordt getoond. In de communicatiewetenschap heeft het communicatiemodel jarenlang als zodanig gefunctioneerd, totdat de nadelen daarvan al te zichtbaar werden en tegelijk het appeal ten opzichte van de buitenwereld afnam. Men kende dat model intussen wel. Van de wetenschap vraagt men geen bevestiging maar vernieuwing. Wetenschap is geen religie.

Die programmavorming van binnenuit is daarom zo belangrijk omdat hoe

dan ook de etikettering van buitenuit doorgaat, met de daarbij horende evaluatieve dimensie. Zou de communicatiewetenschap geen ander model of programma kunnen kiezen dan zou ze als gedateerd snel aan invloed verliezen en bijgezet worden in het ruimbezette familiegraf van modische onderzoekstradities. We meten tenslotte ook geen schedels meer.

Gaan we over tot de wetenschap die ons met name interesseert, de voorlichtingskunde. Het gaat niet te ver om voor haar enige zorg te koesteren. De oude dynamiserende krachten lijken opgebrand. Nieuwe aanzetten, zoals het kennisbenuttingssysteem, bieden ook nu nog perspectief, maar lijken toch niet in staat de wetenschappelijke ontwikkeling geheel te kunnen dragen (zie onder). Er is o.i. vraag naar alternatieve aanzetten.

In een dergelijke situatie kunnen we allerlei mogelijke initiatieven ondersteunen, onder het motto 'laat duizend bloemen bloeien', of we kunnen gericht een (desnoods aanvullend) programma ontwikkelen. Het eerste leidt tot een versnippering van energie en tot een zeer diffuus beeld dat zowel naar binnen als naar buiten verwarring zaait. Een wetenschap moet een 'smoel' bezitten. Het etiket is bij voorbaat negatief als niet geëtiketteerd kan worden. Daarmee zitten we vast aan het laatste: we moeten programmeren, hoe moeilijk dit ook is. Het is de keuze tussen de diaspora en een 'stromenland' waar de beddingen vastliggen.

In deze bijdrage willen we een voorstel voor een richtinggevend programma doen. We willen eerst enkele typen programma's onderscheiden en voorbeelden geven van eerdere programma's, die in de voorlichtingskunde als zodanig hebben gefundeerd. Daarna gaan we in op de veelal conflicterende functies die programma's in een wetenschap vervullen. Programma's zijn zoals reeds gesuggereerd niet alleen maar geschikt voor vernieuwing, maar hebben ook functies die die vernieuwing juist weer kunnen bedreigen. Vervolgens geven we aan wat mogelijke criteria zijn om bepaalde programma's te toetsen. Dan komen een drietal stromingen aan de orde die een programma zouden kunnen constitueren, met speciale aandacht voor de persuasieve voorlichting, een stroming die links en rechts bedenkingen oproept.

Programma's in de Voorlichtingskunde: typen en voorbeelden

Er zijn vele mogelijkheden om tot programmavorming te komen. We noemen er enkele, mede om aldus uit de korte historie van de voorlichtingskunde voorbeelden te putten, en daarmee het 'programmatische verleden' van de voorlichtingskunde enigszins te typeren. Naar volledigheid is echter niet gestreefd. Tevens zijn we ons ervan bewust dat we aldus met name de Wageningse voorlichtingskunde typeren.

De meeste programma's zijn gebaseerd op ordeningsmodellen, waarbij het

'programmatische' vooral daarin schuilt dat aan die elementen meer aandacht besteed moet worden, die tot dusverre onderbelicht bleven. Vergelijk het gebruik van de zogenaamde Lasswell formule, om daarmee aan te geven dat (bijvoorbeeld) meer onderzoek naar de zender gedaan moet worden ('control analysis').

– Vanuit de ontvanger

In de vroege dagen van de voorlichtingskunde waren het op een individueel vlak gelegen begrip 'adoptieproces' en het op het vlak van een sociaal systeem gelegen begrip 'diffusieproces' sterk sturend. Een zeer aanzienlijke onderzoekstraditie is op beide begrippen gestoeld, onder het etiket 'de verspreiding van vernieuwingen'.¹⁾

Later is het schema van het adoptieproces met zijn eenzijdige 'van buiten naar binnen' gerichte optiek aangevuld met het schema van het probleemoplossingsproces, dat de omgekeerde weg volgt. Beide processen leveren aanwijzingen voor het gedrag van voorlichters in bepaalde stadia. Bijvoorbeeld: de massamedia zijn interessant in de beginstadia van het adoptieproces, als het gaat om het aanbieden van oplossingen.

– Vanuit de doelstellingen van de zender.

Voorlichting is zeker in Nederland een nogal heterogene werksoort, met vele varianten. Om deze varianten in kaart te brengen is een indeling vanuit de doelstellingen van de voorlichter mogelijkwijze verhelderend.

Als voorbeeld hiervan valt te noemen de typologie 'to do', 'do for' and 'do with'.

Bij 'to do' kan men denken aan het 'research, development and diffusion perspective', waarbij het initiatief in hoge mate bij de onderzoekers en voorlichters ligt.²⁾ De voorlichter verspreidt wat nuttig lijkt. Bij 'do for' komen de technieken van sociale marketing op tafel.³⁾ De relatie met de voorlichter is minder eenzijdig, er is meer interactie. Bij 'do with' is de relatie in principe horizontaal. De voorlichter 'probeert een dialoog aan te gaan'.⁴⁾ Deze typologie had als meer of minder expliciete doelstelling de aandacht te richten op het 'do with', zulks om redenen van effectiviteit of van ethiek (welke reden vooropstond was een berucht discussiepunt).

We kunnen ook meer formeel de doelstellingen onderscheiden naar hun niveau. We krijgen dan een zogenaamde doelstellingenhierarchie, die de mogelijkheid biedt het instrument voorlichting te onderscheiden naar de zeer concrete uitvoering en naar hogere niveau's van strategievorming, tot en met het niveau waar voorlichting als instrument naast en in combinatie met andere instrumenten wordt geplaatst. Ook dit onderscheid is wel eens als uitgangspunt voor een indeling genomen, met name om op het belang van de hogere niveau's te wijzen voor wat 'eronder' moet gebeuren.

– Vanuit de methoden

Wie de voorlichtingskunde, vanuit een voorliefde voor het praktische, op-

vat als een methodenleer komt tot andere accenten. Grofweg kunnen we dan een onderscheid maken tussen de massamediale voorlichting, de voorlichting aan individuen en de voorlichting aan groepen. De vraag is vervolgens welke werkwijze bij elke voorlichtingssoort geëindigd is en hoe ze onderling in een zogenaamde 'geïntegreerde methodiek' afgestemd moeten worden.

De voorlichtingskunde heeft zich in niet geringe mate volgens dit methodische programma ontwikkeld. Op al deze methodieken is sterk onderwijsgebonden onderzoek gestart en zijn publicaties verschenen, o.a. in de vorm van handboeken.⁵⁾ Deze stroming is nog lang niet opgedroogd, mede door de opkomst van nieuwe media, zoals de AV-media.

– Vanuit de inhoud van de boodschap

In de V.S. is de gezondheidsvoorlichting of de milieuvorlichting in hoge mate een wereld op zichzelf. Ook in Nederland vallen de verschillen tussen bepaalde takken van voorlichting op. Er bestaat een vrij informele afspraak tussen de universiteiten om bepaalde takken wel of niet als specialisme te ontwikkelen. In Wageningen was dit: de landbouwvoorlichting, de gezondheidsvoorlichting, de voorlichting in ontwikkelingslanden en de natuur- en milieuvorlichting. Het is een vorm van profilering en programmering, waarmee vooral het contact met de praktijk gediend is.

– Vanuit de definitie van voorlichting

Door voorlichting te definiëren als 'bewust gegeven hulp bij menings- en besluitvorming door middel van communicatie' worden thema's als 'Wat is helpend gedrag?', 'Wat is besluitvorming?' en 'Wat is communicatie?' belangrijk. Men kan zich een programma voorstellen wat tracht de noodzakelijke elementen van het verschijnsel voorlichting te doorgronden. Een andere definitie van voorlichting, bijvoorbeeld beginnend met 'voorlichting is een beleidsinstrument dat. . .' zou andere prioriteiten hebben opgeleverd. Nu is op de gestelde drie vragen een antwoord gezocht en zeker ten dele ook gevonden.⁶⁾

– Vanuit het voorlichtingsproces

Een typering kan ook ontspringen aan het proces van voorlichting zelf. Als voorbeeld valt te noemen het voorstel uit de beginjaren 70 om voortaan minder aandacht te schenken aan de ontvanger, als een geïsoleerd element in het proces, en meer aan de interactie tussen voorlichters en ontvangers. Of om de organisatie van voorlichtingsdiensten te bestuderen in samenhang met methodiekontwikkeling.

Een ruime interpretatie van het voorlichtingsproces vinden we in het kennisbenuttingsmodel, waar voorlichting behalve aan een gebruikersgroep ook aan een kennisproductiesysteem gekoppeld is. Dit model staat volop in de belangstelling, hoewel nog in beperkte kring. Voor buitenstaanders is enige informatie nodig, willen er geen misverstanden over gaan bestaan. Als

we stellen dat de voorlichtingskunde het model van kennisbenutting als programmatisch uitgangspunt heeft zit het voorlichtinggebeuren in de koppelingsmechanismen tussen gebruikers en producenten van kennis.⁷⁾ Dit betekent een aanzienlijke verruiming van het probleemgebied van de voorlichtingskunde, omdat ook de vraag naar het soort onderzoek dat gedaan moet worden (vanuit het gebruikersperspectief) tot het domein gaat behoren. Het voorlichtingsaanbod (onderzoek) is geen gegeven meer, maar juist een variabele, die nadere beschouwing verdient. Bij falende voorlichting denkt men bijgevolg niet alleen of zozeer aan een gebrekkige methodiek van informatie-overdracht, maar aan inhoudelijk slecht afgestemd toegepast onderzoek.

Deze verruiming, die ook internationaal zichtbaar is ('knowledge utilization'⁹⁾), legt echter wel zeer sterk de nadruk op de kennisproductie, die niet de enige stimulans voor voorlichting vormt. Beleidsvoornemens van bijvoorbeeld overheden vallen buiten het model. Deze beleidsvoornemens beïnvloeden niet alleen de voorlichting, maar ook de kennisproductie, de onderzoeksprioriteiten in veel instituten van toegepast onderzoek. Verder is ook de context van de gebruikers niet zelden door beleid mede geschapen. De marges van het agrarisch ondernemen worden sterk door Brussel bepaald. Kortom, de in het model exogene factor van het beleid, is dermate sturend t.a.v. de elementen van het model, dat het negeren ervan ietwat irrealistisch doet. Hoewel met het model vruchtbare analyses mogelijk zijn, is het als een centraal programma voor de voorlichtingskunde te beperkt. We moeten verder kijken.

Kennelijk zijn er meer mogelijkheden om voorlichtingskunde een bepaald etiket op te drukken. In verschillende perioden van de voorlichtingskunde hebben verschillende programma's een functie gehad. Opvallend is dat dit veelal vrij impliciet in zijn werk ging. De voorlichtingskunde was eerder eclectisch dan werkend vanuit een bewust gekozen en redelijk homogeen programma. Wellicht is dit voor een beginnende wetenschap een vergeeflijke handelswijze, hoewel er ook risico's aan verbonden zijn. Na een zekere tijd dijdt alles zo uit, is het aantal aanzetten en interessante ideeën zo groot, dat het overzicht verloren gaat. Dan moet toch gekozen worden.

De functies van een programma en de dysfuncties

Een landkaart is vooral van waarde voor degene die een nog onbekende streek wil leren kennen. Zo is ook een programma erop gericht om het nieuwe, het gebied waar men naar toe wil, te omschrijven en enigszins in kaart te brengen zodat men niet verdwaalt en men mensen ontmoet die hetzelfde reisdoel hebben.

Een programma is op de eerste plaats 'progressief', naar de toekomst en op

verandering gericht. Dit betekent automatisch dat een programma op zichzelf ook veranderlijk is, binnen een zekere tijd aan revisie toe is of zelfs zijn programmatische functie heeft verloren. Er zijn echter ook andere functies van een programma. Deze kunnen de noodzakelijke veranderingen in gevaar brengen. We noemen:

– programma's zijn identiteitsbevestigend voor een wetenschap.

Vooraf jonge wetenschappen willen zich graag ten opzichte van andere profileren en kiezen dan voor een etikettering die de grenzen scherp vastlegt, waardoor grensoverschreiding van buitenaf goed bewaakt kan worden. Het gevaar hiervan is een zekere steriliteit, een niet flexibel kunnen meegaan met wat zich aan mogelijkheden aandient.

De voorlichtingskunde, dat zal wel duidelijk zijn, is nooit in deze val gelopen en heeft in den beginne ook relatief weinig aandacht aan formele beschrijvingen van het materiële en formele object van zichzelf als wetenschap geschonken. Opvallend is ook dat van het eerste programma over de verspreiding van vernieuwingen, dat het gezicht naar buiten sterk bepaalde, gemakkelijk afstand gedaan werd toen dat nodig leek.

– programma's bieden een educatief houvast aan studenten.

Studenten hebben voor alles behoefte aan duidelijkheid, aan goed geordende brokken tekst waarmee men uit de voeten kan. Hoe langer een docent in een programma meeloopt des te beter is hij in staat die duidelijkheid te bieden. De vakdidaktiek bij een ouder programma is heel wat eenvoudiger dan bij een jong.

Voor de voorlichtingskunde dient zich hier een potentieel probleem aan. Programma's die educatief 'scoren' kunnen desondanks de ontwikkelingen op termijn bedreigen. In drukke tijden is het moeilijk kiezen tussen een goedlopend onderwijselement dat uit een oud programma afkomstig is en riskant, experimenteel onderwijs met een onzekere kwaliteit, dat echter wel past bij een nieuwer programma.

Criteria voor een programma

Voor een programma zouden we een aantal criteria kunnen noemen.

1. Het programma moet voldoende elementen uit onderzoek en onderwijs in zich verenigen. Het moet redelijk omvattend zijn.
2. Het programma moet nieuws bieden, nieuwe terreinen aangeven waar de voorlichtingskunde eervolle resultaten kan bereiken.
3. Het programma moet aansluiten bij de voorlichtingspraktijk, of beter bij de toekomstige ontwikkelingen in de voorlichtingspraktijk. Dit betekent een risico. Immers, die ontwikkelingen zijn wel te taxeren maar niet echt te voorspellen.
4. Het programma moet duidelijk en coherent zijn. Het moet de vakgenoten

geen uitgebreide cursus kosten om het in grote trekken te begrijpen, maar voor een toegepaste wetenschap is tevens van belang dat de praktijk het programma herkent. Informatieve etikettering deugt alleen als het etiket redelijk zelfverklarend is.

5. Het programma moet gevoed kunnen worden vanuit de steunwetenschappen. De voorlichtingskunde is als betrekkelijk kleine toegepaste wetenschap in hoge mate afhankelijk van wat in de meer fundamentele wetenschappen wordt voorgedrukt.
6. De beoefenaars van de voorlichtingskunde moeten bereid en in staat zijn om de sprong naar het nieuwe programma te maken. Men moet zich redelijk unaniem in het programma kunnen vinden.

Deze criteria kunnen we toepassen op elk programmavoorstel, ook op oudere voorstellen. Voor een zorgvuldige afweging is dit zelfs gewenst.

Het 'drie stromen programma'

Ons voorstel is om de voorlichtingskunde in te delen in drie hoofdstromen, naar gelang het soort voorlichting dat men bestudeert, namelijk:

1. de vormende/educatieve voorlichting
2. de informatieve voorlichting
3. de persuasieve voorlichting.

vormende/educatieve voorlichting

Deze soort van voorlichting volgt de klassieke definitie van voorlichting: voorlichting is bewust gegeven hulp bij menings- of besluitvorming door middel van communicatie.⁹⁾ Het belang van de voorgelichte staat centraal. Men gaat uit van de problemen zoals voorgelichten die ervaren. De voorlichter kan wel helpen deze problemen formuleerbaar te maken, zodat eraan gewerkt kan worden. Einddoel is een mondige cliënt die zijn problemen zelf kan definiëren en verantwoordelijk kan zijn voor het proces van probleemoplossing. De voorlichter is in hoge mate procesbegeleider.

Op macro-niveau sluit hierbij aan de emancipatiebeweging en de ondersteuning van bewustwordingsprocessen. Ook de organisatiekant hiervan is een belangrijk aspect, in het westen zowel als in ontwikkelingslanden.

De vormende/educatieve voorlichting vinden we op alle terreinen van voorlichting terug. De methodiek is vooral het groepsgesprek en het tweegesprek. Aansluiting wordt gevonden bij de andragologie, de onderwijskunde die zich richt op het volwassenenonderwijs, de therapieleer, delen van sociale psychologie (groepsdynamica), etc.

Informatieve voorlichting

Deze voorlichting legt het accent wat later in het besluitvormingsproces van

voorgelichten, daar waar het gaat om een zo goed mogelijke inventarisatie van mogelijke oplossingen voor bepaalde vragen en van consequenties daarvan voor de individuele situatie. De hamvraag is: hoe kunnen voorlichters uitgaande van bepaalde vragen een structuur van informatieve voorzieningen opzetten zodat de voorgelichte efficiënt en effectief aan de benodigde kennis geraakt? Aan de informatieve voorzieningen kunnen eisen gesteld worden als hanteerbaarheid, relevantie voor de eigen situatie, begrijpelijkheid, volledigheid, actualiteit e.d.

De informatieve voorlichting is in een stroomversnelling geraakt door de computer, die enorme databestanden snel beschikbaar maakt en ook bepaalde interacties toestaat, waardoor de informatiezoeker een individueel, op de situatie toegesneden antwoord krijgt. Toch mag de informatieve voorlichting niet met de computergesteunde voorlichting worden verward. Er zijn ook andere kanalen functioneel, variërend van de (gewone) telefoon tot vakbladen. Interessant is de vraag hoe de hele informatieve voorziening door de intrede van de computer van structuur verandert, hoe daardoor diverse andere media nieuwe functies krijgen naast en in relatie tot de computer.

