

TIJDSCHRIFT VOOR
COMMUNICATIE
wetenschap

James Stappers

Massacommunicatie en andere paradoxen

Emil van Schie, Oene Wiegman, Margôt Kuttschreuter & Henk Boer
**Speelfrequentie, vrijetijdsbesteding en sociale
integratie bij computerspelen**

Jan Van den Bulck

**Veelkijkers versus vaakkijkers.
Betrouwbaarheid en validiteit bij het meten
van kijkvolume**

Herre van Oostendorp & Christiaan Bonebakker

**Het vasthouden aan incorrecte informatie bij
het verwerken van nieuwsberichten**

Allerd Peeters & Ard Heuvelman

**Is er een zwakker geslacht als het om
televisienieuws gaat?**

JAARGANG 24 NUMMER 1 1996



BOHN STAFLEU VAN LOGHUM

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap richt zich op het signaleren en registreren van ontwikkelingen binnen de Communicatiewetenschap en haar verwante wetenschapsgebieden in Nederland en Vlaanderen. Als zodanig biedt het tijdschrift een platform voor degenen die in onderzoek of beschouwing belangwekkende informatie willen publiceren over het wetenschapsgebied om een bijdrage te leveren aan discussie binnen en ontwikkeling van de Communicatiewetenschap.

Versijnt vier keer per jaar, in maart, juni, september en december.

Redactie

Dr. Leen D'Haemens, universitair docent Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Nijmegen/*Dr. Jan Kleinmijhuis*, universitair docent Communicatiewetenschap, Vrije Universiteit Amsterdam/*Dr. Peter Neijens*, universitair hoofddocent Communicatiewetenschap, Universiteit van Amsterdam/*Prof. dr. Keith Roe*, hoogleraar Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Leuven/*Prof. dr. Frieda Saeys*, hoogleraar Communicatiewetenschap, Universiteit Gent/*Prof. dr. Erwin Seydel*, hoogleraar Toegepaste Sociale Psychologie en Communicatiewetenschap, Universiteit Twente Enschede.

Redactiesecretariaat

Drs. Coen van der Linden/Postbus 258/6500 AG Nijmegen/tel. (024) 361 57 23/
fax (024) 361 30 73.

Uitgever

John Thämer, Bohn Stafleu Van Loghum/Postbus 246/3990 GA Houten/
tel. (030) 639 57 11/fax (030) 635 09 03.
Voor België: Kluwer Editorial/Kouterveld 2/1831 Diegem/tel. (02) 719 15 11/
fax (02) 719 15 19.

Abonnementenadministratie

Intermedia bv/Postbus 4/2400 MA Alphen aan den Rijn/tel. (0172) 46 68 11/
fax (0172) 49 47 14.

Voor België: Kluwer Editorial/Kouterveld 2/1831 Diegem/tel. (02) 719 15 11/
fax (02) 719 15 19.

Nieuwe abonnementen: Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Voor het resterende deel van het jaar wordt een evenredig gedeelte van de abonnementsprijs in rekening gebracht. Nieuwe abonnementen kunnen schriftelijk of telefonisch worden opgegeven.

Adreswijzigingen: Bij wijziging van naam en/of adres verzoeken wij u een gewijzigd plakadres toe te zenden aan de abonnementenadministratie.

Beëindiging abonnement: Abonnementen kunnen schriftelijk tot uiterlijk 1 december van het lopende abonnementsjaar worden opgezegd. Bij niet-tijdige opzegging wordt het abonnement automatisch voor een jaar verlengd.

Betaling: Gebruik voor uw betalingen bij voorkeur de te ontvangen stortings-/acceptgirokaart. Dit vergemakkelijkt de administratieve verwerking.

Abonnementsprijs: Voor particulieren f 126,-/Bfr. 3025; voor instellingen f 205,-; voor studenten f 62,50; los nummer f 39,50/Bfr. 950.

Advertentie-exploitatie

Bohn Stafleu Van Loghum/Postbus 246/3990 GA Houten/tel. (030) 639 57 12/
fax (030) 635 08 89.

Richtlijnen voor auteurs

Richtlijnen voor het schrijven van artikelen worden op verzoek toegezonden door de redactiesecretaris.

Copyright

Behoudens de door de wet gestelde uitzonderingen mag niets van deze uitgave worden verveelvuldigd en/of openbaar gemaakt zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

Lay-out

Green Light/Ineke de Groen

ISSN 0921-2620



COMMUNICATIE
REDACTIONEEL
wetenschap

In de herfst van 1972 verscheen het eerste nummer van het tijdschrift *Massacommunicatie*, een uitgave van de speciaal daarvoor opgerichte *Stichting tot Bevordering van de Studie van Massacommunicatie*. De redactie bestond uit Guido Fauconnier (KU Leuven), Paul Hendriksen (NOS), James Stappers (KU Nijmegen) en Eldert Willems (GU Amsterdam).

In het eerste redactioneel staat: 'Vast te stellen dat de massa-media een belangrijke rol spelen in onze moderne samenleving is langzamerhand identiek aan het poneren van een versleten gemeenplaats. Bijna even nietszeggend is het ook geworden het belang van de studie inzake de problematiek van de massacommunicatie te benadrukken. Toch zijn er vooral de laatste jaren ontwikkelingen gaande die er toenopen om t.a.v. de betekenis van de massacommunicatie voor de wereld van vandaag van een stroomversnelling te spreken. (...) Gelukkig kan worden geconstateerd dat de wetenschappelijke bemoeienis met de massacommunicatie groeiende is. Het aantal beoefenaren van massacommunicatie-wetenschap, alsmede het aantal studies en onderzoeken op dit terrein nemen toe.'

In 1996 heeft deze tekst nog niets aan actualiteit verloren. De maatschappelijke betekenis van openbare communicatie is toegenomen; vragen over de werking van media zijn nog steeds actueel. De technische mogelijkheden nemen nog steeds toe; door de opkomst van nieuwe media en diensten lijken oude vragen opnieuw op de agenda van onderzoek en theorie geplaatst te (kunnen) worden. Bovendien, waar in 1972 nog aarzelend werd gesproken over een toenemende wetenschappelijke interesse is – althans in Nederland – de laatste jaren sprake geweest van een opzienbarende groei in aantallen communicatie-opleidingen en -studenten, zowel bij universiteiten als in het (hogere) beroepsonderwijs.

De redactie heeft zich altijd ten doel gesteld deze toenemende belangstelling te kanaliseren, maar heeft zich hierin steeds terughoudend opgesteld. *Massacommunicatie* was op de eerste plaats een medium voor auteurs. Juist in de verslaglegging van fundamenteel en toegepast communicatieonderzoek, in beschouwing en kritiek, wordt de stand van zaken in massacommunicatietheorie en -onderzoek manifest.

Door deze opstelling is *Massacommunicatie* een platform gebleken voor publicisten van diverse onderzoeks- en onderwijsinstellingen en met een zeer uiteenlopende (wetenschappelijke) achtergrond. De opzet was een *wetenschappelijk tijdschrift* te zijn, niet een *disciplinair tijdschrift* waarbij de studie van massacommunicatieverschijnselen voorbehouden zou zijn aan één discipline. Massacommunicatietheorie en -onderzoek zijn niet slechts het domein van de Communicatiewetenschap; zij kan zich niet het hele terrein toeëigenen. Andere disciplines besteden op een vruchtbare wijze aandacht aan (massa)communicatieverschijnselen, maar laten ook fundamentele vragen onbeantwoord. De Communicatiewetenschap staat voor de uitdaging deze

vragen te formuleren en te voorzien van verklarende antwoorden. Juist daardoor bewijst de Communicatiewetenschap haar bestaansrecht, waarbij ze niet de kennis en inzichten van andere disciplines uit het oog moet verliezen. Internationale samenwerking kan daarbij een katalyserende werking hebben.

Massacommunicatie was een gezamenlijk Vlaams-Nederlands initiatief. Gaandeweg is het karakter van *Massacommunicatie* steeds meer louter Nederlands geworden. De nieuwe redactie wilde daar verandering in aanbrengen. Gesprekken met vertegenwoordigers van het Vlaams Genootschap voor Communicatiewetenschap hebben dit voornemen versterkt. Het belang van een wetenschappelijke samenwerking tussen Vlaamse en Nederlandse instellingen op het gebied van massacommunicatietheorie en -onderzoek wordt algemeen gedeeld. Om uitdrukking te geven aan deze Vlaams-Nederlandse samenwerking is – na overleg met verschillende partijen – de redactie samengesteld uit Vlamingen en Nederlanders.

De mutaties in de redactie zijn niet de enige veranderingen, ook zijn formaat, opmaak en titel van het tijdschrift veranderd. In de wijziging van de naam *Massacommunicatie* in *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* komt de emancipatie van de Communicatiewetenschap als zelfstandige wetenschappelijke discipline tot uitdrukking. Dit betekent geenszins een inperking van het werkterrein.

Ondanks deze veranderingen is er dan ook zeker sprake van continuïteit. Om daar uitdrukking aan te geven is besloten de jaargangen door te nummeren. De eerste jaargang van *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* is dan ook jaargang 24.

Communicatiewetenschap en massacommunicatie zijn dynamische aandachtsgebieden, waarin een groeiend aantal jonge, enthousiaste mensen in onderzoek, onderwijs en (beroeps)praktijk – zowel in Nederland als in Vlaanderen – actief is. Daarom zien wij de verdere ontwikkeling van het *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* met belangstelling en vertrouwen tegemoet.

*Namens de terugtrekkende redactie,
James G. Stappers, voorzitter; Coen van der Linden, secretaris.*

James Stappers

Massacommunicatie en andere paradoxen

Het woord 'communicatie'

Het woord 'communicatie' kreeg pas na de Tweede Wereldoorlog de vertrouwde klank die het nu heeft. 'Communicatie' wordt in veel betekenissen gebruikt, en het is niet moeilijk om in één krante- of tijdschriftartikel twee verschillende betekenissen ervan aan te treffen. Jacques Derrida zegt dat het onmogelijk is om te communiceren, Paul Watzlawick zegt dat het onmogelijk is om niet te communiceren. En omdat ze allebei heel goed kunnen uitleggen wat ze bedoelen, kan het niet anders of ze duiden met eenzelfde term verschillende zaken aan. Een voorbeeld uit een andere sfeer: er zijn lieden die van de huidige paus vinden dat hij niet luistert, alleen verkondigt; 'hij communiceert niet met de ander' zeggen ze dan. Er zijn andere lieden die vinden dat hij de actiefste paus sinds jaren is. 'En dan niet actief als theoloog of administrateur – want in geen van beide kwaliteiten blinkt deze paus uit – maar als prediker, als getuiger of, om het met een modern woord te zeggen, als communicator' (Heldring, 1988). Ik waag mij niet aan een beoordeling van de paus, maar constateer dat de een zegt dat hij niet voldoende communiceert, en de ander dat hij een groot communicator is. Niet omdat ze het oneens zijn over de paus, maar omdat ze het oneens zijn over wat communicatie is. Als u dit voorbeeld te kerkelijk vindt, kunt u zelf in oude kranten gaan nazoeken, u zult eenzelfde tegenstelling vinden in de oordelen over Ronald Reagan. Er is hier sprake van een paradox: volgens sommigen communiceert hij niet, volgens anderen juist wel, en deze sommigen en anderen hoeven het niet eens met elkaar oneens te zijn.

Er zijn mensen, zelfs wetenschappers, die van het standpunt uitgaan dat zij volledig vrij zijn om communicatie te definiëren zoals het hen goed uitkomt. Een term betekent wat de gebruiker wil dat het betekent. Ze hebben daarin natuurlijk gelijk, maar er zijn enige beperkin-

Ongeveer een jaar geleden maakte iemand tegen mij de opmerking dat het onderzoek naar massacommunicatie 'zo weinig smoel had'. De opmerking werd met grote aarzelingsgeformuleerd, omdat ze onvriendelijker zou kunnen klinken dan ze was bedoeld, namelijk als een verwijt. Maar omdat ze kwam van iemand die met de recente literatuur vertrouwd is, zet zo'n opmerking toch meteen aan het denken: is de opmerking terecht? Hoe komt dat? Moet er iets aan gedaan worden? Wat dan? Dit nadenken mijnerzijds maakte mij een aantal zaken duidelijk. Ik laat in het midden of de opmerking terecht was, maar terecht of niet, de opmerking is begrijpelijk. De ontwikkelingen die gaande zijn laten meer verwarring dan structuur zien. Volgens mij door de veelzinnigheid van het woord 'communicatie', de onhelderheid van de term 'massacommunicatie', de moeilijkheden voor het massacommunicatie-onderzoek, en de verwarring bij niet de geringsten die zich met dat onderzoek bezighouden, de communicatiewetenschappers.

Prof. dr. James Stappers is emeritus hoogleraar Communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit Nijmegen.