Wat methodiek betreft zullen we vaak zitten in een overgangsgebied tussen massacommunicatie en meer besloten communicatievormen. Zo wordt wel gesproken over geïndividualiseerde massamedia, als men doelt op systemen als viewdata e.d. Aansluiting vindt men dan ook bij de communicatiewetenschap, maar wellicht meer nog bij delen van de informatica, waar het gaat om de sociaal-wetenschappelijke aspecten, en bij wetenschappen die zich sterk met de besluitvorming van individuen bezighouden, bijvoorbeeld de economische psychologie of de bedrijfseconomie.

De informatieve voorlichting zien we in de landbouwvoorlichting, maar evenzeer in de gezondheidsvoorlichting, de milieuvorlichting of de gemeentevorlichting. Het is een voorlichtingssoort die sterk in opmars is, waarbij de voorlichtingskunde kan kiezen uit de positie op de publieke tribune of aan de tafel waar de besluiten genomen worden.

c. persuasieve voorlichting

Bij de persuasieve voorlichting staat niet alleen of soms zelfs niet zozeer het belang van de voorgelichte voorop, maar een 'algemeen belang'. Voorlichting is daarbij op de eerste plaats een (beleids)instrument om voor collectieve problemen een oplossing te vinden. We sluiten hier aan bij de gedachtenvorming omtrent 'sociale dilemma's', zoals o.a. verwoord door Klander-mans, die ook stelt dat grootschalige beïnvloeding 'meer en meer noodzakelijk in de moderne samenleving' wordt.¹⁰⁾ In sommige gevallen ligt het voordeel vrijwel uitsluitend bij het collectief, bijvoorbeeld bij de bestrijding van zwerfafval, in andere gevallen gaat het eerder om een mixture, bijvoor-

beeld bij preventie in de GVO. Men denke aan de AIDS-campagnes. Is de discussie over persuasieve voorlichting mede door het rapport van de ambtelijke werkgroep Heroverweging Voorlichting Rijksoverheid bijzonder actueel, het idee van een beïnvloedende overheid, in een democratisch stelsel, is dit in veel mindere mate. Reeds in 1955 schreef Vogelaar: 'Gedachte-overdracht ter beïnvloeding van handelen is, naast dwang door dreiging met of uitoefening van geweld, het meest aangewezen middel voor gezagsuitoefening'.

Bij persuasieve voorlichting kunnen we een onderscheid maken tussen die voorlichting die direct op bepaalde gedragsverandering is gericht, bijvoorbeeld in de verkeersvoorlichting of de voorlichting over verstandig snoepen, en de voorlichting die eerder beleidsondersteunend is, bijvoorbeeld de Zure regen campagne van het ministerie van VROM of de voorlichting als onderdeel van nieuwe systemen van inzameling van huisvuil. Ook zeer veel voorlichting vanuit actiegroepen heeft tot doel de publieke opinie te beïnvloeden opdat een bepaald beleid meer kansen krijgt, dat geldt voor Vrouwen voor vrede evengoed als voor Milieudefensie. In het eerste geval is de voorlichting aanvullend of zelfs vervangend t.o.v. andere beleidsinstrumenten, zoals wetgeving, in het tweede geval is de voorlichting ondersteunend.

Bij overheidsvoorlichting is een aantal criteria geformuleerd op grond waarvan deze voorlichting wel of niet geoorloofd is. Zo zou het alleen om reeds aanvaard beleid mogen gaan, of anders toch alleen om beleid dat geen enkele controverse zou kunnen oproepen.¹²⁾ Ook is wel gesteld dat de voorlichting dan vooraf gecontroleerd zou dienen te worden door het parlement. Er bestaat binnen het overheidsapparaat een zeer levendige discussie over dit punt. Feit is intussen dat steeds vaker naar het instrument voorlichting wordt gekeken, op het gebied van milieu, gezondheid, verkeer, etc.

De voorlichtingskunde heeft bij deze soort voorlichting een dubbele taak: – het optimaliseren van de effectiviteit van persuasieve voorlichting.

Een eerste vraag is natuurlijk of deze voorlichting de vaak hoge inzet (geld, vrijwilligers) waar kan maken, of deze voorlichting voldoende effectief is. Er zijn indicaties om daaraan te twijfelen. Een tweede vraag is hoe dan deze voorlichting gegeven dient te worden.

Bij deze tweede vraag kan de voorlichtingskunde terugvallen op een oude traditie, die van de 'planned change'.¹³⁾ Onderdelen daarvan zijn duidelijk persuasief van intentie en opzet. Uit de communicatiewetenschap is de hele psychologie van de rethoriek relevant (McCroskey¹⁴⁾ e.a.), naast de meer formele argumentatieleer uit de hoek van de taalbeheersing.¹⁵⁾ Vanuit de toegepaste psychologie bereiken ons de modellen van Fishbein of Schwartz.¹⁶⁾ De politicologie of de bestuurskunde leert ons hoe voorlichtingsbeleid in een bepaald besluitvormingsproces past.¹⁷⁾ Vanuit de alternatieve beweging valt het qua toonzetting gedateerde maar in zijn analytische

doordachtheid toch niet weg te cijferen werk van Reckman te noemen.¹⁸⁾ – het optimaliseren van het democratische gehalte van deze voorlichting. Bij alle persuasieve voorlichting stelt zich nadrukkelijk de ethische vraag of beïnvloeding kan, gelet op de gevolgen. Hier kan men denken aan het door Habermas geschilderde schrikbeeld van de gemanipuleerde openbaarheid, het resultaat van een consequent 'sociaal-psychologisch berekend en reclametechnisch gearrangeerd communicatieproces'.¹⁹⁾ Voor de overheidsvoorlichting kan men zich afvragen of niet voor het voorlichtingsinstrument eenzelfde of althans vergelijkbaar controlesysteem moet worden opgebouwd als bestaat voor wetgeving e.d. Praktisch komen we dan voor het probleem te staan aan welke criteria een voorlichtingsplan moet voldoen wil het afdoende beoordeeld kunnen worden.

Steeds moeten we bij deze vragen bedenken wat het betekent om een voorlichting te kunnen geven. Het is bijvoorbeeld onze overtuiging dat onherstelbare schade aan ons leefmilieu ontstaat als niet een veelomvattend en diepingrijpend stelsel van wetgeving wordt gerealiseerd. Deze wetgeving zal er niet komen als niet een publieke opinie is ontwikkeld die deze wetgeving gedoogd. Immers, politieke partijen willen niet teveel risico lopen in hun steun voor wat collectief nodig lijkt. Er moet een draagvlak aanwezig zijn. Zonder voorlichting komt zo'n draagvlak er niet.²⁰⁾

De hierboven gepresenteerde indeling in een 'drie-stromenprogramma' heeft een aantal aantrekkelijke kanten. Als voordeel zien we dat:

- aansluiting gevonden wordt met een herkenbaar onderdeel van de praktijk. Al zal daar de mengvorm overheersen, de diverse soorten zijn in een redelijk pure vorm aanwezig. Voorlichters die in een bepaalde soort specialist genoemd kunnen worden zijn niet uitwisselbaar.
- de drie stromen zich goed laten typeren. Het valt niet moeilijk uit te leggen waarover het gaat, wat de verschillen zijn.
- de indeling discriminatief is voor wat betreft een bepaald soort methodiek en voor een daarbij passende literatuur. Er wordt aangesloten bij diverse steunwetenschappen.
- de indeling redelijk omvattend is en een duidelijke programmatische kwaliteit heeft. De informatieve en persuasieve voorlichting is immers nog nauwelijks ontwikkeld, al moet op het laatste gebied zeker het werk van Kok genoemd worden.²¹⁾ Voor de vormende/educatieve voorlichting stelt zich de vraag hoe deze voorlichting ondersteund kan worden in nieuwe omstandigheden. Te denken valt aan de privatisering in de landbouwvoorlichting en de als gevolg daarvan zich wijzigende functie van de bedrijfsvoorlichter of aan de opkomst van de studieclub. Te denken valt ook aan de versmelting van het educatieve werk in de natuur- en milieuwereeld en de als gevolg daarvan veranderde opzet van de IVN-cursussen.

Meer in het algemeen zal een antwoord gevonden moeten worden op tendensen als de afbraak van het club- en buurthuiswerk en allerlei andere bezuinigingsmaatregelen in de vormingssector. Als de overheid terugtreedt, hoe gaat het dan verder?

Nadeel van het programma kan zijn dat het niet ieders bijval krijgt. 'Persuasieve voorlichting' is voor sommigen een contradictio in terminus. Ook in de praktijk bestaat er fel verzet tegen, al zou het percentage dat vindt 'dat dit niet mag' mee kunnen vallen (10% in de studie van Stappers en Nillesen, bij aanvaard beleid).²²⁾

Een nadeel kan ook zijn dat de drie stromen zo gaan verzelfstandigen, dat het gemeenschappelijke vertrekpunt onduidelijk wordt. Men weet niet meer dat de IJssel Rijnwater bevat. Er is behoefte aan een goede definitie van de gezamenlijke bedding en aan een overkoepelende theorie die laat zien hoe de drie soorten voorlichting zich tot elkaar verhouden. Wij zouden dit vertrekpunt bij overheidsvoorlichting willen definiëren vanuit de wil tot beïnvloeding, zij het van de kwaliteit van het besluitvormingsproces bij sommige voorgelichten (educatieve/vormende voorlichting), zij het van de informatieve context van de burger, of zij het van de houding t.o.v. een bepaald maatschappelijk probleem. Maar dit vertrekpunt staat nog ter discussie.

De verzelfstandiging en het gevaar van desintegratie is des te nadeliger omdat in de praktijk het gemengde type lijkt te overheersen. In de *opvattingen* vinden we dit al bij het genoemde onderzoek van Stappers en Nillesen. En Vogelaar schreef in 1955 reeds: 'Elke voorlichting bevat "factual" en "persuasive" elementen: de voorlichter zou het initiatief tot voorlichting niet nemen als hij niet zou willen beïnvloeden, overtuigen of zelfs overreden, en hij zou niet slagen in de overreding als hij geen feitelijke of op feiten berustende mededelingen deed'.²³⁾ Terzijde: het zou gewenst zijn het onderzoek van Stappers en Nillesen te verbinden met historisch getint receptie-onderzoek naar de reacties van overheidsvoorlichters op het werk van Vogelaar.

Educatieve/vormende voorlichting kan aan informatieve voorafgaan, dit zal soms zelfs nodig zijn. Persuasieve voorlichting is in bepaalde situaties te zien als een onmisbaar voorstadium voor zowel de educatieve/vormende als de informatieve voorlichting. Bewustmakingsprogramma's hebben zowel een persuasieve als een educatief/vormende inslag. Dit geldt ook als we spreken over de bestrijding van vooroordelen. Kortom: er zijn meerdere combinaties denkbaar, waarbij de analytische invalshoek verbreed moet worden.

Besluit

De voorlichtingskunde bestudeert innovatieprocessen. Men mag dus verwachten dat ze met bijzondere zorgvuldigheid het eigen vernieuwingsproces behartigt. Men kan moeilijk volhouden dat dit tot dusverre bijzonder zorgvuldig is geschied, al is men niet in de fout gegaan om aan versterde programma's vast te klampen. Vanuit diverse programmatische aanzetten is heel wat bereikt.

We zitten nu in een tijd waarin de academische strijd om de schaarse goederen (medewerkers, onderzoeksgelden, studenten wellicht) in volle hevigheid is losgebarsten. Profilering van het vak is daarbij van grote betekenis, niet alleen voor het gezicht naar buiten, maar ook om het eigen onderzoek precies daarop te richten waar het vak de beste ontwikkelingskansen heeft. Op termijn is dat de enige overlevingsstrategie.

NOTEN

- 1 In Nederland was en is de meest typerende publicatie: Ban, A.W. van den, Boer en landbouwvoorlichting, Assen, Van Gorcum, 1963. Als buitenlandse auteur springt de naam naar voren van E.M. Rogers, die een reeks herdrukken, steeds aangepast, liet verschijnen van zijn 'klassieker': *The diffusion of innovations*, New York, Free Press, 1962. De meest recente uitgave, samen geschreven met F. Shoemaker, dateert van 1983.
- 2 Zie Havelock, R.G., *Planning for innovation through dissemination and utilization of knowledge*, Ann Arbor, Center for research on utilization scientific knowledge, 1971, blz. 10-39 e.v.
- 3 Kotler, Ph., *Marketing for non-profit organizations*, New York, Prentice Hall, 1975.
- 4 Volker, J.P., De witte plekken in de voorlichtingskunde; enige aspecten die nader studie behoeven, in: *In de ban van de voorlichtingskunde*, Liber Amicorum voor prof. dr. A.W. van den Ban, Wageningen, Landbouwhogeschool, 1983, blz. 60.
- 5 Voor een extensieve opgave ontbreekt de ruimte. Zie o.a. bij de uitgeverijen Boom en Coutinho. Verder is typerend de reeks mediastudies, in opdracht van de RVD verricht, door A.M. Braam.
- 6 Zie bijvoorbeeld: Ban, A.W. van den, *Inleiding tot de voorlichtingskunde*, Meppel, Boom, 1982 (zesde druk).
- 7 Röling, N.G., Preoccupied with knowledge systems, *Sociologia Ruralis*, jrg. 25 (1985), nr. 3/4, blz. 269-290.
- 8 Reeds Havelock (op. cit.) spreekt van een 'science of knowledge utilization'.
- 9 Ban, A.W. van den, op. cit., blz. 14.
- 10 Klandermans, B., Sociale dilemma's, collectief gedrag en de problematiek van beïnvloeding op grote schaal, in: Klandermans, B. en E. Seydel (Red.), *Overtuigen en activeren*, Assen, Van Gorcum, 1987, blz. 1.
- 11 Vogelaar, G.A.M., Systematiek en spelregels van de overheidsvoorlichting, 's Gravenhage, Martinus Nijhoff, 1955, blz. 27. Vogelaar kan nog steeds gelden als verplichte literatuur op dit gebied, ook als men hem niet in alles zal willen volgen.
- 12 Voor een kritische beschouwing, o.a. van de ideeën van Vogelaar, zie o.a. Hoogerwerf, A., *Van overheidsvoorlichting naar informatiebeleid*, in: Katus, J. en L.C. Beets (Red.), *Actuele vraagstukken van de overheidsvoorlichting*, Muiderberg, Coutinho, 1985, blz. 35-46.
- 13 Zie o.a. Bennis, W.G., K.D. Benne en R. Chin, *The planning of change*, Londen, Holt, Rinehart and Winston, 1961.
- 14 McCroskey, J.C., *An introduction to rhetorical communication*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1968.
- 15 Schellens, P.J.M.C., *Redelijke argumenten: een onderzoek naar normen voor kritische lezers*, Dissertatie, Dordrecht, 1985.
- 16 Behandeld o.a. in Meegeren, P. van, *Naar een planmatige voorbereiding van natuur- en milieuvorlichting*, deelrapport 1: kennissbundeling, Wageningen, Vakgroep Voorlichtingskunde, 1986.
- 17 Zie bijvoorbeeld Winsemius, P., *Communicatie en overheidsbeleid*, in: Katus, J. en L.C. Beets (Red.), op. cit., blz. 71-83.
- 18 Reckman, P., *Naar een strategie en methodiek voor sociale actie*, Baarn, Uitgeverij In den Toren, 1971.
- 19 Habermans, J., *Erkenntnis und Interesse*, in: *Technik und Wissenschaft als 'Ideologie'*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1968, blz. 262.

- 20 Woerkum, C.M.J. van, Milieuvorlichting, politieke participatie en milieubeleid, *Massacommunicatie*, jrg. 12 (1984), blz. 174-184.
- 21 Kok, G., Gezondheidsmotivering; GVO als wetenschapsgebied. Oratie, RU Limburg, Maastricht, 1986.
- 22 Stappers, J. en B. Nillesen, Voorlichters en informatieverschaffers onderzocht; voorlichters doorgelicht, *Massacommunicatie*, jrg. 8 (1985), nr. 5, blz. 186-199.
- 23 Vogelaar, G.A.M., op. cit., blz. 27.

ABSTRACT, Cees van Woerkum, Diaspora or land of three streams: Three different approaches to Voorlichtingskunde. *Massacommunicatie*, 1987/4 p. 331-343

External and internal influences have forced sciences to program their activities, and this is also the case in the science called 'Voorlichtingskunde'. (Voorlichtingskunde is not translated, because of the fact that this is impossible without putting an accent on one of the three streams or programs). Several programs in the past have served as a guide for research and teaching. Looking at a list of criteria, a proposal is formulated for a new program, based upon the difference between the educational, the informational and the persuasive type of 'voorlichting'. Particularly the last type deserves more attention.

GERRIT VAN DER RIJT, ANNE-MARIE BUIJSSE, JAN VERBEEK

De effectiviteit van lokale ondersteuning van een massamediale voorlichtingscampagne tegen alcohol in het verkeer

De effectiviteit van lokale ondersteuning van een massamediale voortrekkingscampagne tegen alcohol in het verkeer.

In 1984 werd de campagne 'alcohol in het verkeer, al gauw een misdaad' gelanceerd. Deze campagne die hoofdzakelijk via massamedia landelijk gevoerd werd, werd op sommige plaatsen lokaal ondersteund door plaatselijke afdelingen van Veilig Verkeer Nederland. Getracht is door middel van een evaluatieonderzoek na te gaan of deze plaatselijke ondersteuning effectiever is om een gewenste verandering in kennis, opinies en gedrag met betrekking tot rijden onder invloed teweeg te brengen dan de louter landelijke massamediale campagne. In dit artikel wordt verslag gedaan van de resultaten van dit onderzoek. Geconcludeerd wordt dat lokale ondersteuning effectiever is met betrekking tot de bekendheid van de campagne en kennis omtrent rijden onder invloed, maar dat ze tegen de verwachting in niet effectiever is in verandering van opinies en gedrag met betrekking tot rijden onder invloed.