Correspondentie: vakgroep Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Nijmegen, Postbus 9104, 6500 HE Nijmegen, tel. +24 361 23 72, fax +24 361 30 73.

gen aan dat gelijk. Ze moeten de term dan wel consequent gebruiken in die eenmaal gegeven betekenis – en dat blijkt erg moeilijk. Ze mogen niet aannemen dat anderen die dezelfde term bezigen diezelfde betekenis eraan toekennen. Want als het wel dezelfde term, maar niet dezelfde betekenis is, mogen allerlei uitspraken die over het een gaan, niet aan het ander gekoppeld worden. Een auteur mag het niet, en hij moet zich realiseren dat veel lezers het wel zullen doen. Dat is in dit geval extra lastig, want ‘communicatie’ is inmiddels een knuffelterm.¹ Ze wordt met graagte gebruikt, en het gemak waarmee dat gebeurt, versluiert het feit dat er een ingewikkeld complex van betekenissen achter schuil gaat, én dat verschillende delen van dat complex de naam ‘communicatie’ opgeplakt krijgen, nu eens het ene, dan weer het andere. Naar mijn mening is een groot deel van de onduidelijkheid terug te voeren op het feit dat het woord wel bestond in Europa, maar in het Frans en het Duits iets anders betekende dan in het Amerikaans, waarin het populair werd. In de *Penguin dictionary of quotations* – vooral klassiek georiënteerd – komt éénmaal ‘communication’ voor, en dan nog in het meervoud. ‘Evil communications corrupt good manners’ (I Cor. 15:33) (Cohen & Cohen, 1974). In de Nederlandse vertaling heet dat ‘Kwade samensprekingen verderven goede zeden’², dan wel ‘Slechte omgang bederft goede zeden’³.

Een aantal soorten van meer hedendaagse betekenissen is gemakkelijk te onderscheiden. Ik zal hier niet trachten daarin volledig te zijn (vgl. Stappers, 1994), het gaat er mij slechts om duidelijk te maken dat ze *a* verschillend zijn en *b* tot verwarring aanleiding kunnen geven. In het Amerikaans geïnspireerde taalgebruik is communicatie een bezigheid, een activiteit, het maken en zenden van berichten. Zo lees ik in *de Volkskrant*: ‘Communicatie vanuit de auto betekent onder meer bellen-zonder-handen’⁴ en in *NRC Handelsblad* in een interview met een filmmaker: ‘(...) ik ga ervan uit dat iemand die werkt met een duur massamedium met het publiek moet communiceren. Ik stel mezelf steeds de vraag: begrijpen ze wat ik wil zeggen?’⁵ Maar wie moet er nu communiceren? Inspecteur Morse zegt: ‘What you want a letter to do, Lewis, is to communicate – got that?’⁶

Dat is al een gangbare set van betekenissen: iemand een boodschap zenden, maar ook zorgen dat iemand de boodschap begrijpt. Sommigen vatten dat echter op als alleen het toespreken, niet wat er daarmee gezegd wordt. Zo zegt een reclamemaker die meewerkt aan een SIRE-campagne: ‘Ik ben projectleider, en zorg dus voor de communicatie. Voor de vorm. (...) Anderen adviseren over de boodschap zelf.’⁷ Maar niet iedereen is daarmee tevreden. Wanneer een krantekop meldt: ‘NvV-bestuur wil betere communicatie’, dan is niet gezegd dat het NvV-bestuur een betere vorm voor zijn boodschappen zoekt, of dat ze spraak- of schrijfflessen gaan organiseren. De toelichting van wat het wel wil staat in het artikel: ‘Kernpunt van de nota en de resolutie is een beroep op de aangesloten bonden om, terwille van de eenheid binnen het NvV, een zodanige wijze van raadpleging van

de achterban te kiezen, dat althans hieruit geen conflictstof voortvloeit.⁸ Velen vinden dit pas echte communicatie. Zoals de columnist: 'Als dit zo is, mag daaruit worden opgemaakt dat zowel het medium als de gebruiker een zekere mate van volwassenheid heeft bereikt. En dat, in een aantal gevallen, het eenrichtingsverkeer tussen boodschapper en ontvanger is doorbroken. Kortom: televisie is, op zijn best, een echt communicatiemedium' (Post, 1973, p. 3).

Men kan zich afvragen wat nu een 'echt communicatiemedium' is, zeker wanneer in een detectiveroman van Ruth Rendell te lezen valt: 'The bar communicated with the dining room by means of double glass doors (...)' (Rendell, 1991, p. 138). De bar communiceert niet op de manier waarop het NVV-bestuur met de leden communiceert, ook niet alleen de vormaspecten, zoals de campagnemaker. Het doet ons zelfs vreemd aan, tot we ons realiseren dat we in het Nederlands natuurlijk ook ongeremd over communicerende vaten spreken. Het woord wordt vaak gebruikt voor verbindingen, juist wanneer wordt aangegeven dat er iets mis is met de verbinding. 'Maar gisteren is het centrum van Amsterdam getroffen door een communicatiestoring. Men zal nu misschien denken dat dit hier al sinds Anno Dazumal het geval is – hoe vaak komt het voor dat men zich in verbinding blijkt te hebben gesteld met het graf van Willem de Zwijger – maar deze keer gebeurde er ook al niets als men op de knoppen van de telefoon drukte'⁹, zegt Samuel Montag in *NRC Handelsblad*. Maar een heel ander gebruik van de term treffen we aan in een interview met oud-minister Van der Stee. Hij zegt over een politicus: 'Die zei in kleine kring dat hij het veel beter kon dan Van Agt. Oeioeioei, een premier hoort zoiets altijd, en Dries vergat dat dan niet – communicatie definitief verstoord. Dat het tussen ons tweeën nooit wrikte, had natuurlijk iets te maken met het feit dat ik geen politieke bedreiging voor Dries was.'¹⁰ In *Communio et progressio* heet het 'Overigens is communicatie méér dan louter uitdrukking van gedachten en gevoelens: zij is zelfgave uit liefde, vanuit het diepste wezen van de mens' (geciteerd in: Pauselijke Raad voor de Sociale Communicatiemiddelen, 1992, p. 8). Dit zijn dan nog zinnen die, wanneer men ze maar niet vlak achter elkaar hoort, weinig aan begrijpelijkheid te wensen overlaten. Er zijn ook andere, minder begrijpelijke formuleringen in dagbladen aan te treffen, zoals die van de verkopers in de grammofonplatenwinkel die 'de communicatie op gang (dienen) te brengen tussen Prokovjevs *Romeo en Julia* en de Sinatraconsument'¹¹ of van de antroposofenclub van managers; die 'trekt zich regelmatig terug, in kleine groepen of plenair, om te communiceren. Het werken met klei wordt daarbij niet geschuwd.'¹² De gegeven voorbeelden, niet ontleend aan wetenschappelijke of vakpublicaties, zijn illustratief voor de verscheidenheid waarmee de term gebruikt wordt. Dezelfde verscheidenheid is in wetenschappelijke definities ook aanwezig.

De gesignaleerde verschillen – plus nog een handvol niet gesignaleerde – kunnen gemakkelijk leiden tot misverstanden en teleurstellingen. Een nog tamelijk onschuldig voorbeeld: Twee studenten komen

bij een computerwinkel, waarvan ze gehoord hebben dat die extra voordelige aanbiedingen heeft voor studenten. De dealer bevestigt een hoge korting, en biedt nog een mooi softwareprogramma extra aan. De een studeert wiskunde en hij krijgt een mooi wiskundeprogramma, de ander is studeert communicatiewetenschap en hij krijgt een mooi communicatieprogramma.

Wie iets krijgt, zal altijd blij moeten zijn, maar of het een herkennen van specifieke behoeften is? Een ander voorbeeld. Kardinaal Martini schrijft: 'De geschiedenis van deze eeuw heeft ons laten zien hoe de dictators niet alleen hun toevlucht nemen tot gewelddadige onderdrukking, maar steeds meer tot overtuigingskracht met verbaal geweld, waarbij het woord helemaal geen instrument meer was van echte communicatie, maar een middel tot verleiding en bedrog' (Martini, 1992, p. 21).

Echter, in het moderne taalgebruik is hanteren van middelen tot verleiding en bedrog óók 'communicatie'. En niet te vergeten het misverstand dat de communicatie, die synoniem met 'harmonie' is, bereikt zal worden door het in dienst nemen van een communicatiemanager die de berichtgeving naar buiten gaat verzorgen.

Ik concludeer nu dat de term zo veel en zo verscheiden gebruikt wordt dat ze voor wetenschappelijke doeleinden ongeschikt is (Thayer, 1963, p. 219, voetnoot 4). De wetenschapper balanceert hier op een zeer slap koord. Misschien moeten we zorgen er vanaf te komen – zoals ook de zielkundigen gelukt is de ziel te verzwijgen. Sommigen zijn zelfs van mening dat de vraag 'wat is communicatie?' maar beter niet kan worden gesteld.

Mary Anne Murphy (1991) zegt dat die vraag een onderwijskundige charme schijnt te hebben, omdat ze uitnodigt tot discussie en het komen tot een werkdefinitie. In ieder geval levert de vraag een veelvoud aan antwoorden op. Het is makkelijk om te denken dat die een gemeenschappelijke kern hebben, maar – toont ze, zich baserend op Wittgenstein – aan, dat is niet noodzakelijkerwijze zo. Er is een verwantschap, zeker, maar verwantschap is iets anders dan gemeenschappelijkheid. Murphy wijst op Joost Meerlo, die zegt: 'To attempt to communicate about communication is to be confronted at once with a peculiar epistemological paradox. The very subject we are to describe is used as tool of description. By doing so, we are somehow continually forced to stand in our own shadow' (Meerlo, 1967, p. 131). Murphy benadrukt dat schaduwen iets anders zijn dan duisternis, ze wijzen ons ook waar het licht is (1991, p. 832).

Echt erg wordt het natuurlijk pas wanneer gedaan wordt of alles wat door wie dan ook communicatie wordt genoemd, de kern van de communicatiewetenschap weergeeft. Dat is niet zo, zelfs is niet alles wat communicatie wordt genoemd voor de communicatiewetenschap echt van belang. Voordat we daarop ingaan, is het goed om na te gaan waar het woord communicatie vandaan komt en wat het bete-

kende voordat de Amerikanen hun taalgebruik zo dominant present stelden.

Volgens de Engelsman Raymond Williams werd de term 'communication' al in de vijftiende eeuw gebruikt voor 'make common to many, impart', gemeengoed maken, onthullen. Later in die eeuw ook voor dat wat 'common' gemaakt was, 'a communication'. In de laatste helft van de zeventiende eeuw werd het gebruik uitgebreid naar de middelen waarmee, communicatiemiddelen, waarmee kanalen en wegen bedoeld werden, vooral in uitdrukkingen als 'lines of communication'. In de twintigste eeuw, eerder in Amerika dan in Europa, werd het de benaming voor communicatiemiddelen, media. Er wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen de transportindustrie, het fysiek verplaatsen van goederen en mensen, en de communicatie-industrie, het verplaatsen van informatie en ideeën (Williams, 1976, p. 72). Meerlo leidt het woord communicatie af van 'munia, service, connoting the mutual help, exchange, and interaction of those belonging to the same community. In olden days the chosen people had immunity; they were free of the inconvenience of giving public service. Others were excommunicated, as punishment or out of disdain. The latter were the wrong communicants, not valuable enough to partake of and participate in communal life. They were not thought fit to experience things in common' (Meerlo, 1967, p. 132). Wanneer we nu stoten op verschillen tussen 'communications systems' en 'communications theory' is het goed, aldus Williams, te denken aan de oorspronkelijke brede range van betekenissen, van 'uitzending' tot 'deelgenoot maken'; anders gezegd: van een eenrichtingsproces tot een gemeenschappelijk proces. (We nemen hier goede nota van dat Williams niet een-richting simpelweg tegenover twee-richting zet, zoals maar al te gemakkelijk gebeurt.) De tussen die uitersten liggende betekenissen kunnen in de richting van het ene of het andere uiterste worden geïnterpreteerd. De keuze van die richting is vaak beslissend.¹³

Jaren later gaat James Carey (1989) uitvoerig in op dit onderscheid. Er zijn volgens hem twee visies op communicatie, waarvan de meest aandachttrekkende de transmissie-opvatting is. '(...) communicatie is een proces waarbij boodschappen worden overgebracht en gedistribueerd (...)'. Maar daarnaast bestaat de rituele opvatting. Daarin wordt communicatie gezien als een symbolisch proces waardoor werkelijkheid wordt geproduceerd, in stand gehouden, gerepareerd en getransformeerd¹⁴. Deze ritueel genoemde visie op communicatie is van groter belang voor de communicatiewetenschap dan de voor de hand liggende transmissie-visie.