Ook in de communicatiewetenschappelijke literatuur na Klapper wordt steeds de stelling herhaald, dat voorlichting via de massamedia weinig effect heeft op houding en gedrag van ontvangers (vgl. o.m. Mendelsohn 1973, Van der Ban 1982, Rogers 1983). Meerdere onderzoekers die zich beziggehouden hebben met de vraag naar de invloed van voorlichting via grootschalige media wijzen erop dat interpersoonlijke communicatie en beïnvloeding een belangrijke rol spelen bij het uiteindelijke effect van die voorlichting. Terwijl massamedia vooral de functie hebben van het creëren van bewustzijn en verhogen van kennis omtrent vraagstukken, is houdings- en gedragverandering vooral afhankelijk van de wijze waarop de directe sociale omgeving reageert (vgl. o.a. Richman en Urban 1978, Van der Rijt 1979, Rogers 1983, Van der Rijt en Baan 1984). Massamediale voorlichtingscampagnes die aansluiten bij interpersoonlijke communicatie (Alcalay 1983) of die welke gewenste interpersoonlijke communicatie op gang brengen zouden beter in staat zijn houding en gedrag met betrekking tot gezondheidsvraagstukken in de gewenste richting te veranderen. Een voorbeeld van een campagne die waarschijnlijk juist dankzij het op gang brengen van interpersoonlijke beïnvloedingsprocessen succesvol was, was de campagne 'Wie rookt is niet gezien'. Bij deze campagne werd getracht discussies over rookoverlast in de werksfeer op gang te brengen en zo het roken terug te dringen

(Van der Rijt en Baan 1984). Op grond van een literatuurstudie omtrent de toepassing van voorlichtingstechnieken ten behoeve van verkeersveiligheid concludeert Rooijers (1985): "een landelijke voorlichtingscampagne is effectiever wanneer daarbij tegelijkertijd specifieke op regionaal en/of lokaal niveau gerichte voorlichtingsactiviteiten plaatsvinden, aangezien de doelgroep op deze wijze directer en persoonlijker benaderd kon worden." Dus de veronderstelling is, dat een lokaal ondersteunde landelijke massamediale campagne effectiever is, een meerwaarde heeft, vergeleken met een louter massamediale campagne. Een onderzoek ter evaluatie van de campagne: 'alcohol in het verkeer, al gauw een misdaad' stelt ons in staat deze veronderstelling nader te toetsen. Campagnes tegen alcohol in het verkeer zijn blijkens onderzoek weinig effectief geweest om houding en gedrag van autobestuurders in deze te veranderen. Zo concludeert Wallack (1981): "Drunk driving programs, many using public information strategies, have not been effective in changing driver behavior of reducing crashes." De campagne 'alcohol in het verkeer, al gauw een misdaad' werd door Veilig Verkeer Nederland (VVN) in 1984 gelanceerd en betekende een omwenteling voor VVN in campagnestrategie. Van de vrij vriendelijke campagnestrategie voorheen: 'Glasje op laat je rijden' (jaren '60), 'Weet je wetje' (1974) en 'Wie rijdt er vanavond' (1978-1983) werd omgeschakeld op een agressieve strategie waarbij rijden onder invloed als misdadig wordt afgeschilderd. Alle humoristische trekjes werden uit de campagne geweerd. De campagne was enerzijds gericht op voorlichting van het publiek, waarbij vooral kennis en attitudewijzigingen beoogd werden. Gedragsveranderingen worden pas op de langere termijn verwacht. Deze campagne moet dan ook gezien worden als een eerste onderdeel van een meerjarenstrategie, die uiteindelijk zou moeten resulteren in gedragsverandering. Anderzijds richtte de campagne zich ook op de politieke besluitvormingsorganen, regering en parlement om daar meer aandacht voor de problematiek te vragen en te komen tot een stringenter vervolgingsbeleid. In dit kader werd ook gepoogd door middel van een handtekeningactie het publiek bij de problematiek te betrekken en mede daardoor politieke besluitvormingsorganen onder druk te zetten. De campagne werd landelijk gevoerd, waarbij onder meer de volgende media ingeschakeld werden: televisie (spots), radio, affiches, raambiljetten en folders. Bovendien kreeg de campagne in vrijwel alle media ook veel zgn. vrije publiciteit. Daar waar VVN plaatselijke afdelingen had werden deze aangespoord de landelijke campagne door plaatselijke activiteiten te ondersteunen. Om de effectiviteit van de campagne vast te stellen en om het belang van lokale ondersteuning te achterhalen werd in twee qua grootte ongeveer vergelijkbare gemeentes, Barneveld en Doetinchem, een onderzoek gehouden, waarbij in de eerste gemeente wel en in de tweede gemeente geen plaatselijke VVN afdeling is. De lokale ondersteu-

ning van de campagne in Barneveld bestond kort samengevat uit een ondersteuning via de lokale pers, twee politionele alcoholcontroles, waarbij campagnefolders uitgereikt werden aan alle automobilisten, een zevental lezingen over verkeer en politie, waarbij uitdrukkelijk aandacht besteed werd aan rijden onder invloed, bij plaatselijke verenigingen door politiefunctionarissen, huis-aan-huis bezorging van folders, extra posters en affiches in etalages en een VVN stand op een plaatselijke beurs.

In Doetinchem werden geen speciale activiteiten ontplooid, anders dan de landelijke campagne. Ook werden daar geen alcoholcontroles gehouden (een en ander na afspraken met de plaatselijke politie).

Probleemstelling

Op grond van de genoemde conclusies uit vroeger onderzoek veronderstellen we dat de lokaal ondersteunde campagne in tegenstelling tot de louter massamediale campagne in staat zal zijn opinies over rijden onder invloed en rijden onder invloed in de richting van campagnedoelen te wijzigen. In concreto betekent dit dat we verwachten dat er houdings- en gedragsveranderingen in Barneveld in de door de campagne bedoelde zin zullen optreden, terwijl in Doetinchem geen aanwijsbare verschuivingen zullen optreden. Verwacht mag worden dat ook de bekendheid van de campagne en de kennistoename in Barneveld groter zal zijn dan in Doetinchem, daar er meer aandacht besteed wordt aan de campagne en het bereik groter is voorzover er meer van aanvullende middelen (folders, wandkranten, free publicity) gebruik gemaakt wordt, waarin veel kenniselementen zitten.

Onderzoeksopzet

Om de verschillen in effecten van een lokaal ondersteunde versus louter massamediale campagne te meten zijn voor het onderzoeksbureau Centrum in opdracht van de Directie Verkeersveiligheid van het Ministerie van Verkeer en Waterstaat in elke gemeente een drietal opeenvolgende enquêtes gehouden bij telkens a-selecte steekproeven (elk bestaande uit ± 400 personen) uit de bevolking van 18 tot 50 jaar: een voormeting voor de start van de campagne (20-26 november 1984); een eerste effectmeting op het hoogtepunt van de campagne (7-12 januari 1985) en een tweede effectmeting na afloop van de campagne (10-15 juni 1985). De resultaten van het onderzoek zijn uiteraard niet naar het hele land generaliseerbaar maar slechts naar de betreffende gemeenten.

De interne geldigheid van de onderzoeksopzet is problematisch. Daar het om twee verschillende gemeenten gaat zijn alternatieve verklaringen door verschillende groepssamenstelling niet uit te sluiten. In feite bleek dat er al

bij de voormeting significante verschillen waren tussen de verschillende plaatsen qua samenstelling naar geslacht, leeftijd, bezit rijbewijs en enkele afhankelijke variabelen. Daar er geen sprake is van een echte controlegroep (er is geen sprake van random aan de verschillende condities toegewezen groepen), zijn ook de invloed van buitenexperimentele gebeurtenissen en spontane verandering niet gecontroleerd. Dergelijke alternatieve verklaringen zijn niet geheel uit te sluiten. Daar staat tegenover dat er geen reden is om aan te nemen dat buitenexperimentele gebeurtenissen en spontane verandering anders hebben gewerkt in Barneveld dan in Doetinchem. Desalniettemin manen deze restricties tot voorzichtigheid in de conclusies omtrent eventuele verschillende effecten in beide plaatsen. Daar er gebruik gemaakt is van onafhankelijke steekproeven (verschillende groepen respondenten) bij voor- en nametingen kan de invloed van de meting (testing) op de nameting uitgesloten geacht worden. De in het onderzoek gemeten effecten behelzen ondermeer: de bekendheid met de campagne, kennis rond rijden onder invloed, opinies over rijden onder invloed, gerapporteerd gedrag in casu: het vervoer naar huis na feestjes, cafébezoek e.d., het aantal alcoholconsumpties dat men gemiddeld drinkt in situaties dat men nog haar huis moet rijden, en gedragsintenties: het voornemen over alcoholgebruik wanneer men zelf nog moet rijden, het maximaal aantal alcoholconsumpties dat men voor zichzelf kan verantwoorden als men nog moet rijden.

Onderzoeksresultaten

Achtereenvolgens zullen we nu de onderzoeksresultaten presenteren met betrekking tot kennis omtrent de campagne en rijden onder invloed, de opinies over rijden onder invloed en gedrag en gedragsintenties.

Bekendheid met de campagne en kennis rond alcoholgebruik

Qua bekendheid (kennisname van de campagne en kennis van de slagzin) blijkt dat in Barneveld de campagnebekendheid significant groter is dan in Doetinchem. Deze grotere campagnebekendheid kan zeer waarschijnlijk toegeschreven worden aan de lokale ondersteuning in Barneveld.

De spontane herinnering aan de campagne loopt op lange termijn in Barneveld wat minder terug dan in Doetinchem en de precieze kennis van de slagzin van de campagne neemt in Barneveld vergeleken met Doetinchem in veel sterkere mate toe op lange termijn. Ook heeft de intensievere campagne in Barneveld op langere termijn tot betere resultaten geleid wat betreft de mate waarin misverstanden rond ontzuivering afnemen. Een van de kenniselementen die de campagne trachtte te veranderen was namelijk het wegnemen van misverstanden rond ontzuivering, m.n. het geloof dat men door

koffie drinken, veel bewegen, of een luchtje scheppen e.d. nuchter zou worden .

Terwijl veranderingen op korte termijn in Barneveld en Doetinchem nage-
noeg gelijk zijn nemen misverstanden in Barneveld op langere termijn ver-
der af, terwijl ze in Doetinchem juist weer iets toenemen.

Bij kennis rond het wettelijk aantal toegestane glazen doet zich een gelijk-
soortig fenomeen voor: een lichte stijging van de juiste kennis in Barneveld
op korte en lange termijn doch in Doetinchem een lichte stijging op korte
en een daling op lange termijn. De verschillen zijn echter in beide plaatsen
niet significant. De kennis rond de straf die iemand krijgt, die gaat rijden en
tien glazen alcohol in twee uren heeft gedronken, neemt in Barneveld op
langere termijn iets toe (echter niet significant), doch neemt in Doetinchem
significant af op korte termijn en blijft verder op lange termijn op hetzelfde
niveau. Wat ten aanzien van de kennisitems opvalt is dat het uiteindelijke
effect in Barneveld in alle gevallen op lange termijn (tussen voormeting en
nameting) positief is in de zin van gewenste kennisverandering, terwijl deze
in Doetinchem wel positief (maar zwakker) is bij ontzuuchteringsmisver-
standen en negatief bij beide andere kennisvragen.

Bovenstaande bevindingen rechtvaardigen o.i. de conclusie dat de campag-
ne in Barneveld, de lokaal ondersteunde campagne, bijgedragen heeft aan
een grotere bekendheid van de campagne en tot meer kennis omtrent rijden
onder invloed.

Opinies over rijden onder invloed

Aan de respondenten werden vier groepen uitspraken voorgelegd die be-
trekking hadden op rijden onder invloed. De eerste groep had betrekking
op opinies over deelname aan het verkeer door iemand die teveel gedronken
heeft, de tweede groep op opinies over deelname aan het verkeer door
iemand die teveel gedronken heeft, maar daarenboven betrokken raakt bij
een ongeval. De derde groep, die alleen aan diegenen voorgelegd werd, die
buitenshuis alcohol gebruiken, had betrekking op opinies over deelname
aan het verkeer door de respondent zelf als hij teveel gedronken heeft en de
vierde groep zoals de derde, maar dan als de respondent ook nog betrokken
raakt bij een ongeval. De uitspraken luiden: 1. zo iemand brengt de eigen
veiligheid in gevaar 2. zo iemand brengt daarmee de veiligheid van anderen
in gevaar 3. zo iemand is onverstandig 4. zo iemand zou moeten worden
opgepakt door de politie 5. zo iemand is asociaal 6. zo iemand daar moet het
rijbewijs van worden ingetrokken 7. zo iemand is misdadig. Deze uitspra-
ken zijn voor de derde en vierde groep gesteld in de eerste persoon enkel-
voud (ik/mij). Bij de tweede en vierde groep, waar er sprake is van een
ongeval, zijn de eerste twee uitspraken weggelaten. De respondent kon op
een vijfpuntsschaal (helemaal eens – helemaal oneens) aangeven in hoeverre

hij/zij het met elke uitspraak eens was. De eensgezindheid bij de respondenten ten aanzien van de tweede en derde uitspraak bleek dermate hoog ($\pm 99\%$ was het hiermee al bij de voormeting helemaal eens), dat er nauwelijks een bijdrage van de campagne aan deze opinies verwacht kon worden. Veranderingen tussen de metingen waren dan ook afwezig of marginaal. Dit gold in wat mindere mate ook voor de eerste uitspraak, waarmee $\pm 90\%$ van de respondenten het al bij de voormeting helemaal eens was. Daar meer dan 80% van de respondenten het overigens ten minste eens was met de overige uitspraken (die dus ook zeer scheef verdeeld waren) is in de analyse slechts gekeken naar verschuivingen en het percentage dat het helemaal eens is geworden met de uitspraken.

Met de uitspraken 4 t/m 7 voor de eerste en tweede groep bleek men het bij de eerste nameting significant meer helemaal eens geworden te zijn. Daarentegen was er tussen de eerste en tweede nameting nauwelijks sprake van verandering in positieve of negatieve richting zodat de veranderingen van voormeting naar tweede nameting netto gezien toch positief was. Geconcludeerd kan worden dat de verandering in opinies over rijden onder invloed, indien het anderen betrof, in de door de campagne bedoelde zin veranderd is tussen de voormeting en de beide nametingen. Deze verandering is echter voor Barneveld en Doetinchem nagenoeg gelijk (vgl. tabel 1) zodat er hier niet duidelijk sprake is van een meerwaarde van de campagne in Barneveld.

Bij de uitspraken in groep III, als het gaat over het onder invloed rijden door de respondent zelf dan kunnen we een duidelijk verschil tussen Barneveld en Doetinchem waarnemen. Terwijl de korte termijn veranderingen in beide gevallen positief zijn, zijn de veranderingen tussen de eerste nameting en de tweede nameting in Doetinchem positief en in Barneveld negatief zodat de totale verandering tussen voor- en tweede nameting in positieve zin in Doetinchem significant groter is dan die in Barneveld. Een gelijksoortig resultaat zien we bij de vierde groep uitspraken. Ook hier is de totale verandering in positieve zin tussen de voormeting en de tweede nameting in Doetinchem significant groter dan in Barneveld (vgl. tabel 1).

De conclusie o.i. die uit bovenstaande resultaten getrokken moet worden is dat wat betreft de opinies over rijden onder invloed er geen verschil is in verandering tussen Barneveld en Doetinchem, indien het gaat over rijden onder invloed door anderen. Indien de opinies echter betrekking hebben op het zelf rijden onder invloed zijn die in Doetinchem meer conform de campagne veranderd dan die in Barneveld, hetgeen betekent dat de lokaal ondersteunde campagne eerder tot een belemmering dan bevordering van effecten t.a.v opinies heeft geleid.

Gedrag en gedragsintenties met betrekking tot rijden onder invloed

Aan de respondenten die wel eens buitenshuis alcohol gebruiken zijn een vijftal vragen voorgelegd die betrekking hadden op gedrag en gedragsvoornemens met betrekking tot rijden onder invloed:

1. Hoe gaat u in de meeste gevallen naar huis als het feestje of visite of cafébezoek e.d. is afgelopen? Hierbij kon de respondent kiezen uit voorgegeven antwoordcategorieën die betrekking hadden op per auto, fiets, bromfiets en motor en dan zelf rijden en anderzijds op openbaar vervoer, lopend, met iemand anders meerijden.
2. Hoeveel alcohol-consumpties drinkt u zo gemiddeld in die situaties waarin u zelf naar huis toe rijdt? (gedichotomiseerd naar de norm: twee of minder en meer dan twee).
3. Als u naar een café gaat of naar een feestje en u weet dat u nog naar huis moet rijden, want neemt u zich dan voor over uw alcoholgebruik van die avond? (eveneens gedichotomiseerd naar de norm zoals vraag 2).
4. Wat vindt u voor uzelf het maximaal aantal alcohol-consumpties dat u voor uzelf nog kunt verantwoorden, wanneer u naar een feestje of cafébezoek, visite e.d. nog naar huis moet rijden?
5. Is het weleens in de afgelopen maanden voorgekomen dat u meer dan dat aantal consumpties op had en toch bent gaan rijden?

De onderzoeksresultaten laten zien dat zo er al van invloed van de campagne op gedrag en gedragsvoornemens sprake is deze overwegend negatief zijn. De meeste verschillen zijn in negatieve richting (vooral die van de eerste nameting naar de tweede nameting); de meeste veranderingen zijn echter niet significant. Alleen bij de vragen omtrent gedragsvoornemens (2 en 3) treffen we duidelijk significante veranderingen aan, op een na alle in negatieve richting. Op lange termijn heeft de campagne zeker niet bijgedragen aan verbeterde voornemens rond rijden onder invloed. Wat betreft gedrag (vraag 1, 2 en 5) is er geen duidelijke verandering in positieve noch in negatieve richting, noch voor Barneveld noch voor Doetinchem. De resultaten geven geen enkele steun aan de veronderstelling dat de lokaal ondersteunende campagne in Barneveld wat betreft gedrag en gedragsintenties effectiever geweest is.

Conclusie

In tegenstelling tot de verwachting blijkt de lokaal ondersteunde massamediale campagne tegen alcohol in het verkeer niet effectiever in verandering van opinies, gedrag en gedragsvoornemens met betrekking tot rijden onder invloed dan een louter massamediale campagne. Eerder, tenminste waar het opinies betreft, lijkt de louter massamediale campagne effectiever dan de

lokaal ondersteunde op langere termijn. Daarentegen blijkt de lokaal ondersteunde campagne effectiever waar het bekendheid van de campagne en kennis omtrent rijden onder invloed betreft; de meerwaarde van de lokaal ondersteunde campagne ligt dus voornamelijk in versterking van effecten die ook al aan louter massamediale campagnes kunnen worden toegeschreven. Een mogelijke verklaring voor het feit dat de lokaal ondersteunde campagne-opinies minder in de richting van campagnedoelen heeft kunnen doen veranderen is wellicht gelegen in de aard van interpersoonlijke communicatie die door de campagne op gang gebracht is. De veronderstelling is namelijk dat interpersoonlijke communicatie in staat is houding en gedrag in de richting van campagnedoelen te wijzigen indien de op gang gebrachte interpersoonlijke communicatie conform campagnedoelen verloopt. Het is echter mogelijk dat de door de lokaal ondersteunde campagne opgeroepen interpersoonlijke communicatie overwegend conflicteerde met campagnedoelen; in dat geval is een 'averechts' effect van lokale ondersteuning niet uitgesloten. Deze verklaring is echter speculatief daar ze niet met behulp van het gegeven onderzoeksmateriaal toetsbaar is. Zij suggereert wel dat toekomstig onderzoek rekening zou moeten houden met de aard van interpersoonlijke communicatie, die door verschillende wijzen van campagne voeren opgeroepen wordt. Dit is echter meettechnisch gezien geen eenvoudige opgave. Opgemerkt moet worden dat de onderzoeksresultaten wel duiden op een gunstige verandering in houding ten aanzien van rijden onder invloed van zowel de lokaal ondersteunde als de pure massamediale campagne; dit in tegenstelling tot veronderstellingen op grond van vroegere onderzoeken waar meestal geen effect in houdingsverandering gevonden werd. Gedragsvermindering kon hier evenals in vroeger onderzoek niet vastgesteld worden.

Tabel 1 De gemiddelde veranderingspercentages m.b.t. de uitspraken 4 t/m 7 (het gemiddelde percentage respondenten dat het vergeleken met de voormeting geheel eens is geworden met de uitspraken) per groep uitspraken *) voor Barneveld en Doetinchem

	Barneveld	Doetinchem	Chikwadraat (gecorrigeerd)	df	significantie
groep I	+ 12% (N=419)	+ 10% (N=417)	0,56	1	NS
groep II	+ 6% (N=419)	+ 8% (N=417)	0,90	1	NS
groep III	+ 11% (N=263) **)	+ 18% (N=288)	4,91	1	p < .05
groep IV	+ 7% (N=263)	+ 15% (N=288)	8,30	1	p < .001

*) Voor de betekenis van groepen en uitspraken; zie tekst.

**) De derde en vierde groep uitspraken zijn slechts voorgelegd aan degenen die buitenshuis alcohol drinken, hetgeen resulteert in een lagere N.

Literatuur

- Alcalay, R., The impact of masscommunication campaigns in the health field, *Social Science & Medicine*, 17, 1983, p. 87-94.
- Ban, A.W. van den, *Inleiding tot de Voorlichtingskunde*, Meppel, 1982.
- Buysse, A.M.I., *Alcohol in het verkeer, al gauw een misdaad*, stageverslag Communicatiewetenschap, Nijmegen, 1986.
- Centrum, *Effectmeting campagne Veilig Verkeer Nederland*, Amsterdam, 1985.
- Mendelsohn, H., Which shall it be: Mass education or mass persuasion for health? *American Journal of Public Health*, 58, 1968, p. 131-137.
- Richman, L. en D. Urban, Health education through television: some theoretical applications, *International Journal of Health Education*, 21, 1978, p. 46-52.
- Rogers, E.M. *Diffusion of innovations*, New York, 1983.
- Rooijers, T., *Toepassing van voorlichtingstechnieken*, rapport, Verkeerskundig Studiecetrum, Rijksuniversiteit, Groningen, 1985.
- Rijt, G.A.J. van der, *Jeugd en Antirookinformatie*, Nijmegen, 1979.
- Rijt, G.A.J. van der en B. Baan, *Masscommunicatie als gangmaker voor interpersoonlijke communicatie: een effectieve manier van overredende communicatie*, *T.alc. drugs*, 10, 1984, p. 9-18.
- Wallack, L.M., *Mass media campaigns: the odds against finding behavior change*, *Health Education Quarterly*, 1980, p. 56-89.

ABSTRACT, The effectiveness of local support of a mass-mediated education campaign against drunk driving, p. 344-352

In 1984 the campaign 'drunk driving, too soon a crime' was launched. This campaign, conducted mainly nationwide, was locally supported in some communities by local sections of Veilig Verkeer Nederland (Dutch Road Safety Organization). The research purpose was to determine whether local support is more effective in bringing a desired change in knowledge, opinions and behavior with regard to drunk driving than a pure nationwide mass-mediated campaign. In this article the results of the evaluation research are reported. The conclusion is that local support is more effective with regard to the publicity of the campaign and the knowledge about drunk driving but that, contrary to expectations, is not more effective in changing opinions and behaviour with regard to drunk driving.

MARTIN VERWEIJ, NELLY KALFS, WILLEM E. SARIS & MARIUS DE PIJPER

Tijdsbestedings-onderzoek middels Tele-interviewing en de mogelijkheden voor segmentatie

Tijdsbestedings-onderzoek is gericht op het registreren van activiteiten van individuen in de tijd. Traditioneel gebeurt dit door middel van een schriftelijke dagboek-procedure. In dit artikel wordt verslag gedaan van onderzoek middels een gecomputeriseerde dagboek-procedure. Dit zogenaamde 'electronische dagboek' is voor respondenten zeer gebruikers-vriendelijk en als procedure efficiënt, terwijl het gegevens oplevert die gedetailleerder zijn en van een hogere kwaliteit dan voorheen mogelijk was. Het electronische dagboek is met name geschikt voor continu panelonderzoek. Indien via panelonderzoek tevens data worden verzameld over het bestedings-patroon van consumenten, kan men homogene consumentengroepen segmenteren op basis van leef-patroon (aldus gebaseerd op single-source data).

In het kader van een grootschalig consumenten panelonderzoek heeft de Stichting voor Sociometrisch Onderzoek (SSO) in opdracht van de Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Konsumentenaangelegenheden (SWOKA) een gecomputeriseerde procedure ontwikkeld om tijdsbesteding te registreren: een zogenaamd electronisch dagboek. Tijdsbestedings-onderzoek is gericht op het registreren van de activiteiten die individuen doen in de hun beschikbare tijd.

Het traditionele tijdsbestedings-onderzoek (zie b.v. Knulst en Schoonderwoerd, 1983) geschiedt schriftelijk, d.w.z. middels het invullen van een dagboek. De respondent moet per kwartier de code noteren van de activiteit die gedaan is. Deze codes moeten telkens worden opgezocht uit een lange lijst met codes. De schriftelijke procedure is o.a. om deze reden niet erg gebruikers-vriendelijk, en levert daardoor minder betrouwbare en minder preciese data op.

Tijdsbestedings-onderzoek (TBO) wordt o.a. verricht om:

- activiteiten van verschillende groepen geaggregeerd weer te geven (Sociaal Cultureel Planbureau)
- verschuivingen in tijdsbesteding van verschillende groepen door de tijd te kunnen volgen (Centraal Bureau voor de Statistiek)
- het tertiair/quartair inkomen te berekenen (informele huishoudelijke productie) teneinde een adequater inzicht te verkrijgen in de consumptie verdeling (SWOKA).

Hier zullen we voorstellen dat tijdsbestedingsdata ook goed te gebruiken zijn voor segmentatie van consumenten, aangezien met TBO eenduidige leefpatronen te constateren zijn en men inzicht heeft in het multi-media gebruik.

Het elektronische dagboek wordt afgenomen middels het Tele-interview panel van het NIPO, dat bestaat uit een landelijk representatieve steekproef van 1000 huishoudens ($N=2200$), bij wie een eenvoudige home-computer is geplaatst. Vragenlijsten worden via de telefoon naar de computer van de respondent gestuurd. De data worden automatisch teruggestuurd, waarna onmiddellijke statistische verwerking mogelijk is. Voor een nadere beschrijving van deze data-verzamelmethode, zie Saris en de Pijper (1986). Wanneer respondenten zien hoe simpel de procedure met de computer is, blijkt zelden dat zij niet bereid zijn mee te werken, zelfs na aanvankelijke aarzeling. Dit geldt ook voor oudere respondenten, aan wie men – vaak ten onrechte – 'computer-angst' toeschrijft.

Aangezien in dit panel ook allerlei gegevens bekend zijn betreffende inkomsten en consumptieve bestedingen, alsmede een uitgebreide demografie, biedt deze combinatie van onderzoeksgegevens nieuwe en unieke analyse-mogelijkheden op basis van single-source data. Zo is het o.a. mogelijk om combinaties van reclame-media te evalueren op bereik en contactfrequentie en het effect op koopgedrag in een gegeven segment.

In deze paper zal eerst worden ingegaan op het specifieke van het elektronische dagboek en vervolgens worden enkele bevindingen van een proefonderzoek gerapporteerd op basis waarvan de kwaliteit van de meting wordt geëvalueerd. Daarna worden de mogelijke toepassingen besproken. Tot slot volgt een discussie.

Opzet meting TBO middels Tele-interviewing

Het elektronische dagboek is in de eerste plaats gericht op het verkrijgen van geaggregeerde gegevens over alle activiteiten, die langer dan 10 minuten hebben geduurd. Hierbij is een activiteit gedefinieerd als elke bezigheid in het kader van beroepsarbeid, huishoudelijk werk, vervoer, persoonlijke verzorging, maatschappelijk en sociaal verkeer, recreatie, mediagebruik, enz. Bij de gebruikelijke, schriftelijke dagboek-procedure moet de respondent gedurende één willekeurige week per kwartier de code noteren van wat hij/zij aan het doen is. Die code moet opgezocht worden in een lijst van meer dan 225 codes.

Dit is een zware belasting voor respondenten, en het werken per kwartier sluit slecht aan bij de wijze waarop mensen hun activiteiten plegen te doen en te herinneren, omdat in werkelijkheid activiteiten niet per kwartier worden verricht. Bijgevolg zal de meting niet erg betrouwbaar en precies zijn.

Door gebruik van het elektronische dagboek verandert de dagboek-procedure aanzienlijk: respondenten hoeven geen codes meer op te zoeken, maar kunnen via simpele vragen hun activiteit in de juiste categorie plaatsen. Voor het automatisch coderen van de activiteiten wordt gebruik gemaakt van een hiërarchische boomstructuur, die telkens wordt doorlopen om een activiteit te categoriseren. Per activiteit wordt de tijdsduur opgegeven, waardoor deze dus direct aansluit bij de dagindeling van de respondent zelf (Kalfs, Verweij e.a. 1986; Kalfs 1986).

In Figuur 1 wordt een sterk gereduceerd voorbeeld van de boomstructuur gegeven. De bedoeling is dat de respondent per activiteit eerst een hoofdcategorie kiest, waarna in die tak gevraagd wordt om nadere specificatie. De route die door de boom wordt afgelegd levert automatisch de code. Bijvoorbeeld: het kijken naar een actualiteitenrubriek krijgt automatisch de code 525; eerst kiest men de hoofdcategorie vrije tijd (5), dan tv-kijken (2), te weten actualiteiten (5).

Vervolgens wordt in Figuur 2 de (sterk gereduceerde) flow-chart van de gehele vragenlijst gegeven. De bovenste knoop van de boom is de vraag: "waar men op een bepaald moment was?" Afhankelijk daarvan worden de vervolgvragen gesteld. Het bijzondere van de boomstructuur is, dat deze telkens herhaald wordt. Iedere keer loopt de respondent een andere tak door, en na iedere ronde wordt de tijd opgehoogd met het aantal minuten dat de voorlaatste activiteit duurde.

Bij deze opzet is de taak van de respondent veel minder zwaar en zullen de resultaten niet alleen preciezer en betrouwbaarder zijn, maar ook gedetailleerder.

Bij elke willekeurige activiteit (bijv. lezen van een tijdschrift) kan in de boom-structuur elke gewenste specifieke vervolgvraag gesteld worden. Bijvoorbeeld: (1) welk tijdschrift (?), (2) hoe heeft U dat in handen gekregen?, (3) wat heeft U daarin gelezen? (4) wat was Uw waardering ervoor? (5) heeft U tegelijkertijd radio geluisterd/tv gekeken?, enz. Op dit punt gaat het elektronische dagboek veel verder en dieper dan de gangbare dagboeken, maar de indeling van activiteiten van de andere procedures is altijd terug te krijgen. De gecomputeriseerde aanpak biedt echter het voordeel dat men ook andere, verfijndere indelingen kan maken. In principe is het mogelijk om bij *iedere* activiteit met *elke* gewenste follow-up vragenreeks door te gaan. Deze mogelijkheid bestaat niet in de traditionele procedures.

In het algemeen maakt het werken met computer en beeldscherm enqueteurs overbodig. Juist dit maakt de Tele-interview procedure in het bijzon-

Figuur 1: Gereduceerd voorbeeld van de boomstructuur van het elektronische dagboek

Hoofdcategorie	Specificatie	Nadere specificaties	
1. beroepsarbeid	1. hoofdbaan 2. tweede baan 3. onbetaald werk		
2. huishoudelijk werk	1. eten klaarmaken 2. opruimen 3. wassen, strijken		
3. persoonlijke verzorging	1. douchen/baden 2. scheren 3. cosmetische verzorging 4. medische verzorging		
4. eten/slappen			
5. vrije tijd	1. sociale contacten 2. tv-kijken	1. film 2. show 3. quiz 4. nieuws 5. actualiteiten 6. cultureel 7. sport 8. anders	
	3. radio	1. lichte muziek/pop 2. klassieke muziek 3. nieuws/actualiteit 4. discussie 5. anders	
	4. lezen	1. krant 2. weekblad 3. maandblad 4. vakblad 5. boek	1. geïllustr. vrouw/familie 2. sport/hobby 3. opinie
.	.	.	.
.	.	.	.
etc.	etc.	etc.	etc.

der geschikt voor continu panel-onderzoek. De respondent kan zelf bepalen, wanneer het hem/haar het beste uitkomt een enquête te beantwoorden. Voorwaarde voor blijvende medewerking van respondenten aan panelonderzoek, is dat men hen niet overbelast. Dit stelt hoge eisen aan de gebruikers-vriendelijkheid van de enquêtes.

Voor het op scherm presenteren van de vragen en het registreren van de responses is het programma INTERY ontwikkeld. Het elektronisch dagboek maakt gebruik van de volgende mogelijkheden van INTERY:

1. *automatische routing*

Hierdoor is het mogelijk een zeer complexe boom-structuur te creëren, teneinde activiteiten op de juiste plaats te categoriseren en om per activiteit allerlei specifieke follow-up vragen te stellen. Deze boomstructuur wordt telkens opnieuw doorlopen en deze routing is foutloos.

2. *automatische consistency-checks*

Het programma controleert de antwoorden onmiddellijk tijdens het interview op fouten. Bijv. in het geval dat de respondent eerst binnenshuis allerlei activiteiten opgeeft, en daarop volgend aangeeft buitenshuis aan het werk te zijn. In dat geval is de respondent waarschijnlijk het 'vervoer naar het werk' vergeten op te geven. Wordt dit geconstateerd, dan worden eerst de vervoers-vragen gesteld, die anders niet zouden zijn gesteld. Dergelijke consistency-checks verbeteren de kwaliteit van de data.

3. *controle op precisie*

Bijv. indien de respondent aangeeft langer dan 3 uur met een bepaalde activiteit bezig te zijn, wordt de vraag gesteld, of hij enige activiteiten tegelijkertijd heeft gedaan, en zo ja, welke. Dit om te voorkomen, dat men activiteiten vergeet op te geven of overslaat.

4. *verschillende respons-schalen*

Een van de respons-schalen is die waarin de respondent de tijd moet opgeven. Deze accepteert alleen correcte responses.

Een andere respons-schaal is de zogenaamde 'line-production'. Bij elke gedane activiteit wordt gevraagd om de waardering voor die activiteit uit te drukken in de lengte van een lijn. Dit is te vergelijken met het vragen naar de waardering via een rapportcijfer, alleen wordt de subjectieve beleving nu op een continue schaal uitgedrukt.

5. *vermijden van missing data*

Telkens wordt maar één vraag tegelijk op het scherm gepresenteerd. De enquête blijft overzichtelijk en de respondent kan niet anders dan een respons geven, teneinde te kunnen doorgaan.