De term 'massacommunicatie'

Met deze uitleg van wat 'communicatie' ook nog kan betekenen komen we steeds dichterbij dat wat 'massacommunicatie' wordt genoemd. Amerikaanse auteurs maken niet steeds nauwkeurige distinc-

ties en streven zelden naar een definitie. 'Twenty years ago, writers who undertook to discuss mass communication typically felt obliged to define that then unfamiliar term', opent Joseph Klapper zijn beroemde boek in 1960 (1961, p. 1)¹⁵. Dat was de tijd dat ik net begon werkzaam te zijn op dat gebied. Een leraar van het tertiair onderwijs, die zich als opvoedkundige met de media bezighield, merkte in die tijd eens tegen mij op dat hij de term wel vaker hoorde bezigen, en dat naar zijn mening beide samenstellende delen oneigenlijk gebruikt werden. Voor het 'communicatie-deel' is dat al duidelijk. Het massa-deel heeft op zijn beurt niet veel van doen met de manier waarom gemeenlijk over 'de massa' gesproken werd – en nog wordt. Naar mijn mening is massacommunicatie in elk geval gemakkelijker te definiëren dan communicatie. Wanneer men zich meer baseert op wat diverse auteurs bedoelen, dan is een betere aanduiding 'openbare communicatie' (Stappers, 1966; 1983; 1986). Een van mijn collega's heeft eens tegen mij opgemerkt, dat als iedereen die naam maar zo gebruikte (Stappers, 1966; 1983; 1986), er weinig problemen hoefden te zijn. Ooit heb ik de neiging gehad hem uit te nodigen dan maar het goede voorbeeld te geven, maar al snel werd mij duidelijk dat het daarvoor toen al zeker te laat was. In het alledaagse spraakgebruik stond massacommunicatie al voor transmissie naar zeer zeer velen, en niet voor meer elitaire transmissies naar alleen maar velen. 'Massacommunicatie' is een directe vertaling uit het Anglo-Amerikaans, en is in het Duitse taalgebruik – minstens het wetenschappelijke taalgebruik, zo meent Gerhard Maletzke (1963, p. 14) wat voorbarig¹⁶, verre gaand ingeburgerd. Het betekent zoveel als de processen in het gebied van de massamedia, waarbij men het er niet over eens is of niet nog meer verwante zaken, zoals strooibiljetten, stripverhalen, grammofoonplaten enzovoort ook onder dat begrip 'massacommunicatie' vallen. In Duitsland, aldus Maletzke, pleegt men bij massamedia van 'Publizistik' te spreken, dus onderkent hij de vraag naar de conceptuele verhouding tussen die beide. Waren het synoniemen, het zou niet nodig zijn naast het vanouds bekende woord 'Publizistik' ook nog 'Massenkommunikation' te gebruiken (Maletzke, 1963, p. 14). Het verschil tussen beide legt hij daarna als volgt uit: 'Massacommunicatie' slaat op zowel actuele als artistieke, educatieve en onderhoudende boodschappen, voorzover die door massamedia worden verbreid. Een belangrijk kenmerk van Publizistik is dat de boodschappen actueel zijn, aldus Maletzke, die zich hierbij beroept op de definitie van Hagemann. Artistieke, educatieve en onderhoudende boodschappen kunnen zodoende onder het begrip Publizistik vallen, voor zover ze actuele elementen bevatten, niet voor zover ze 'puur' zijn. In dit opzicht is Massenkommunikation dus breder dan Publizistik. Anderzijds bestaan er, nog steeds volgens Maletzke anno 1963, fenomenen die wel onder Publizistik, doch niet onder Massenkommunikation vallen, namelijk openbare actuele boodschappen, die niet door massamedia maar op andere manieren worden verbreid, bijvoorbeeld door tentoonstellingen, openbare redevoeringen en fluistercampagnes. In dat opzicht is

Publizistik een breder begrip dan Massenkommunikation. Het zijn dus volgens hem geen synoniemen, en er bestaat wederzijds ook geen onderschikking of bovenschikking, ze bestrijken voor een deel hetzelfde gebied, maar overschrijden naar verschillende kanten de grenzen van dat gemeenschappelijke gebied (Maletzke, 1963, p. 14-15).

De definitie die Maletzke van massacommunicatie geeft is, zoals gezegd, tamelijk populair geworden, en wordt met grote gretigheid aangehaald en herhaald. Kennelijk herkent men in de daar gegeven aanduiding dat wat men met deze term bedoelt. Nochtans is er op de definitie *als definitie* het nodige aan te merken. Volgens de definitie is massacommunicatie een speciaal soort communicatie, via technische middelen, aan een 'dispers (=verspreid) publiek'.¹⁷ Het deel 'technische middelen' is al problematisch, omdat niet keihard af te bakenen is wat nu precies 'technisch' is¹⁸ en ook niet of dat een echt criterium vormt. Maar het echte probleem in de definitie zit in het deel 'dispers publiek'. Het tweede, essentieel en wezenlijk genoemd kenmerk van een dispers publiek luidt immers: 'Das disperse Publikum konstituiert sich durch die gemeinsame Zuwendung mehrerer, in der Regel vieler Menschen zu einem gemeinsamen Gegenstand, nämlich zu den *Aussagen der Massenkommunikation*' (Maletzke, 1963, p. 28; cursivering toegevoegd). Dat betekent dat voor de definitie van dispers publiek de definitie van massacommunicatie nodig is, en voor de definitie van massacommunicatie die van dispers publiek: een cirkelredenering. Hoe logisch de delen ook klinken en hoe herkenbaar de beschrijving ook is, als definitie is deze formulering ondeugdelijk. Laten we het disperse publiek weg uit de definitie, dan onderscheidt Maletzkes massacommunicatie zich van andere vormen van communicatie in twee aspecten: massacommunicatie is openbaar, en geschiedt via technische middelen¹⁹. Maletzkes definitie is een variant op de veel voorkomende, weinig bevredigende definitie waarin massacommunicatie een vorm van openbare communicatie via technische media wordt genoemd (Stappers, 1966, p. 49-51; 58-63).

Belangrijker is hier de vraag waarom Maletzke op *die* plaats met *die* definitie voor de dag komt. Een auteur moet niet alleen bezien worden op de terminologie die hij gebruikt, maar vooral op zijn bedoelingen en pretenties. En die maken de definitie en dat wat wij nu ervaren als de onvolkomenheid ervan beter begripbaar. Maletzke opent zijn boek met op te merken dat een zo veelzijdig en veelledig verschijnsel als massacommunicatie natuurlijk niet uitputtend vanuit één gezichtspunt onder de knie te krijgen is, maar dat een veelheid aan disciplines aan de bestudering hun steentje bijdragen. Coördinatie en overzicht worden volgens Maletzke in Duitsland toebedeeld aan de voor onderzoek en onderwijs onontbeerlijke en vaak miskende Publizistik-wissenschaft (Maletzke, 1963, p. 13) – maar die zin over de Publizistikwissenschaft wordt door veel lezers blijkbaar overgeslagen. Zijn boek wil het verschijnsel vooral uit het standpunt van de psychologie onderzoeken. Een vraag is, welke plaats het verschijnsel massacom-