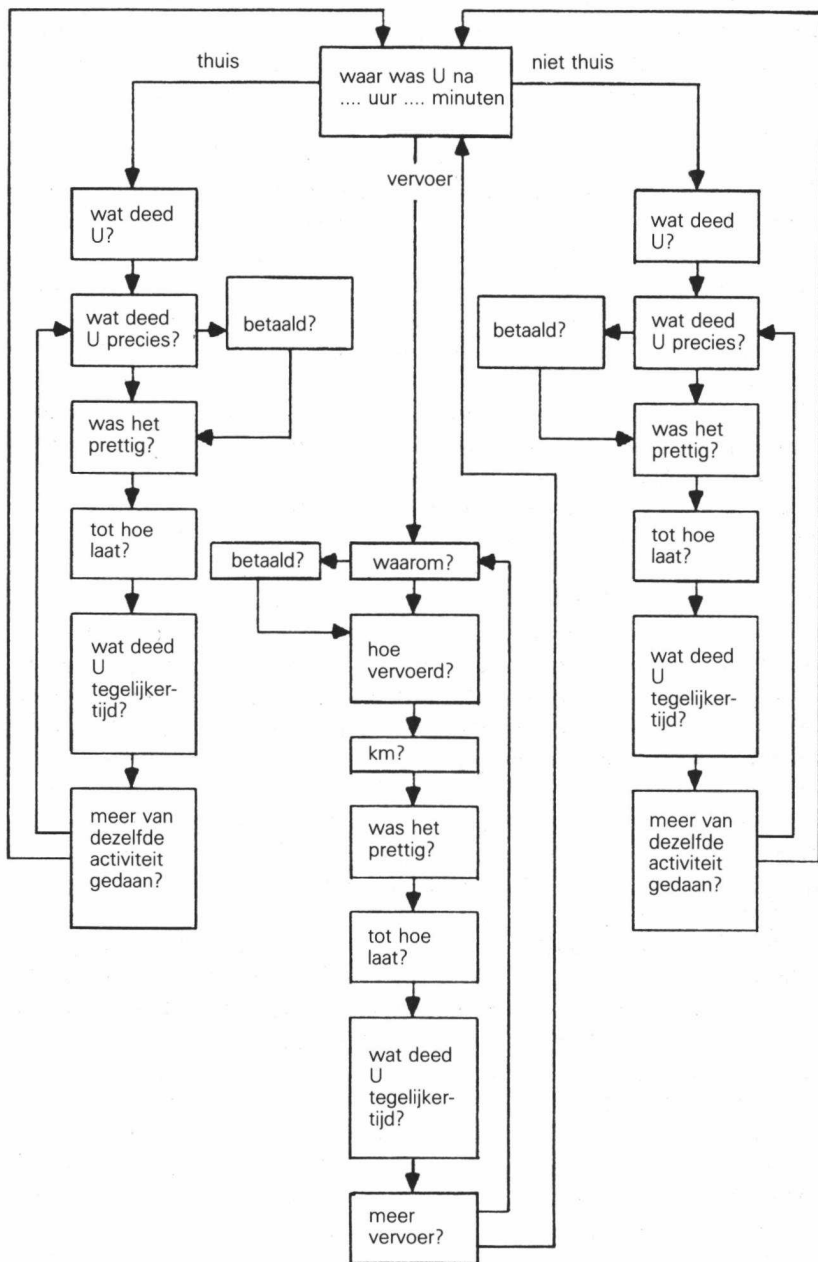
6. *terug naar de vorige vraag*

Indien de respondent ontdekt dat hij iets vergeten is of een vergissing heeft gemaakt, kan hij (tot op zekere hoogte) vraag voor vraag 'terugbladeren' om alsnog de juiste respons te geven. Afhankelijk van die respons, gaat men verder in de juiste route van de vragenlijst.

7. *afkorting van de vraag-route*

Om de respondent tijd te laten besparen, kan men – anticiperend op voor-de-hand-liggende combinaties van activiteiten – afkortingen in de vraagroute maken. Zo ontstaat de mogelijkheid om bij huishoudelijk werk, winkelen, uitgaan en media-gebruik éérst te vragen, of 'meer van dezelfde activiteit gedaan is' (zie Figuur 2).

Figuur 2: flow-chart van het dagboek



8. *controle op de tijd en help-opties voor uitleg*

Het programma accepteert geen 'verkeerde' tijd-response. De tijd-response is zodanig geprogrammeerd dat type-fouten of onwaarschijnlijke antwoorden worden gesignaleerd en ter correctie worden aangeboden. Er wordt dan gemeld wat fout is, er wordt een korte uitleg gegeven, en de respondent kan de verbetering intypen. De enquête stopt automatisch als de 24.00 u. bereikt wordt.

Bij onduidelijkheid over definities als 'thuis-werk', 'vrijwilligerswerk', 'zwart werk', 'tweede baan' e.d., kan de respondent om uitleg vragen.

9. *onmiddellijke analyseerbaarheid van de data*

Elk uiteinde van een tak van de boom staat voor één activiteit. De responses in die tak kunnen op elk gewenst aggregatie-nivo aan elkaar geregen worden, en zo ontstaat voor elke activiteit een unieke code. Voor elke code kan de tijdsduur gesommeerd worden. Al deze gegevens kunnen automatisch in een centrale data-base (bijv. SIR) worden ingelezen, waar zich ook de andere gegevens over de respondent in kwestie bevinden. Dit betekent dat er geen codeurs meer nodig zijn, dat geen tijd verloren gaat aan het maken en/of mergen van de system-files, en dat derhalve onmiddellijk met de analyse begonnen kan worden.

Proefonderzoek: steekproef en veldwerk

In december 1986 behelsde het Tele-interviewpanel van de S.S.O. 40 huishoudens. Deze huishoudens zijn in juni 1985 random gekozen in 5 verschillende provincies (N- en Z-Holland, Utrecht, Gelderland, Overijssel). Dit panel is niet representatief te noemen voor enige populatie, maar is wat achtergrondkenmerken betreft gevarieerd genoeg om vragenlijsten uit te testen. Elk huishouden heeft voor onbepaalde tijd een home-computer in bruikleen gekregen, althans zolang men meedoet aan het maandelijks onderzoek. Als beloning ontvangt men zo nu en dan nieuwe software. In beginsel moeten alle huishoudleden aan de onderzoeken meedoen.

Het dagboek werd op diskette aan de huishoudens toegestuurd, en 83 huishoudleden van 12 jaar en ouder werden opgeroepen de enquête in te vullen. In een begeleidende brief was gevraagd naar keuze òf 22 òf op 29 december alle activiteiten op te geven voor de dag ervoor.

In totaal 69 respondenten beantwoordden de enquête. De overigen waren op beide opgegeven dagen afwezig, ziek, hadden geen tijd of waren het vergeten.

Resultaten proefonderzoek

Eerst worden voorbeelden gegeven van de middels het elektronisch dagboek

verkregen data. Vervolgens wordt, aan de hand van een aantal kenmerken van de data, de kwaliteit van de individuele gegevens ingeschat. Tot slot wordt een indeling in segmenten voorgesteld.

Illustratie

Hieronder volgen twee voorbeelden van dagindelingen, zoals verkregen via het proefonderzoek. Beide respondenten beschrijven maandag 29 december 1986. Zij deden dit een dag later op 30 december. De dagindeling is eenvoudig te zien:

Dagindeling 1.

	Tijd	Code		Activiteit
1	0.00- 9.15	112	thuis	slapen
	9.15- 9.30	121		zelfverzorging (wassen, aankleden e.d.)
	9.30- 9.45	111		eten
	9.45- 9.55	31	vervoer	(1 km te voet)
5	9.55-12.05	29372	buiten	vrijwilligerswerk (buurthuis)
	12.05-12.15	31	vervoer	(1 km te voet)
	12.15-12.50	111	thuis	eten
	12.50-13.05	113		rusten/even niets doen
	13.05-13.25	341	vervoer	kinderen weggebracht (te voet)
10	13.25-13.35	201	buiten	buiten iets genuttigd, niet in horeca
	13.35-13.45	31	vervoer	(1 km te voet)
	13.45-16.00	29372	buiten	vrijwilligerswerk (buurthuis)
	16.00-16.05	31	vervoer	(1 km te voet)
15	16.05-17.20	271	buiten	boodschappen doen (levensmiddelen)
	17.20-18.05	1571	thuis	warme maaltijd bereiden
	18.05-19.00	111		eten
	19.00-19.30	113		rusten/niets doen
	19.30-19.45	153		koffiezetten
	19.45-20.00	111		koffiedrinken
	20.00-20.30	1962221		tv kijken (journaal)
20	20.30-21.15	1962215		tv kijken (kwis)
	21.15-22.50	1962213		tv kijken (eenmalig tv-spel)
	22.50-23.10	121		zelfverzorging
	23.10-.....	112		slapen

In bovenstaand voorbeeld werd de boomstructuur 24 keer doorlopen. De dagbeschrijving is gedetailleerd, nauwkeurig en heel plausibel. Het opgeven kostte deze respondent 34 minuten.

Het volgende voorbeeld laat zien dat ondanks een kleiner aantal opgegeven activiteiten, vergelijkbare precisie en plausibiliteit bereikt kan worden.

Dit invullen kostte deze respondent 22 minuten.

Men kan, na samenvoeging van deze data met de demografische achtergrondgegevens, bijv. nagaan wat voor soort betaald werk een respondent doet.

Uit het laatste voorbeeld kan men o.a. aflezen dat de respondent 's avonds

Dagindeling 2.

	Tijd	Code		Activiteit
1	0.00- 6.30	112	thuis	slapen
	6.30- 6.55	121		zelfverzorging (wassen, aankleden e.d.)
	6.55- 7.05	111		eten
	7.05- 7.25	31	vervoer	(12 km met de auto)
5	7.25-16.30	28	buiten	betaalde baan
	16.30-17.00	31	vervoer	(12 km met de auto)
	17.00-17.45	111	thuis	eten
	17.45-18.30	19641		lezen van de krant (regionaal avondblad)
	18.30-20.00	16195		doe-t-zelf (reparatie electrisch apparaat)
10	20.00-20.30	111		koffie drinken (tevens journaal gekeken)
	20.30-22.10	19621		video
	22.10-22.30	1941		praten met huisgenoten
	22.30-22.45	121		zelfverzorging
	22.45-.....	112		slapen

niet zelf heeft gekookt. Als men zou willen weten, wat voor maaltijd het betrof, of door wie die is klaargemaakt, dan zou men iedere keer dat er gegeten wordt, in de boomstructuur dergelijke follow-up vragen kunnen toevoegen.

Kwaliteit van de meting: precisie

Om een juist beeld te verkrijgen van de mate van de precisie van de verkregen gegevens, moet op individueel nivo naar de data gekeken worden. Daartoe zijn van alle 69 respondenten de dagboeken geanalyseerd. Op basis hiervan is per respondent bepaald:

1. de mate van gedetailleerdheid (nuance)
2. de nauwkeurigheid van de tijdsnotering

Zo kunnen dan de volgende 4 groepen onderscheiden worden:

1. de dagboeken waarvoor op gedetailleerde wijze alle huishoudelijke activiteiten en alle verschillende inkopen e.d. zijn ingevuld, en dit op de minuut nauwkeurig. Deze kunnen worden beschouwd als 'helemaal goed'.
2. de dagboeken waarvoor sommige activiteiten niet volledig zijn uitgesplitst (bijv. 2 uur poetsen of 2 uur winkelen), worden beschouwd als 'goed, maar niet helemaal uitgesplitst'.
3. de dagboeken waar de tijden systematisch worden *afgerond* op hele en halve uren i.p.v. op de precieze tijd in minuten, maar waar wel alle activiteiten uitgesplitst zijn, worden beschouwd als 'goed, maar niet voldoende precies'.
4. de dagboeken die zowel op punt 2 als 3 niet voldoen aan wat we zouden willen zien, zijn noch helemaal uitgesplitst noch voldoende precies.

In tabel 1 zijn de dagboeken van de 69 respondenten via deze indeling weergegeven.

Tabel 1: Indeling in 4 subgroepen o.b.v. gedetailleerdheid en tijdsprecisie

Groep	abs.	%	
1	54	78	helemaal goed
2	9	12	goed, maar niet helemaal uitgesplitst
3	5	7	goed, maar niet voldoende precies
4	2	3	zowel 2 als 3
	<hr/> 69	<hr/> 100	

Uit Tabel 1 kan geconcludeerd worden, dat het elektronisch dagboek over het algemeen zeer gedetailleerd en precies wordt ingevuld, maar dat bij ongeveer een vijfde van de respondenten niet die mogelijke nuance en/of precisie wordt gehaald, die we wenselijk achten.

Uit het feit dat 9 respondenten er niet aan zijn begonnen hun huishoudelijk werk en boodschappen uit te splitsen, moet geconcludeerd worden dat op dit punt:

- òf de instructie niet goed is (opgevolgd)
- òf de vervolgvragen naar verder huishoudelijk werk en verder inkopen nog niet optimaal werken

Deze antwoord-tendens is eenvoudig te ondervangen. Middels gerichte instructies op de aangewezen plaats in de enquête, kan het onvoldoende uitsplitsen voorkomen worden. Bijv. met de specifieke vervolgvraag. Heeft U direct aansluitend na het kopen van 'levensmiddelen' nog andere boodschappen gedaan?

Ook de antwoord-tendens van de 5 respondenten, die hun activiteiten op halve en hele uren afronden, kan middels gerichte instructie tijdens het interview voorkomen worden. Beide punten zijn in de nieuwe versie van het TBO-interview verbeterd.

Aantal gerapporteerde activiteiten

Een andere maat voor de kwaliteit van de verkregen gegevens is het aantal opgegeven activiteiten. Dit is synoniem aan het aantal maal dat de boomstructuur doorlopen wordt. Gemiddeld worden 19 activiteiten opgegeven. Maar dit gemiddelde zegt op zich weinig, wat in Tabel 2 te zien is aan de spreiding over de respondenten.

Over het algemeen zijn het de 'huisvrouwen' die boven de 20 opgegeven activiteiten zitten en de 'buitenshuis-werkenden' die onder de 20 zitten. We zien in Tabel 2 dat 97% van de respondenten meer dan 10 afzonderlijke

Tabel 2: Aantal activiteiten (min. = 9; max. = 37)

Aantal activiteiten	Frequentie	
	abs.	%
< 10	1	1
10-19	39	57
20-29	22	32
> 29	7	10
	<u>69</u>	<u>100</u>

activiteiten opgeeft, hetgeen vaak voldoende is voor de nodige nuance. Dit punt is ook geïllustreerd in Dagindeling 2.

Kleinste tijdsverschil per persoon

Bij elke activiteit wordt gevraagd tot hoe laat die activiteit gedaan is. De tijd wordt via een speciale tijd-responschaal digitaal genoteerd. Dit betekent dat het verschil tussen twee eindtijden gelijk is aan het aantal minuten dat de activiteit gedaan is. Het kleinste tijdsverschil per persoon is een maat voor de precisie van de rapportage door de respondent.

In de instructie wordt de respondenten gevraagd alléén activiteiten op te geven, die minstens 10 minuten geduurd hebben. Alleen bij vervoer wordt men 'gedwongen' de exacte vervoers-tijd op te geven, ook al is dat minder dan 10 minuten. Bij het in kaart brengen van het kleinste tijdsverschil, moet vervoer derhalve apart bekeken worden. Tabel 3 geeft een overzicht.

Voor iedere respondent is het kleinste tijdsverschil teruggezocht. Het bleek dat men doorgaans op veelvouden van 5 afgerond (ook bij vervoer). Daarom zijn als eenheid in Tabel 3 de veelvouden van 5 gebruikt.

Tabel 3: Kleinste tijdsverschil in minuten, voor vervoer apart weergegeven

Min.	a. Gewoon		Min.	b. Vervoer (indien vervoerd)	
	abs.	%		abs.	%
5	7	10	5	11	19
10	25	36	10	13	22
15	23	33	15	10	17
20	6	9	20	4	7
25	—	—	25	3	5
30	7	10	30	5	9
> 30	1	1	40	3	5
	<u>69</u>	<u>99</u>	60	5	9
			> 60	<u>4</u>	<u>7</u>
				58	100

Uiteraard kan men de 'kortste tijd per respondent' alleen qua frequentie van voorkomen interpreteren en niet inhoudelijk. Uit Tabel 3a kan men aflezen dat bij ongeveer 80% van de respondenten de kortst durende activiteit een

kwartier of minder duurde. Dit toont aan dat de meeste respondenten geneigd zijn tot zeer nauwkeurige opgave van de activiteiten, overeenkomstig de instructie.

De overigen hebben de neiging te grof te zijn met het afronden van de tijd; een enkeling daargelaten, die inderdaad uitsluitend langdurige activiteiten gedaan lijkt te hebben.

Zoals verwacht, ligt het bij de vervoers-tijden geheel anders. Een vijfde van de respondenten geeft korte verplaatsingen van 5 minuten op*. Het lijkt dus inderdaad zinvol om respondenten expliciet naar het aantal minuten te vragen dat het vervoer heeft geduurd. Zou men de korte verplaatsingen niet registreren, dan:

- zou het voor de respondent zelf moeilijker worden de dag te reconstrueren
- zou de respondent gemakkelijk tot grof afronden van de tijd verleid worden
- zou het voor de onderzoeker niet mogelijk zijn de dag-indeling exact te reconstrueren.

Mogelijkheden voor gebruik van de data

Normaal gebruik

Voorwaarde voor het in de inleiding gestelde gebruik van TBO-gegevens (aggregatie en informele economie) is een betrouwbare en preciese meting van de activiteiten door de tijd.

De data uit het elektronisch dagboek zijn zeer precies, en naar zich laat aanzien betrouwbaarder dan de data verkregen met de schriftelijke methode (o.a. vanwege de consistency-checks). Bovendien is het geschikt voor continu panelonderzoek, wat het mogelijk maakt om informatie te verkrijgen door de tijd.

Het zal duidelijk zijn dat de frequentie waarmee het dagboek wordt afgenomen de betrouwbaarheid van de gegevens zal versterken. Daarnaast is het zo, dat de variatie in de tijdsbesteding ook sterk van invloed is op de betrouwbaarheid van de metingen. Wanneer analyses over personen gewenst zijn, dan is een steekproef van 2000 personen ruim voldoende om betrouwbare geaggregeerde resultaten op te leveren. Zelfs voor 'weekcijfers' lijken deze geaggregeerde gegevens betrouwbaar genoeg.

* Ook blijken 11 respondenten zich helemaal niet vervoerd te hebben. Dit aantal komt ons wat hoog voor, waarvoor wij de oorzaak denken te moeten leggen in het feit dat 22 en 29 december meer dan anders 'vakantiedagen' waren, en geen normale 'werkdagen'.

Een ander voordeel van het verzamelen van gegevens door de tijd, is dat correctie voor seizoenen mogelijk wordt, waardoor de resultaten niet gebaseerd zijn op een peiling over één willekeurig gekozen week uit het jaar.

Ook kan men analyse doen op *individueel* nivo. Het aantal metingen door de tijd is dan ook van groot belang. Gezien het feit dat echter de variatie in de tijdbesteding over de verschillende dagen van de week en tijdens het weekend (die uiteraard van elkaar onderscheiden dienen te worden) nog niet bekend is, zal een serie onderzoeken gebruikt moeten worden om de individuele variatie in tijdbesteding te bepalen. Op basis hiervan is vast te stellen hoe vaak een afname moet plaatsvinden om ook betrouwbare gegevens per persoon op kwartaalbasis te verkrijgen.

Segmentatie

Een andere mogelijke toepassing is het segmenteren van homogene groepen van consumenten. In de literatuur en in onderzoek worden verschillende segmentatie-procedures onderscheiden. Meestal worden achtergrondvariabelen gebruikt. Van de Zwan (1968) onderscheidt grofweg vijf variabelen:

- (1) koopkracht
- (2) gezinsgrootte
- (3) leeftijd van het gezin
- (4) sociale beroepsgroep
- (5) urbanisatie-graad

Deze indeling werkt niet (meer) goed, omdat de groepen niet homogeen genoeg zijn. Recentelijk is door Lakatos en van Kralingen (1985) een indeling gesuggereerd, die het inkomen en de beschikbare vrije tijd centraal stelt:

- (1) consumenten met veel geld en veel tijd
- (2) consumenten met veel geld en weinig tijd
- (3) consumenten met weinig geld en veel tijd
- (4) consumenten met weinig tijd en weinig geld

Door Schep, Kuijlen en Saris (1986) werd de variabele 'gezins-fase' geïntroduceerd, die volgroeide en onvolgroeide gezinnen onderscheidt. Gezinsfase wordt dan gecombineerd met de hoogte van het inkomen, zodat men groepen onderscheidt als:

- (1) alleenstaanden met hoog/laag inkomen
- (2) gehuwden zonder kinderen met hoog/laag inkomen

- (3) onvolgroeide gezinnen met hoog/laag inkomen
- (4) volgroeide gezinnen met hoog/laag inkomen

Maar deze groepen bleven onvoldoende homogeen, met als gevolg dat men moet door-segmenteren, waardoor de groepen veel te klein worden.

Een nieuwe suggestie is nu: *segmentatie op basis van leefstijl aan de hand van TBO*. Mogelijkerwijs zijn de dan te onderscheiden groepen veel homogener.

Uit dit vooronderzoek met het elektronisch dagboek blijkt dat eenduidige leefpatronen van elkaar onderscheiden kunnen worden. Op basis van het gerapporteerde gedrag valt namelijk onmiddellijk op, dat de dagindelingen zeer verschillen en de daaraan gekoppelde interesses, media-blootstelling en koopedrag zullen dus ook sterk verschillen.

Bij een indeling van respondenten op basis van leefstijl moet een onderscheid gemaakt worden tussen activiteiten overdag en 's avonds. De volgende leefpatronen kunnen dan bijv. onderscheiden worden:

Overdag

1. Full-time buitenshuis werkend
2. Full-time in huishouding (+ verzorging kinderen)
3. Full-time in opleiding (scholieren e.d.)
4. Part-time werkend, en voor de overige tijd:
 - a) in huishouding
 - b) in opleiding
 - c) sociaal/maatschappelijk actief
 - d) hobby (doe-t-zelf, handwerk, tuin e.d.)
 - e) veel tijd over (lezen, wandelen, sociale contacten e.d.)
5. Geen werk: in huishouding en voor de overige tijd:
 - a) in opleiding
 - b) sociaal/maatschappelijk actief
 - c) hobby (doe-t-zelf, handwerk, tuin e.d.)
 - d) veel tijd over (lezen, wandelen, sociale contacten e.d.)

's Avonds

1. Thuis
 - a) media (tv, lezen e.d.)
 - b) sociale contacten
 - c) hobby (doe-t-zelf, handwerk, muziek e.d.)
 - d) in opleiding

2. Uit

- a) uitgaan (theater, muziek e.d.)
- b) sociale contacten (café, visite, disco e.d.)
- c) hobby (sport, muziek e.d.)
- d) in opleiding

Het zal duidelijk zijn, dat 'full-time buitenshuis werkenden', die 's avonds thuis voornamelijk van de media gebruik maken, hele andere interesses c.q. koopgedrag zullen hebben, dan 'part-time werkenden die de rest van hun tijd voornamelijk besteden aan sociale contacten en uitgaan'.

Het is van belang nog eens te benadrukken dat dit slechts een eerste voorstel voor een mogelijke indeling is. Men kan zich allerlei indelingen voorstellen. Zo zou men bijv. 's avonds de aard en de mate van het media-gebruik centraal kunnen stellen (vergelijk leesmomenten-onderzoek). Daarnaast lijkt het voor segmentatie zinvol dat het verschil tussen gedrag door de week en gedrag in het weekend wordt onderzocht.

Nieuw onderzoek

Omdat de individuele gegevens zeer precies zijn, zijn de mogelijkheden van het combineren van de tijdbestedingsdata met andere gegevens uit het panelonderzoek legio. Gecombineerd met het TBO, worden bij het Tele-interviewpanel de volgende gegevens verzameld voor ruim 2200 respondenten:

- achtergrondgegevens
- maandelijkse informatie over inkomsten en bestedingen
- media gebruik
- vakantie gedrag
- reclame bekendheid
- etc.

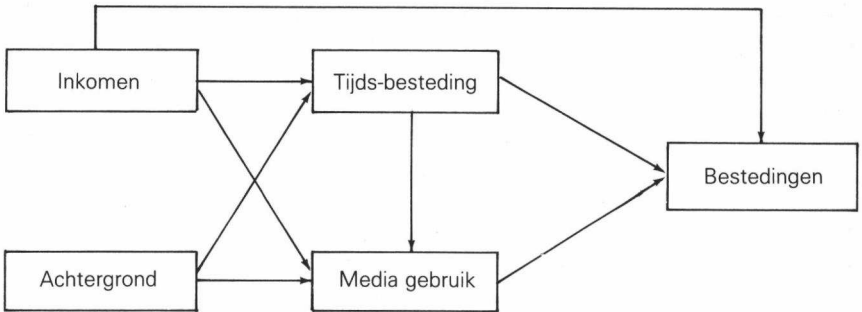
Een dergelijke combinatie van onderzoeks-gegevens biedt unieke analyse-mogelijkheden voor segmentatie op basis van levensstijl, gebaseerd op single source data, door de tijd geregistreerd.

Ter illustratie wordt in Figuur 3 een causaal model voorgesteld. Hierin wordt een link gelegd tussen media-blootstelling en koopgedrag voor groepen gebaseerd op leefstijl.

Dit (vereenvoudigde) model geeft aan welke data voor één respondent verzameld worden, en hoe deze gegevens onderling gerelateerd zijn.

Allereerst worden de consumptieve bestedingen beperkt door het beschikbare inkomen. Maar veel interessanter is dat kan worden nagegaan, in welke

Figuur 3: Causaal model ter meting/toetsing van effecten van reclame-blootstelling op koopgedrag in segmenten gebaseerd op leefstijl



mate de consumptieve bestedingen voor een bepaald product beïnvloed worden door zowel de leefstijl, als blootstelling aan reclame in een bepaald medium.

Dergelijke modellen kunnen helpen verklaren, waarom sommige mensen (zoals A. Dreesman) constateren dat het koopgedrag van consumenten ondoorgrondelijk is uitgaande van oude (verouderde) segmentering. Mogelijk biedt tijdsbesteding in combinatie met mediagebruik een verklaring.

Besluit

De kwaliteit van de data, verkrijgbaar met het elektronische dagboek, is goed d.w.z. over het algemeen (1) gedetailleerd (2) precies en (3) plausibel. Met een aantal extra instructies, condities en consistency-checks zijn de gedetailleerdheid en precisie van de data te maximaliseren.

Het elektronisch-dagboek is ontworpen voor panel-afname. Daarbij is steeds rekening gehouden met de maximum hoeveelheid informatie, die kan worden gevraagd zonder de respondenten te veel te belasten. Dit zou vooral gelden voor huisvrouwen met kinderen, die immers veel verschillende activiteiten moeten opgeven. Middels de in de computer ingebouwde tijd klok kan gekeken worden, hoeveel tijd het interview een ieder kostte. De gemiddelde invultijd blijkt 32 minuten, met uitschieters naar beneden (10 minuten) en naar boven (50 minuten). Dit gemiddelde is ongeveer het maximum wat men van respondenten mag vragen. Zou een enquête meer tijd vergen, dan zou de non-respons en/of de drop-out in het panel onaanvaardbaar kunnen stijgen.

Tenslotte nog een opmerking over de reactie van de respondenten op het elektronisch dagboek: deze waren zelden negatief. Respondenten vinden

het aardig om op deze wijze hun dag te reconstrueren, zeker als tegelijk gevraagd wordt hun beleving in een waarde-score uit te drukken (zie eerder). Deze waardering wordt telkens gevraagd, omdat het voor een aantal activiteiten zinvol zou zijn om te weten of de mensen aan deze activiteiten enig plezier beleven (leefsituatie-onderzoek). Naast het feit dat de respondenten dit leuk vinden om te doen, kunnen deze waarderings-cijfers een mogelijke verklaring bieden voor eventuele verschuivingen in de tijdsbesteding. Ook dit aspect bestond nauwelijks in eerder onderzoek.

Naast de objectieve kwaliteit en de subjectieve waardering van deze vorm van onderzoek, hebben we proberen aan te geven dat leefstijl-gegevens nieuwe mogelijkheden bieden voor segmentatie van consumenten. Of deze verwachtingen bewaarheid worden zal via grootschalig panelonderzoek nader bestudeerd moeten worden.

LITERATUUR

- Kalfs N. (1986), Het construeren van meetinstrumenten voor quasi-collectieve voorzieningen en huishoudelijke productie. Research Memorandum 111786, SSO, Amsterdam.
- Kalfs N., Verweij M., van Doorn L. en Saris W.E. (1986), Vragenlijsten betreffende tijdsbesteding. Research Memorandum 90486, SSO, Amsterdam.
- Knulst W. en Schoonderwoerd L. (1983), Waar blijft de tijd; onderzoek naar de tijdsbesteding van Nederlanders. Sociale en Culturele Studies 4, Sociaal Cultureel Planbureau, Staatsuitgeverij, Den Haag.
- Lakatos P.A.M. en Van Kralingen R.M. (1985), Naar 1990, een kwestie van tijd en geld. Elsevier, Amsterdam/Brussel.
- Saris W.E. en de Pijper W.M. (1986), Computer assisted interviewing using home computers. In: European Research, vol. 14. num. 3. European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR). Elsevier, Amsterdam.
- Schep G.J., Kuijlen T. en Saris W.E. (1986), Het opsporen van homogene consumenten groepen. Research Memorandum 290586, SSO, Amsterdam.
- Van de Zwan A. (1968), Een analyse van het bezit van duurzame consumptiegoederen op grond van gezins-enquetes. Academisch proefschrift. Universitaire Pers Rotterdam.

ABSTRACT, Verweij, Kalfs, Saris & de Pijper: 'Time budget research by means of Tele-interviewing and the possibilities for segmentation', *Masscommunicatie*, 4, 1987, p. 353-369

In time budget research, the time used for daily activities is registered in order to gain insight in people's activities. By comparing several points in time, one can study developments through time.

Traditionally, time budget research is done by means of a paper-and-pencil diary procedure. In this article, a computerized diary procedure (electronic diary) is presented, together with some results of a small scale test of this procedure.

The electronic diary is very userfriendly and efficient, and provides data that are more detailed and of a higher quality than data gathered by paper-and-pencil methods. The electronic diary is designed for continuous panel research. Combining single source time budget data with data concerning income and expenses, opens the possibility to segmentate homogeneous groups of consumers, based on life style instead of demographics.

Boekbesprekingen

Paul Stoop, NIEDERLÄNDISCHE PRESSE UNTER DRUCK. DEUTSCHE AUSWÄRTIGE PRESSEPOLITIK UND DIE NIEDERLANDE 1933 - 1940, (K.G. Saur) München etc. 1987, ISBN 3-598-20547-3 (proefschrift UvA).

Bij de uitbarsting van een internationaal conflict in wapengekletter gaat journalistenbloed sneller stromen. En de krantenuitgever wrijft zich in de handen: de oplage stijgt. Dat gold zeker toen de krant nog de belangrijkste nieuwsleverancier was die de gretige lezers bediende met verslagen uit de brandhaarden, vurige commentaren en opinies. In de aanloop tot de tweede wereldoorlog en zeker na de Duitse overval op Polen zien we – uitzonderingen daargelaten – in de Nederlandse pers een heel ander beeld: kalme, ingetogen berichtgeving en milde commentaren. Resultaat van een sluipend proces waarin de pers zichzelf aan banden had gelegd.

Tegen de achtergrond van Nederlands wankel neutraliteit en gezien de belangrijke handelsbetrekkingen met de oosterburen, boog de regering voor de voortdurende en steeds agressievere politieke druk van Duitse zijde. Zachte vingerwijzingen van Den Haag waren voldoende om de perswereld ervan te overtuigen dat het landsbelang ook een neutrale houding van de pers eiste. Het kwam er op aan de gevoelige Duitsers niet onnodig te irriteren met bijvoorbeeld spotprenten van de 'Führer'. Persvrijheid werd zo ondergeschikt gemaakt aan het primaat van de buitenlandse politiek.

Geleidelijk gaven de Duitsers aan waar in nieuws en commentaar de grenzen lagen. Niet de vindingrijkheid van de Duitse druk, maar de voortdurende zorg in Den Haag politieke en economische betrekkingen met Duitsland niet te verstoren, zorgden uiteindelijk voor die zelfbeperking. Het effect van die houding werd flink overschat; mei '40 maakte een einde aan de illusies afzij-

dig te kunnen blijven. Nimmer was er in die jaren trouwens een open debat gevoerd over het proces van aanpassing. Het kabinet had de Duitse interventies nooit openlijk gekritiseerd en de pers wilde voor de regering op dit punt niet te lastig zijn. Zo kon in de eerste fase van de Duitse bezetting de pers nog blijven geloven binnen bepaalde marges onafhankelijk te kunnen blijven.

Het proefschrift van Paul Stoop, *Niederländische Presse unter Druck*, geeft tegen de achtergrond van de precare internationale positie van Nederland een beeld van de omstandigheden waarin de pers in de jaren dertig moest functioneren. Hoe reageerden journalisten, ondernemers en bewindslieden op de toenemende Duitse pressie in de periode 1933 - 1940? Het nationalistische regime was er op gebrand anti-Duitse geluiden uit kranten te weren, maar trachtte ook met de nodige 'smeermiddelen' positieve berichten over de jonge staat te slijten. Waar bestond die Duitse druk uit? Stoop onderscheidt de indirecte pressie op de Nederlandse regering om die te bewegen de pers tot de orde te roepen, daarnaast zocht men direct contact. Ze haalden journalisten over om pro-Duits te schrijven, ze leurdten met 'positieve' berichten, dreigden met boycotts van Duitse advertenties en bewerkten Nederlandse correspondenten in Berlijn. Stoop constateert al ver voor 1933 beïnvloeding van de publieke opinie vanuit Duitsland. Met de eerste wereldoorlog nam de propaganda sterk toe. Het *Auswärtige Amt* deelde steekpenningen uit, zo werd het blaadje *De ware Jacob* (sic) omgekocht en stond redacteur Wessel voor 300 gulden per

maand op de loonlijst van het gezantschap in Den Haag. Niet alleen randfiguren maar bijvoorbeeld ook de eigenaren van *De Nieuwe Courant*, *De Tijd* en de *Nieuwe Rotterdamsche Courant* (NRC) kregen flinke bedragen om ze gunstig te stemmen voor de Duitse zaak. Ook trachtten particuliere groepen via handelsrelaties een betrouwbaar beeld van het land te verspreiden, als tegenwicht tegen de Franse propaganda na Versailles.

Na de *Machtübernahme* in '33 intensiverde het bewerken van de (buitenlandse) publieke opinie. Goebbels *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda* ging zich bemoeien met het werk van het *Auswärtige Amt*. Dat werd een competentiestrijd, maar uiteindelijk bleef men via de stille diplomatieke kanalen druk uitoefenen op de betreffende regeringen. De traditionele diplomatie had wel enige moeite zich aan de schreeuwerige nieuwe tijd aan te passen, maar volgde loyaal. Ook de in Den Haag vrouwen wekkende Duitse gezant graaf Von Burkersroda bleek in staat de nieuwe boodschap te brengen; zijn staf bestond al snel uit overtuigde nationaal-socialisten.