municatie *binnen* de psychologie inneemt. Ongetwijfeld hoort het ingedeeld te worden onder de sociale psychologie, want het gaat om de interacties en relaties tussen partners of 'polen' van een sociaal veld. Worden de afzonderlijke factoren van het communicatieveld bestudeerd, dan komen ook andere onderdelen of subdisciplines van de psychologie in aanmerking, zoals persoonlijkheidsleer, ontwikkelingspsychologie, pedagogische psychologie en dieptepsychologie (Maletzke, 1963, p. 14)²⁰. Het uitgangspunt van het boek is hiermee gegeven, en daarmee impliciet de opzet achter de definitie: duidelijk maken dat het een complex fenomeen is, dat niet uitputtend door de sociale psychologie bestreken wordt. Massacommunicatie is een complex materieel object voor diverse onderdelen van de psychologie en van nog meer wetenschappen. De definitie van massacommunicatie was niet bedoeld om het formele object van een wetenschap te beschrijven. In *Publizistikwissenschaft zwischen Geistes- und Sozialwissenschaft* dat weer vier jaar later uitkomt, streeft Maletzke een ander doel na. Hij wil onder andere het bestaansrecht van een zelfstandige discipline Publizistikwissenschaft nader onderzoeken en systematisch trachten de plaats van de Publizistikwissenschaft tussen geestes- en sociale wetenschappen te bepalen (Maletzke, 1967, p. 6)²¹. Er wordt door hem uitvoerig ingegaan op de *plaats* van de Publizistikwissenschaft, niet op wat Publizistikwissenschaft *is*. Voldoende is, meent hij: 'Unter Publizistikwissenschaft ist im Folgenden die *Wissenschaft vom gezielten öffentlichen Aussagen oder vom gezielten öffentlichen Kommunikation* zu verstehen. *Gezielt* ist diese Kommunikation, weil sie etwas Bestimmtes bewirken will; und sie ist *öffentlich*, weil sie – im Unterschied zur privaten Kommunikation – in der Intention des Aussagenden nicht an einen zahlenmäßig begrenzten Empfängerkreis wendet, sondern an ein 'Publikum', also an jeden, der in der Lage ist, die Aussage zu empfangen' (Maletzke, 1967, p. 6-7). Maletzke vergelijkt zijn definitie met en beroept zich op die van Dovifat en Pranke. Opvallend is dat geen van beide 'Kommunikation' in de geciteerde definities bezigde (Maletzke, 1967, p. 6; Dovifat, 1956, p. 3; Pranke, 1961, p. 83)²². Zodoende voegt Maletzke zich in 1967 bij de groeiende groep wetenschappers die geen principieel verschil erkennen tussen 'Publizistik' en 'Massacommunikation'. Dat is van belang omdat hij een van de weinigen was die eerder in een andere richting geargumenteed had. Het verschil dat vandaag de dag gemaakt wordt tussen 'communicatie' en 'massacommunicatie' is goeddeels – niet helemaal – een gevolg van de misverstanden die ontstaan bij het te gemakkelijk overnemen van een woord uit een vreemde taal. Wat wij zeker 'massacommunicatie' noemen, 'televisie, films, theater, reclame, boeken en tijdschriften' is trouwens precies wat 'communicatie' betekende aan het begin van de jaren zestig. Het boek van Raymond Williams (1968) heet *Communications* en gaat over die thema's²³. Op andere gronden zet Lerg in 1970 een nog verdergaande stap: 'Die Begriffe 'Publizistik' und 'Kommunikation' werden grundsätzlich gleichbedeutend verwendet. Wer ein Gespräch führt handelt publizistisch'²⁴.

Onderzoek naar massacommunicatie

De massamedia werden geacht een grote invloed uit te oefenen, vooral nieuwe massamedia; er wordt een direct verband verwacht tussen de inhoud van het aanbod en de invloed op de ontvangers overeenkomstig de intenties van de producenten van boodschappen. Omdat het massamedia zijn bereiken ze de massa, dus de massamens, en die is nog kwetsbaarder dan de niet-massamens ('ons soort mensen'). Maar in wetenschappelijke kringen zijn dergelijke opvattingen over de invloed van massamedia in de loop van de laatste vijftig jaar aan nogal wat verandering onderhevig geweest. Om te beginnen realiseerde men zich dat wat altijd al waar was, namelijk dat mensen verschillen en niet zomaar accepteren wat hen wordt voorgezet, ook opgaat wanneer we het over media hebben, zelfs als we het over nieuwe media hebben. Onderzoekers hadden al snel door dat het niet aanging om over communicatie te praten als over een prikkel-reactieketen, met een actieve zender en een ontvanger die als een marionet deed wat gecommandeerd werd. Wat communicatie op zijn best deed was een ontvanger een boodschap *aanbieden*. Daar haalt de ontvanger iets uit en hij doet er iets mee – of niet. Dat is waar het bij 'communicatie' steeds over gaat: over kennisverwerving uit de tweede hand. De zender beïnvloedt zodoende niet zozeer de ontvanger zelf, maar de directe omgeving van de ontvanger. Die ontvanger handelt op grond van boodschappen op een manier die door hem zelf bepaald wordt, wat weer samenhangt met de manier waarop hij interpreteerde wat aangeboden werd. Anders gezegd: het gaat niet om stimulus → respons, maar om stimulus → organism → respons, net zoals bij alle menselijke gedrag. Bekend werd het onderzoek in de 'uses-and-gratifications' benadering, waar men zich niet afvroeg wat de media met de mensen doen maar wat de mensen met de media doen. Kortom, de psychologie ontdekte massacommunicatie en het communicatieonderzoek ontdekte de psychologie.

Ook van andere zijden werden correcties op het simplistisch effectendenken aangebracht. James Halloran vindt dat de onderzoeker de verkeerde vragen stelt als hij het individu geïsoleerd beziet, en pleit voor een meer holistische en sociologische benadering, waarbij communicatie als een sociaal proces gezien wordt. Geweld in de samenleving komt niet van het geweld in de media, maar van de ongelijke verdeling van rijkdom waarvoor de regeringen verantwoordelijk zijn²⁵. Samenvattend: onderzoek heeft aangetoond dat de manier waarop de massamedia op de ontvangers uitwerken niet perfect overeenstemt met de bedoelingen die de zenders hadden. *Massamedia zijn niet erg effectieve middelen. Voor het beïnvloeden van houdingen en gedrag van mensen zijn ze weinig geschikt, al zijn er soms geen betere voorhanden. Als instrumenten ten goede of ten kwade schieten ze hopeloos tekort.* Toch betekent dat niet dat media geen invloed zouden hebben. Enige tijd werd er wel min of meer in die zin over gesproken: no-effects theory of minimal effects theory (Klapper, 1961²). Het was natuurlijk een moeilijke tijd omdat men er tegelijk van overtuigd was

dat de media zeer invloedrijk waren, en alles wat men kon aantonen was dat het met hun effectiviteit flink tegenviel: de paradox van massacommunicatie. Met als gevolg dat men zijn toevlucht nam tot slimme ingrepen. W. Phillips Davison formuleerde de third-person effect hypothesis: mensen overschatten de invloed die massamedia op houding en gedrag van anderen hebben (Davison, 1983, p. 3). Of misschien onderschatten we het effect dat het op onszelf heeft (Davison, 1983, p. 14).

Toen dook een generatie van wetenschappers op die uit de journalistiek voortkwam, en dus op grond van beroepservaring 'wist' dat de media bepaalde gevolgen hadden, zegt Everett Rogers, en volgens hem leidde deze paradox tussen beroepsopvattingen en onderzoeksresultaten tot een speurtocht naar vooral cognitieve, in tegenstelling tot persuasieve effecten²⁶. Volgens Max McCombs wierf Chick Bush daarom in Stanford vooral studenten met ervaring in de journalistiek. Nieuwsmedia zijn geen zendelingen; het is zelfs niet netjes om dat te willen zijn: een journalist moet niet bekeren, maar informeren²⁷.

De meeste recente onderzoekstradities²⁸ die de media onder bepaalde omstandigheden wel degelijk invloed toeschrijven, komen min of meer neer op de constatering dat de media een door mensenhanden gemaakt 'environment', een kunstmatig milieu vormen. De media zijn niet zozeer boodschappers (hoewel ze dat ook zijn) als wel scheppers van een milieu van symbolen, een synthetische 'man made' omgeving. En onze omgeving is dat wat we *niet* zien, wat ons niet meer opvalt. Tot er opeens iets verandert waardoor we het wel zien. Maar ook wat we niet bewust zien beïnvloedt ons. Voor ons vormen en creëren de media een kunstmatig milieu dat ons beïnvloedt op een manier die we niet door hebben. Dat is de paradox van massacommunicatie. Enerzijds zijn de mensen degenen die, als ontvangers, bepalen hoe de media op hen uitwerken, althans daar zeker niet willoos aan overgeleverd zijn; anderzijds zijn de media de factoren die een invloed kunnen hebben die met de invloed van het fysieke milieu vergeleken kan worden. De communicatiemiddelen hebben dus wel terdege een invloed, al zijn ze niet handzame en effectieve instrumenten voor degene die er zijn medemens mee wil beïnvloeden. *Media zijn niet effectief, maar ze zijn daarom nog niet zonder gevolgen.* Wij kennen de wereld uit de media. We kunnen misschien wel zelf de politiek volgen door het lezen van stukken en het zitten op de politieke tribune, maar wie kan zich veroorloven dat ook werkelijk te doen? Wij weten hoe de wereld in elkaar steekt, omdat we dat uit de media geleerd hebben. New York ziet er zo uit als wij het op de televisie zien, de politiek zit zo in elkaar als wij uit tv en krant weten. Toen enige tijd geleden de rechterlijke macht een open dag had, vroeg een kleine rechtbankbezoeker aan de rechter waarom zij geen pruijk op had. Vrijwel zeker omdat de rechters op de televisie dat wel hebben. Mensen die het zelf gezien hebben verzekeren mij dat ze eens kleine jongetjes op straat hebben zien voetballen. Als er een doelpunt gemaakt was, werd het spel onderbroken, de bal opnieuw op de plaats ge-

legd vanwaar het doelpunt was gemaakt, en de schutter mocht nog een keer trappen, maar dan heel langzaam. Als u dat een sterk verhaal vindt, weet dan dat voldoende mensen een voetbalwedstrijd in het echt lang niet zo mooi vinden als de samenvatting van een kwartier in *Studio Sport*. Mensen van mijn generatie en net daarboven leerden van de film in de bioscoop hoe je moest zoenen, en hoe je een sigaret moest vasthouden; niet thuis en niet op school. Ziekenhuizen werken wel niet precies zo als we dat in *St Elsewhere* of *Medisch Centrum West* op de televisie zien, maar bepaalde aspecten geloven we toch wel er van, zeker als we zelf een ziekenhuis niet of nauwelijks van binnen kennen. Wat we precies geloven en wat niet, zijn we ons vaak niet eens bewust. Bekend is de uitspraak van de criminoloog Nagel dat wie gelooft dat de criminaliteit toeneemt, een ander ochtendblad moet nemen. Wie zo'n uitspraak doet is kennelijk iemand die meer dan één krant leest. De meeste mensen doen dat niet! Daarom kennen zij de wereld zoals die door de media wordt voorgesteld, ze leren bijvoorbeeld uit de media wie onze vrienden zijn en wie onze vijanden. De uitvinder van de atombom, Edward Teller, zei onlangs in een radio-interview: 'Op de lange duur heeft Hiroshima de mensen ontzettend bang gemaakt. Op het moment zelf waren we blij dat we de oorlog konden beëindigen. Toen kwam de schrik. Maar de schrik is groter dan de werkelijkheid. De schrik is volkomen terecht als we het over de directe gevolgen van de bom hebben. Maar de schrik over de lange-termijneffecten komt in de media steeds vaker aan de orde, maar dat is niet terecht. Het gevolg is bijvoorbeeld dat we niet graag nieuwe kernreactoren meer bouwen. Toen dat ongeluk met die Russische kernreactor in Tsjernobyl gebeurde, zijn er waarschijnlijk op zijn hoogst duizend mensen gestorven. Maar er zijn wel vijftigduizend vrouwen die de kinderen die zij verwachtten niet geboren hebben laten worden, omdat ze ten onrechte overdreven bang waren. De activisten in Europa, ook in Duitsland, deden psychologisch veel meer schade dan die hele reactor in Tsjernobyl. Dat is de verantwoordelijkheid geweest van de pers en de televisie'²⁹. Of Teller gelijk heeft is hier niet aan de orde; maar het is een heel andere kijk op de macht van de media dan gebruikelijk, en een die bestudering verdient. De belangrijkste rol van de media is wat in steeds meer onderzoeken 'the construction of reality' genoemd wordt en dat noemde Carey bij de kenmerken van de 'rituele opvatting' van communicatie.