Gewoonlijk verliep de actie als volgt: Zech stapte naar het ministerie van Buitenlandse Zaken en deed zijn beklag over een bepaald artikel of cartoon. De minister luisterde serieus, wees op de persvrijheid en op de mogelijkheid tot juridische stappen. Het kwam soms inderdaad tot rechtszaken betreffende belediging van een bevriend staatshoofd, bijvoorbeeld tegen de socialistische hoofdredacteur Ankersmit. In 1937 volgde na beroep vrijpraak. De beleefde bezoeken van Zech steken schril af tegen de afrekening met de oppositie in de 'Heimat'. Nadat Hitler in een rede in 1938 fel had uitgehaald naar de hetze van de buitenlandse pers tegen Duitsland, kregen alle diplomaten opdracht krachtiger te protesteren. Zech liep nu de deur van Buitenlandse Zaken plat. Hij nam ook

het initiatief tot een aanval in de partijkrant de *Völkischer Beobachter* op Nederlandse socialistische bladen.

Nieuw in de kritieken was dat men stelde dat negatieve berichten de neutraliteit en de economische betrekkingen in gevaar konden brengen. Den Haag werd gevoeliger voor klachten. Eind 1938 sprak Zech met Colijn, die beloofde tot matiging te zullen openen. En inderdaad volgde in december een vertrouwelijk gesprek van hem met veertien hoofdredacteuren, waarbij Colijn vroeg of het wat voorzichtiger kon. Ook de Regeeringspersdienst benaderde in die zin de pers. Nog kramachtiger werd gereageerd toen de oorlogsdreiging echt dichtbij kwam: een verbod op frontnieuws in de bioscopen. Uiteindelijk toonde het gezantschap zich tevreden, zo blijkt uit de rapportage naar Berlijn. De pers bleef 'innerlich ablehnend', maar was wel minder hetzeachtig, kalmer geworden. De rode bladen bleven 'deutschfeindlich' en ook met de grote katholieke kranten had men moeite. Overal zag men joodse 'elementen' in sleutelposities en vooral de houding van wat werd genoemd de 'joods-liberale' NRC en het *Algemeen Handelsblad* baarde zorgen. Stoop destilleerde uit de archieven ten aanzien van het NRC een succesvolle directe Duitse actie. Samen met het opportunisme van directeur H. Nijgh leidde dit tot het ontslag van de befaamde journalist dr. Marcus van Blankenstein. Van Blankenstein was een bereisd en belezen man, die tot in de hoogste kringen internationale relaties had. Van 1909 tot 1920 was hij voor NRC correspondent in Berlijn, daarna reizend correspondent en vanaf '31 schreef hij het bekende buitenlandoverzicht 'De Toestand'. Voor de Duitsers was hij een doorn in het oog vanwege zijn consequente kritiek op het nationaal-socialisme. En door zijn joodse afkomst gold hij voor hen als het voorbeeld van een 'internationale Pres-sejude'.

In 1934 begon de Duitse consul in Rotterdam zijn aanval op *NRC*. Er werd bedreigd met een boycot van Duitse – toeristische – advertenties en al snel was Van Blankenstein het mikpunt. Nijgh bezocht de consul en Zech en zegde toe Van Blankenstein wat te zullen intomen, van ontslag wilde hij niet weten. De Duitsers eisten meer. De consul bewerkte vertegenwoordigers uit het Rotterdamse bedrijfsleven. Die toonden daarop aan Nijgh hun bezorgdheid over de gevolgen van de toonzetting van de krant voor de handel in de stad. Een intern conflict, met de nodige intriges omgeven, leidde in november 1936 tot Van Blankensteins ontslag. *NRC* ontkende destijds heftig het gerucht van Duitse beïnvloeding. Die mening, ook later nog in de literatuur te vinden, moet worden gecorrigeerd want Stoop kon met archiefstukken de aanwezigheid van Duitse druk bevestigen.

De studie van Stoop biedt een goed inzicht in het functioneren van de Nederlandse pers in de jaren dertig en is een belangrijk hulpmiddel voor de toekomstige onderzoeker. Het archiefonderzoek over de grens biedt daarbij verrassende perspectieven. Stoop raadpleegde uitgebreide Oost- en Westduitse collecties o.a. van het *Auswärtige Amt*, van de NSDAP en van Goebbels ministerie. Hoewel het nodige materiaal verdwenen is, krijgen we een goed beeld van het verrijnde mechanisme van beïnvloeding en de Nederlandse reacties van de pers en van de overheid. Daarnaast maakt Stoop een vergelijking met de situatie in andere neutrale staten, Zweden en Zwitserland. Propaganda en beïnvloeding

waren voor de nazi's belangrijk, men kan zich afvragen of bijvoorbeeld de Fransen en Engelsen in die tijd soortgelijke druk op neutrale staten hebben uitgeoefend. Zeker is dat het spel van stille, indirecte beïnvloeding meer effect had dan schreeuwerige propaganda. Dat doorzagen ook de Duitsers, die het handjevol Nederlandse meelopers nauwelijks waardevol achtten voor 'de zaak'. De actie tegen Van Blankenstein is het belangrijkste wapenfeit van de directe intimidatie van de pers.

Begrijpelijk is dat Stoop zich richt op de grote, landelijke bladen. Deze kregen immers ook van de Duitsers de meeste aandacht. Werden de regionale bladen, vooral aan de oostgrens, vergeten? Ook de tijdschriftensector viel kennelijk nauwelijks op; Stoop geeft incidenteel actie en reactie rond *Haagse Post* en *De Groene Amsterdammer*. Radio werd helemaal vergeten, terwijl dit populaire medium toch in '39 door het zenuwachtige kabinet met strakke censuur werd getroffen. Kennelijk geven de archieven over deze sectoren geen opzienbare nieuws. Er blijft ruimte voor verder onderzoek.

We leven nu met redactiestatuten en geloven in het bestaan van een zekere beroepsethiek voor de journalistiek, dan sta je vreemd te kijken van directies en journalisten die zich lieten omkopen. Stoop levert een fraai portret van de journalistieke cultuur in die vooroorlogse jaren. Het werk kwam in een Duitse serie terecht, maar heeft zeker ook een Nederlandse uitgave verdiend.

Jan L.M. Brauer,
Katholieke Universiteit Nijmegen

J. de Jong-Gierveld en J. van der Zouwen, DE VRAGENLIJST IN HET SOCIAAL ONDERZOEK; EEN CONFRONTATIE VAN ONDERZOEKSPRAKTIJK EN -METHODIEK. Van Loghum Slaterus, 1987, 216 pagina's.

Deze onder redactie van De Jong-Gierveld en Van der Zouwen geschreven

bundel, behandelt ontwikkelingen en methodische aspecten van de toepas-

sing van vragenlijsten in het hedendaags sociaal-wetenschappelijk onderzoek. Bijdragen van auteurs – waaronder diversen van naam – worden samengebracht in een viertal clusters; het steekproefkader, het meetinstrument, de interviewer en de respondent.

Een inleidend hoofdstuk demonstreert de indrukwekkende opmars van de vragenlijst als dataverzamelinstrument. Ook geniet de vragenlijst blijkens inventarisaties veel belangstelling van methodologen en methodisch geïnteresseerde onderzoekers. Een geleidelijk toenemend probleem van de nonresponse schrijven de beide redacteuren toe aan een gewijzigde privacy-opvatting, toename in mobiliteit van de bevolking en enquêtedruk. Zij signaleren mede als gevolg hiervan een hernieuwde belangstelling bij onderzoekers en methodologen voor de postenquête en het telefonische interview.

Vervolgens een tweetal hoofdstukken met aandacht voor kaderfouten bij steekproeftrekking. Dit probleem krijgt terecht aandacht, aangezien vragenlijsten veelal worden toegepast binnen een survey-opzet. Vermeld wordt de procesgang van doelpopulatie naar steekproefkader, en in deze context de problematiek van over- en onderdekking en van trefkansen. Voorts in deze hoofdstukken een kort overzicht van nieuwe technologische en methodische ontwikkelingen rond vragenlijsten, zoals de computergestuurde telefonische enquête (CATI), computer aided personal interviewing (CAPI), toepassing van PC's door enqueteurs en software voor computergestuurde vragenlijsten (BLAISE). Daarnaast een beschrijving van het voor de communicatiewetenschap interessante zogenoemde SUMMO-SCANNER. Een dergelijks nieuwe cluster van 125 personen van 15 jaar en ouder wordt met behulp van het CATI-systeem gevraagd naar lees- en kijkgedrag. Hierbij

wordt toegepast de Random-Digit-Dialing-procedure (RDD), waarbij de computer zelf willekeurige telefoonnummers aanmaakt, die vervolgens (desnoods bij herhaling op een steeds wisselend tijdstip), worden gebeld. Voordelen zijn onder meer omzeiling van het probleem van geheime nummers en verhoogde trefkans.

Drie hoofdstukken behandelen daarna de vragenlijst als meetinstrument vanuit de centrale idee van een problematische verhouding tussen het meten van subjectieve categorieën bij respondenten enerzijds en processen van conceptualisering en theorievorming bij de onderzoeker anderzijds. Aan de orde komen onder meer het Rasch-model en Guttman's facet-theorie als conceptualisering van een empirisch domein.

Het derde cluster van hoofdstukken toont enkele aspecten van een face-to-face toepassing van vragenlijsten. Vooral aandacht krijgt het bekende dilemma tussen betrouwbaarheid en geldigheid ook wel aangeduid als de double-bind situatie van de interviewer. In dit kader ook informatie over factoren die de kans op het stellen van suggestieve vragen beïnvloeden.

Tenslotte worden in een vierde cluster van bijdragen de respondent en diens response-functies centraal gesteld. Naar voren komt onder meer de response-error als afhankelijk van achtergrondkenmerken van respondenten. Ook de vergelijkbaarheid van antwoorden op items uit vragenlijsten krijgt aandacht. In een slothoofdstuk laten de beide redacteuren zien hoe de geldigheidsproblematiek als een rode draad door de diverse hoofdstukken heenloopt. Ook geven zij enkele suggesties voor toekomstig methodologisch onderzoek naar de geldigheid van vragenlijsten als dataverzamelinstrument in het sociaal-wetenschappelijk onderzoek.

Overzien we het geheel dan ontstaat

het volgende beeld. In het algemeen kan worden gesproken van een helder en toegankelijk taalgebruik. De inhoud is van gevorderd niveau, hoewel de hoeveelheid veronderstelde voorkennis nogal varieert per hoofdstuk. Zo is het de vraag of de hoofdstukken van Komter en Van Dijkstra over de rol van de interviewer, door hun elementaire niveau de gevorderde lezer zullen aanspreken. Anderzijds is het artikel van Roskam over methodische aspecten van de vragenlijst, zonder behoorlijke kennis van auteurs als Coombs, Guttman en Foa, nauwelijks leesbaar. Voor diverse andere hoofdstukken is kennis op inleidend niveau van de problematiek van betrouwbaarheid en geldigheid, van regressie- en van schaalanalyse, geen overbodige luxe.

Positief te waarderen valt het overzicht dat de lezer krijgt over nieuwe technologische en methodische ontwikkelingen in de toepassing van vragenlijsten. Zo verdienen de auteurs bijval waar zij van het computergestuurde (telefonisch) interview en van de Random-Digit-Dialing-procedure positieve resultaten verwachten in termen van snelheid, efficiency en het probleem van de nonresponse. Ook de relatie die in deel drie wordt gelegd tussen de constructie van vragenlijsten en processen van conceptualisering en theorievorming, zal aansluiten bij de belangstelling van menig methodisch georiënteerd wetenschappelijk onderzoeker.

De praktische gebruikswaarde van de bundel had aanzienlijk hoger kunnen zijn, als meer was ingegaan op de praktische problemen die zijn verbonden aan nieuwe technologische ontwikkelingen. In de voorliggende uitgave

wordt nagenoeg volstaan met vermelding van de nadelen en vooral ook de voordelen van de technologische vernieuwingen. Ook informatie over mogelijkheden van stratifikatie en correctiefactoren in verband met het probleem van nonresponse in het deel over steekproefkaders, zou de bruikbaarheid ten goede zijn gekomen.

Hinderlijk in dit boek is de losse manier van labelling van de diverse bijdragen. Zo gaat deel I over steekproefkaders voor een groot deel over nieuwe technologische ontwikkelingen rond de vragenlijst als meetinstrument, terwijl het hoofdstuk van Komter over het double-bind probleem overwegend algemene geldigheidsproblemen behandelt en resultaten bevat van een door de auteur uitgevoerd onderzoek naar machtsrelaties in het huwelijk. Het verband met het double-bind probleem is in grote delen van deze bijdrage niet meer dan zijdelings. Ook het artikel van De Jong-Gierveld en Van Tilburg bevat relatief meer informatie over onderzoek naar eenzaamheid en over de problematiek van meetschalen in het algemeen, dan dat het specifiek gaat om vragenlijsten als meetinstrument. De lezer wordt hierdoor nogal eens op het verkeerde been gezet.

De eindconclusie is dat het boek interessante passages bevat voor onderzoekers met een methodologische belangstelling, veeleer dan voor de meer pragmatisch ingestelde lezer. In zoverre strekt de kritiek op de labelling van de diverse delen en hoofdstukken zich ook uit over de ondertitel die aan deze bundel werd meegegeven.

Piet Verschuren
Katholieke Universiteit Nijmegen

F. Wester, STRATEGIEËN VOOR KWALITATIEF ONDERZOEK, Coutinho, Muiderberg, 1987. ISBN 90-6283-699-2.

Het is te verwachten dat, nu steeds meer gegevensbestanden aan elkaar

gekoppeld kunnen worden en kwantitatief onderzoek steeds makkelijker en

sneller uitgevoerd worden, het belang van kwalitatief onderzoek steeds meer toe zal nemen. Over kwalitatief onderzoek wordt binnen de communicatiewetenschap niet zo veel gepubliceerd. Kwalitatief onderzoek op het gebied van communicatiewetenschap is in Nederland slechts sporadisch verricht. Goede handboeken, in de nederlandse taal, waren tot voor kort niet aanwezig. Met dit boek van Fred Wester, deels een bewerking van zijn proefschrift, is daar echter verandering in gekomen.

Wester behandelt allereerst de vraag wat kwalitatief onderzoek is. Daarbij gaat hij in op de tegenstelling kwantitatief-kwalitatief respectievelijk vanuit het perspectief van dataproductie en dataverzameling. In het eerste hoofdstuk komen tevens de verschillende stromingen op het gebied van kwalitatief onderzoek aan bod: Symbolisch Interactionisme, Fenomenologie en Ethno-methodologie. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een nadere omschrijving van het kwalitatieve in kwalitatief onderzoek.

In hoofdstuk 2 staat Wester uitgebreider stil bij het Symbolisch Interactionisme, kernbegrippen daarvan zoals 'sensitizing concepts', 'theoretical sampling', 'triangulatie' en de te hanteren onderzoeksprocedures (onderzoeksozet, gegevensverzameling, analyse en controle op geldigheid en betrouwbaarheid). Het tweede hoofdstuk wordt afgesloten met een behandeling van overeenkomsten en verschillen tussen de drie kwalitatieve benaderingen, die in het eerste hoofdstuk zijn geïntroduceerd. Het is jammer dat Wester's primaire ingang die van het Symbolisch Interactionisme is. De vergelijking met de andere kwalitatieve benaderingen blijft daardoor, maar ook door het te vaak ontbreken van voorbeelden, in de lucht hangen. De lezer blijft met teveel vragen zitten.

In hoofdstuk drie staat de gefundeerde theoriebenadering als onderzoeksstrategie centraal. De verschillende fasen die binnen deze benadering zijn te onderscheiden, namelijk exploratie, specificatie, reductie en integratie, worden behandeld in samenhang met de ontwikkeling van 'sensitizing concepts', via substantieve, theoretische en kernbegrippen naar inhoudelijke begrippen. Ook hier werkt het ontbreken van voorbeelden of een voorbeeld-onderzoek averechts. Juist voorbeelden hadden inzicht kunnen geven in het punt van verzadiging en dus wanneer er sprake is van een sensitizing concept en van een substantieve begrip. De tekst blijft nu steken in abstracties. Tevens irriteert het dat uit de tekst de suggestie spreekt dat de onderzoeker als een *tabula rasa* aan het onderzoek begint. Pas aan het eind van het voorlaatste hoofdstuk wordt dit gegeven gerelativeerd, mijn inziens wel erg laat.

In hoofdstuk vier worden het monster-trekken en de waarnemingsmethoden behandeld. Opvallend is de suggestie bij het trekken van monsters dat het hier vooral om eenheden (personen of (sub-)groepen) gaat, terwijl het ook om gebeurtenissen, settings, processen e.d. kan gaan. Wat betreft de waarnemingstechnieken, interviewen, participerende observatie, inhoudsanalyse en levensgeschiedenissen en case-studies, is de behandeling van de inhoudsanalyse teleurstellend. Het lijkt alsof de ontwikkelingen op het gebied van tekst (en beeld-) analyse volledig aan Wester voorbij zijn gegaan. De ontwikkelingen op dit gebied in de communicatiewetenschap de laatste decennia worden genegeerd en gezien de tekst is er eerder sprake van een terugval naar de tijd van Kracauer en George. Wester behandelt in hoofdstuk vijf de verschillende methoden, procedures om gegevens te ordenen en te verwerken evenals de daarbij behorende hulpmiddelen. In het laatste

hoofdstuk komen kwaliteitsvragen aan bod. Het tweede deel van het boek: de hoofdstukken vier tot en met zes zijn zeer concreet en bevatten legio aanbevelingen en concrete suggesties.

Het boek van Wester is zeer aanbevelenswaardig, het zou echter aan kracht winnen indien meer voorbeelden waren gehanteerd. Daarnaast heb je als lezer steeds weer de ervaring dat ver-

wachtingen net iets te laat worden ingelost. Zo roept bijvoorbeeld de behandeling van de verschillende kwalitatieve benaderingen in het eerste hoofdstuk een groot aantal vragen op, die niet direkt, maar pas in het volgende hoofdstuk (en dan nog te summier) worden beantwoord.

Harry Bouwman,
Universiteit van Amsterdam

A. Dorr, TELEVISION AND CHILDREN. A SPECIAL MEDIUM FOR A SPECIAL AUDIENCE. Sage publications, Beverly Hills, London, New Delhi, 1986, 160 pag., ISBN 0-8039-2568-9.

De auteur van dit boekje is geen onbekende op het terrein van kind en televisie. Van haar hand zijn tot nu toe meer dan 40 publicaties verschenen. In haar nieuwste publicatie tracht zij een overzicht te geven van de rol die de televisie in de ontwikkeling van kinderen speelt.

In hoofdstuk 1 wordt de idee die aan het boekje ten grondslag ligt en ook tot uitdrukking wordt gebracht in de ondertitel ("A special medium for a special audience") nader uiteengezet. De stelling is dat zowel de kenmerken van de televisie als van de jeugdige kijker de interactie tussen kind en televisie tot een apart onderwerp van studie maken. De auteur betoogt dat de televisie een bijzonder medium is omdat zij in het dagelijks leven van kinderen alom vertegenwoordigd is, realistische inhouden bevat en een eigen werkelijkheid construeert. Op hun beurt vormen kinderen een bijzonder publiek omdat zij nog een gebrekkige kennis van de wereld hebben en hun cognitief vermogen nog onderontwikkeld is. Daardoor interpreteren kinderen de beelden die op het televisiescherm te zien zijn anders dan volwassenen en zijn zij vaak niet in staat het vertoonde op z'n juiste merites te beoordelen. Daarnaast zijn kinderen leergierig en daar-

door extra ontvankelijk voor de invloed van televisie.

In hoofdstuk 2 en 3 staat de activiteit van de kijker centraal. Hoofdstuk 2 bevat een heldere analyse van de informatieverwerkende, interpretatieve en evaluatieve taken die in het geding zijn om de veelheid aan auditieve en visuele signalen via de televisie om te vormen tot betekenisvolle informatie. Hoe het één en ander in z'n werk gaat wordt geïllustreerd aan de hand van duidelijke voorbeelden. Hoofdstuk 3 gaat in op de factoren die het kinderlijke begrip van het vertoonde medebepalen. Met name aan de factor leeftijd, waarover het meest bekend is, wordt aandacht besteed. Benadrukt wordt dat het begrip, de interpretatie en evaluatie van televisie-inhouden sterk afhangt van het cognitieve ontwikkelingsstadium waarin het kind verkeert.

Beide hoofdstukken ondergraven de vaak geponeerde stelling dat televisiekijken slechts passief vermaak is. Televisiekijken vereist wel degelijk activiteiten van de kijker en stelt kinderen voor de opgave te begrijpen wat ze zien. Overigens gaat deze opgave de pet van kinderen vaak te boven en wordt een programma verkeerd of onvoldoende begrepen. In dit verband pleit Dorr er terecht voor dat bij het

maken van programma's speciaal voor kinderen terdege rekening wordt gehouden met de kennis en vaardigheden waarover kinderen beschikken.

In hoofdstuk 4 tot en met 6 komen de effecten van televisie kijken aan de orde. De effecten zijn inzichtelijk gerangschikt naar de soort rol die de televisie in het leven van kinderen speelt. In het tot nu toe uitgevoerde onderzoek is de meeste aandacht uitgegaan naar de rol van de televisie als informatieverstrekker. Deze rol komt in hoofdstuk 4 en 5 aan de orde. Gesteld wordt dat de informatie die via de televisie wordt aangeleverd wel degelijk de kennis, attitudes en gedragingen van kinderen kan beïnvloeden. Deze stelling wordt met name geïllustreerd aan het onderzoek naar de effecten van TV-geweld op kinderen. Maar, zo betoogt Dorr, de effecten worden niet zonder meer gesorteerd. Of, en zo ja in hoeverre deze effecten optreden is afhankelijk van de inhoud en vormgeving van programma's, de kijkvaardigheid van de kijker en de leefomgeving van het kind. Theoretische verklaringen dienen de werking van deze variabelen in het beïnvloedingsproces in ogenschouw te nemen.

In hoofdstuk 6 wordt van optiek gewisseld en wordt de invloed van televisie bezien vanuit drie andere rollen die de televisie in het leven van kinderen speelt. Achtereenvolgens wordt televisie kijken beschouwd als een activiteit die tijd kost, als een sociale gebeurtenis en als een informatieverwerkingsstaak. In de eerste plaats wordt duidelijk gemaakt dat televisie kijken tijd kost en derhalve invloed heeft op het activiteitenpatroon van het kind. Niet alleen doordat televisie kijken activiteiten verdringt, maar ook doordat activiteiten gecombineerd worden met televisie kijken; bijvoorbeeld televisie kijken tijdens het eten of huiswerk maken binnen het bereik van de televisie. Daarnaast beïnvloedt televisie de sociale interactie. Televisie-programma's

bieden vaak stof tot gesprek, zowel binnen als buiten het gezin. Maar ook is mogelijk dat de sociale interactie binnen een gezin ten gevolge van de televisie afneemt. En tenslotte kan televisie kijken, opgevat als een informatieverwerkingsstaak, invloed hebben op het cognitief functioneren van het kind. Bijvoorbeeld worden bepaalde cognitieve vaardigheden door televisie kijken gestimuleerd of juist niet.

In deze drie hoofdstukken wordt de lezer geen uitputtend en gedetailleerd overzicht geboden van het onderzoek naar de effecten van de televisie op kinderen. Maar dat is ook niet de bedoeling van de auteur. Wel biedt de bespreking van de invloed van televisie vanuit de verschillende rollen die de televisie in het leven van kinderen speelt, een genuanceerd inzicht in de betekenis van dit medium voor de ontwikkeling van kinderen.

Het laatste hoofdstuk van het boek heeft een sterk educatief karakter. Nagegaan wordt wat volwassenen kunnen doen om de invloed van de televisie op kinderen in de gewenste richting te modificeren. Ouders kunnen door opmerkingen vooraf aan, tijdens en na afloop van een programma het effect van het vertoonde beïnvloeden. Ook zijn ouders bij uitstek degenen die het kijkgedrag van het kind kunnen reguleren, waarbij de wijze waarop ouders zelf met de televisie omgaan een belangrijke rol speelt. Daarnaast kan de school een duit in het zakje doen, en kinderen via lesinitiatieven vormen tot kritische kijkers. Daartoe zijn in de Verenigde Staten reeds verschillende curricula, waaronder een curriculum van de auteur zelf, ontwikkeld. Het onderzoek naar de effecten van deze curricula staat, zoals Dorr opmerkt, nog in de kinderschoenen. Het hoofdstuk wordt besloten met een korte uiteenzetting over de (publieke) invloeden op de inhoud van programma's en de regels waaraan zendgemachtigden zich te houden hebben.

Samenvattend kan worden gesteld dat dit boekje zeer de moeite van het lezen waard is. De auteur overtuigt de lezer van de betekenis die de televisie voor de ontwikkeling van het kind heeft, waarbij zowel aan de kenmerken van de kijker als aan het medium zelf recht wordt gedaan. Daarnaast worden ook de mogelijkheden die de opvoeder ter beschikking staan om de effecten van de televisie in de gewenste richting te modificeren, besproken. Het boekje is evenwel moeilijk te lezen voor degenen die niet of nauwelijks ingewijd zijn

in de literatuur op onderhavig terrein. Op vele plaatsen wordt de strekking van theorieën en studies slechts in enkele zinnen duidelijk gemaakt en is voor een goed begrip meer kennis noodzakelijk. Het boekje is daardoor als "inleiding" ongeschikt. Maar degenen die op het terrein van de kinderen en televisie het nodige gelezen hebben, kunnen zeker hun voordeel met dit boekje doen.

Marcel W. Vooijs,
Rijksuniversiteit Leiden

Gegevens over de auteurs

Drs. A.M. Buijsse is onlangs afgestudeerd in de communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit van Nijmegen.

Mevr. Drs. N. Kalfs is projectleider bij het NIPO te Amsterdam.

Drs. P. Nelissen is wetenschappelijk medewerker bij de vakgroep communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen.

Drs. W.M. de Pijper is als universitair docent en programmeur verbonden aan de Vrije Universiteit te Amsterdam.

Prof. Dr. K. Renckstorf is hoogleraar communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit Nijmegen.

Dr. G. van der Rijt is wetenschappelijk medewerker bij de vakgroep communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen.

Prof. Dr. Saris is hoogleraar Methoden en Technieken aan de Universiteit van Amsterdam.

Drs. J. Verbeek is als voorlichter verbonden aan Veilig Verkeer Nederland.

Drs. M.J. Verweij is als wetenschappelijk onderzoeker verbonden aan de Stichting voor Sociometrisch Onderzoek te Amsterdam.

Dr. J. Wieten is wetenschappelijk medewerker bij de vakgroep communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam.

Dr. C.M.J. van Woerkum is verbonden aan de vakgroep Voorlichtingskunde van Landbouwniversiteit te Wageningen.

Mededeling

SOMMATIE 88: 13, 14 en 15 april 1988.

PLENAIRE LEZINGEN

SOMMATIE 88 zal het tiende congres van de Stichting Onderzoek Massacommunicatie (*SOM*) in een reeks zijn, en zal een internationaal karakter hebben. Het werkhema luidt "De toekomst in de achteruitkijkspiegel". In het kader van dit thema zijn vooraanstaande wetenschappers opnieuw uitgenodigd om een terugblik te doen op de ontwikkelingen van de laatste 10-15 jaar en met name op de vraag of zij er vandaag nog zo over denken als toen (op een na hebben allen eerder als spreker op een der Sommaties opgetreden). Wat zijn de lessen voor de toekomst die uit de terugblik te halen zijn?

PARALLELSESSIES

Zoals de laatste jaren gebruikelijk is, zal ook voor *SOMMATIE 1988* gelden dat deelnemers aan dat congres in de gelegenheid worden gesteld om tijdens parallelsessies onderzoek op het gebied van massacommunicatie te presenteren en ter discussie te stellen.

Tot nu toe was het de gewoonte dat onderwerpen die werden ingediend voor die parallelsessies, aan het thema van het betreffende *SOMMATIE* gelieerd moesten zijn. De Sommatie-commissie heeft gemeend van deze regel af te moeten wijken door de deelnemers in de gelegenheid te stellen

RECENTE ONDERZOEKEN EN BEVINDINGEN

tijdens die sessies toe te laten ook als die onderzoeken geen directe relatie met het thema hebben. De commissie is van mening dat deze nieuwe regeling het nut van de parallelsessies ten goede zal komen.

Alleen deelnemers aan *SOMMATIE* worden in de gelegenheid gesteld om onderzoeken tijdens parallelsessies te presenteren.

Een abstract hiervan dient voor 31 januari ingeleverd te zijn bij Hans du Chatinier (1 à 2 pag. A4):

p/a Lintas Nederland
Strawinskylaan 1641
1077 XX Amsterdam
(tel.) 020 - 5731111

SOMMATIE zal 13, 14 en 15 april 1988 plaats vinden in 'De Koningshof' te Veldhoven. De prijs voor dit driedaags congres bedraagt incl. logies en verblijfkosten f 795,- (VSOM leden f 745,-).

Voor nadere informatie en vooraanmelding kan men zich wenden tot het secretariaat van de SOM,

Neuhuyskade 40
Postbus 90730
2509 LS 's-GRAVENHAGE
Tel.: 070 - 180 180

Inhoud, jaargang 15, 1987.

Artikelen

RICHARD ALBRECHT

Über den ethnischen Witz, pagina 48 (1).

HANS BEENTJES & TOM VAN DER VOORT

De invloed van het televisiekijken op het lezen van jeugd, pagina 107 (2).

HARRY VAN DEN BERG & CEES VAN DER VEER

Achtergrondmuziek bij televisiedocumentaires, pagina 135 (2).

HARRY BOUWMAN, PAUL NELISSEN & UTA MEIER

Culturele Indicatoren 1980-1985, pagina 18 (1).

PETER DEJAEGHER & PETER DHONDT

Stentorstemmen en gefluister, pagina 36 (1).

DIRK DE GROOFF

De technologische analyse van de gedrukte en de elektronische kant als informatie- en reclamedragers, pagina 3 (1).

JOAN HEMELS

Abonneeverzekering en oplagemarketing, pagina 207 (3).

GERARD HULSEN & CEES VAN WOERKUM

Instrumentele beleidsondersteunende voorlichting, pagina 221 (3).

WIM VAN OORSCHOT & HARRY BOUWMAN

Ouderen en voorlichting, pagina 240 (3).

KARSTEN RENCKSTORFF & PAUL NELISSEN

Het omgaan met kennis en de vraag naar voorlichting, pagina 291 (4).

JAN WIETEN

Tussen vernieuwing en herstel, pagina 317 (4).

CEES VAN WOERKUM

Diaspora of driestromenland, pagina 331 (4).

Onderzoek in het kort

FRANS CRONE

Het einde van een periode, pagina 166 (2).

CHARLES FORCEVILLE

Metafoor en maatschappij, pagina 268 (3).

PUK VAN MEEGEREN & CEES VAN WOERKUM

Waar woorden tekort schieten, pagina 156 (2).

GERRIT VAN DER RIJT, ANNE-MARIE BUIJSSE & JAN VERBEEK

De effectiviteit van locale ondersteuning van een massamediale voorlichtingscampagne, pagina 344 (4).

GERRIT VAN DER RIJT & NEL STEVENS

De 'impact' van de Withuiskrant, pagina 55 (1).

LIESBET VAN ZOONEN & JOKE HERMES

Kerels en Karrière, pagina 257 (3).

Methoden van Onderzoek

ANDRE VAN GAGELDONK, FRANS LEEUW & PIET DEKKER

Analyse van voorlichtingsveronderstellingen, pagina 175 (2).

MARTIN VERWEY, NELLY KALFS, WILLEM E. SARIS & MARIUS DE PIJPER

Tijdsbestedingsonderzoek middels tele-interviewing en de mogelijkheden voor segmentatie, pagina 353 (4).

MARCEL VOOIJS, TOM VAN DER VOORT & HANS BEENTJES

De geschiktheid van verschillende typen vragen om de kijktijd en leestijd van kinderen te meten, pagina 65 (1).

LIESBET VAN ZOONEN

Gevolgen van de introductie van de STER reclame, een voorbeeld van Box Jenkins interventie analyse, pagina 81 (1).

Boekbesprekingen

PIET BAKKER – Harry van den Berg, Cees van der Veer, *Ideologie en massamedia*, pagina 271 (3).

HARRY BOUWMAN – Peter Bargstedt, Ralph Weiss, *Die Morgennachrichten im Hörfunk*, pagina 99 (1).

HARRY BOUWMAN – F. Wester, *Strategieën voor kwalitatief onderzoek*, pagina 374 (4).

JAN BRAUER – Paul Stoop, *Die niederländische Presse unter druck*, pagina 370 (4).

LOUIS HEINSMAN – Harry Bouwman, *Televisie als cultuurschepper*, pagina 93 (1).

DANY JACOBS – W.J. Noort, L.W. Huberts, L. Rademaker, *Protest en pressie*, pagina 194 (2).

NICK JANKOWSKI – Jo Bardoel, Jan Bierhoff, *Media in Nederland en Informatie in Nederland*, pagina 192 (2).

NICK JANKOWSKI – K.B. Jensen, *Making sense of the news*, pagina 198 (2).

- SELMA MARKHORST – Bert Klandermans en Erwin Seydel (red), *Overtuigen en activeren*, pagina 100 (1).
- REIN MEMELINK – F.R. Oomkes, *Communicatieleer*, pagina 94 (1).
- GERRIT VAN DER RIJT – V. Damoiseaux, F.M. Gerards, G.J. Kok en F. Nijhuis, *Gezondheidsvoorlichting en -opvoeding*, pagina 277 (3).
- GERRIT VAN DER RIJT – J. Leunissen-Rooseboom (red), *Nieuwe wetenschappers voor de gezondheidszorg*, pagina 279 (3).
- PIET VERSCHUREN – J. de Jong-Geerveld en J. van der Zouwen, *De vragenlijst in het sociale onderzoek*, pagina 372 (4).
- TOM VAN DER VOORT – T.M. Williams (ed), *The impact of television*, pagina 284 (3).
- MARCEL VOOIJS – A. Dorr, *Television and children*, pagina 376 (4).
- JAN WIETEN – J.H.J. van den Heuvel, H. Daalder, J.C.H. Blom, A.C. Zijderfeld, R. Witte, *Een vrij zinnige verhouding*, pagina 916 (2).
- CEES VAN WOERKUM – G. Boon en K. Brants, *Het mediaboek*, pagina 99 (1).
- CEES VAN WOERKUM – J. Roomer, *De praktijk van de marketing-communicatie*, pagina 279 (3).

MASSACOMMUNICATIE 4, 1987 contents:

KARSTEN RENCKSTORF & PAUL NELISSEN

Using Information – and public's interest in government information,
PAGE 291

JAN WIETEN

Between innovation and restoration, on the post war press in the Netherlands, PAGE 317

CEES VAN WOERKUM

Diaspora or land of three streams, PAGE 331

GERRIT VAN DER RIJT, ANNE-MARIE BUIJSSE & JAN VERBEEK

The effectiveness of local support to a mass mediated education campaign,
PAGE 344

MARTIN VERWEIJ, NELLY KALFS, WILLEM E. SARIS & MARIUS DE PIJPER

Time budget research by means of tele-interviewing and the possibilities for segmentation, PAGE 353

BOOKREVIEWS, PAGE 370

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 78,75

Abonnement buitenland: f 99,75

Studentenabonnement : f 60,—

Los nummer : f 22,50

Dubbel nummer : f 45,—

Advertenties

prijzen: 1/1 pag. f 300,—; 1/2 pag. f 165,—; drukspiegel 12,9 x 19 cm, korting bij herhaalde plaatsing.

I.S.S.N. 0921-2620