Massamedia vormen een zodanig bestanddeel van de samenleving, dat bijna niemand de confrontatie ermee (en dus beïnvloeding) geheel kan ontlopen. Ook degenen die niet van die muziek houden, kennen Michael Jackson; ook bisschoppen kennen Madonna. Zelfs iemand die zelf niets van televisie moet hebben zal merken dat het op bepaalde tijdstippen stiller op straat is dan anders, hij zal toespelingen op wat vertoond werd horen en moeten proberen te begrijpen. Met het medium als zodanig en het programma als geheel wordt iedereen geconfronteerd. Daarentegen is de eenmalige boodschap meestal gemakkelijk te vermijden. Zelfs als men ermee geconfronteerd is, maakt selectief waarnemen het gemakkelijk zich eraan te

onttrekken. Wie niet wil weten wat links en rechts in de wereld gebeurt, zal het ook niet weten.

Op het eind van de jaren veertig deden Bianka en René Zazzo in Frankrijk onderzoek onder kinderen (B. Zazzo, 1952; R. Zazzo, 1952; Zazzo & Zazzo, 1952). Zoals zij aantoonde konden kleuters een driedimensionaal voorwerp dat ze vanuit verschillende gezichtspunten te zien kregen niet herkennen als een en hetzelfde ding. Zo konden ze ook een film niet begrijpen, want hetzelfde gezien na wisseling van de camerainstelling was voor kinderen iets heel nieuws.

Wetenschappelijk werd vastgesteld dat kinderen vóór de lagere schoolleeftijd onmogelijk een film konden begrijpen, zelfs geen kinderfilm. Voor de generatie kinderen die met televisie is opgegroeid is dat echter lang niet zo'n probleem. Ze begrijpen films en televisie veel gemakkelijker dan zeg hun grootouders. Zeker beter dan uw grootouders. Dat is pas een verandering die televisie teweeggebracht heeft!

De paradoxale situatie dat ze *niet* effectieve middelen zijn, en toch grote gevolgen kunnen hebben, vraagt een aanpassing in het denken die met recht een paradigmawisseling genoemd mag worden, vergelijkbaar met de omwentelingen in het denken waar Columbus en Galileï toe noopten. 'It is a riddle wrapped in a mystery inside an enigma' zoals Winston Churchill formuleerde (al sloeg dat toen ergens anders op)³⁰.

Communicatiewetenschap

Een andere paradox komt naar voren wanneer we ons realiseren dat communicatiewetenschap niet de wetenschap van communicatie is. Na het hiervoor gezegde zou het nauwelijks mogelijk zijn te denken dat er één wetenschap zou zijn die zo'n variëteit aan studieobjecten als haar object zou hebben. Toch wordt dat van de communicatiewetenschap wel verwacht. Niemand eist van de natuurkunde dat ze zich bezighoudt met wat de goegemeente 'de natuur' noemt (Natuur is voor teverdenen en legen), om over wiskunde en scheikunde nog maar te zwijgen. Sterrenkunde gaat niet over filmsterren en autorij-scholen zijn geen instituten voor bestuurskunde. Maar voor communicatiewetenschap wordt wel zo'n kortsluitingsredenering gevolgd. Zo schrijft een hooggeleerde columnist in een weekblad eerder dit jaar: 'Voor de minder ontwikkelde lezer leg ik het even uit met een eenvoudig voorbeeld. Stel, ik heb negen jaar over mijn vwo gedaan, ben te stom om voor de duvel te dansen en zou eigenlijk de toiletten van landgoed Ekenstein moeten poetsen; in plaats daarvan besluit ik communicatiewetenschappen te gaan studeren in Groningen, zodat ik over enkele jaren een nette boterham kan verdienen als onderassistent-persvoorlichter van de gemeente Appingedam'³¹. Zover is het al gekomen: een hoogleraar die niet eens precies weet hoe een vak heet, waar het gedoceerd wordt, waartoe het opleidt of onder welke categorie het in het Academisch Statuut (zaliger gedachtenis) werd

vermeld (namelijk niet de Geesteswetenschappen maar de Sociale Wetenschappen), en er ook nooit iets van heeft gelezen, meent met zulke voorbeelden minder ontwikkelde lezers te mogen misleiden. Hij demonstreert al doende wel enige zelfkennis, want een paar regels eerder staat namelijk: 'Geld en aards genot hebben slechts een corrumperend effect op de verheven missie van de geesteswetenschappen'. Voor de volledigheid: vanuit de hier geciteerde achtergrond en met de geciteerde verwachtingen kan men wel besluiten om communicatiewetenschap te gaan studeren, maar de kans op succes is klein. Communicatiewetenschap is zeker niet een van de gemakkelijker studies aan de Nederlandse Universiteiten.

Het woord 'communicatie' heeft zoveel *verschillende* betekenissen dat het ondenkbaar is dat één wetenschap de bestudering daarvan op zich zou kunnen nemen. Al die vele betekenissen kunnen onder bepaalde gezichtspunten bezien, object van studie zijn voor zeer veel disciplines. Stephen Littlejohn zegt: 'The study of communication is a social science. It involves understanding how people behave in creating, exchanging, and interpreting messages' (Littlejohn, 1989, p. 8), en onder het hoofdje communication metatheory: 'Because of the diversity of disciplines involved in the study of communication and the resultant divergence of thought about research and theory, epistemological issues are important in this field' (Littlejohn, 1989, p. 9).

Geen wonder dat er dan ook personen zijn die expliciet het bestaansrecht of de bestaansmogelijkheid van communicatiewetenschap ontkennen. Een daarvan is, of beter schijnt te zijn, de Münchener Zeitungswissenschaftler Hans Wagner. Hij ziet alleen maar een eenheidsbrij en meent: '(...) daß es *die* bzw. *eine* Kommunikationswissenschaft nicht gibt und wohl auch nicht geben kann. *Es gibt eine Vielzahl verschiedener Kommunikationswissenschaften*. Nicht weniger, aber auch nicht mehr. Wer den Anspruch erhebt, Kommunikationswissenschaftler zu sein, wo er doch in Wirklichkeit >nur< Zeitungswissenschaftler, >nur< Kommunikationssoziologe, >nur< Kommunikationspsychologe usw. oder schlimmstenfalls keins von alledem ist, täuscht sich selbst und möglicherweise eine inkompetente Öffentlichkeit' (Wagner, 1980, p. 178). Wagner heeft veel gelijk maar ook ongelijk. Er kan heel goed één wetenschap zijn die communicatiewetenschap heet, al kan men van mening zijn dat zulks geen gelukkige naam is. Dat heeft deze wetenschap dan gemeen met de meeste andere. Wagner zou helemaal gelijk hebben als 'communicatiewetenschap' betekende *de* wetenschap van communicatie, of *de enige* wetenschap die zich met communicatie bezig houdt. Dat zou een wel zeer valse pretentie zijn. De wetenschap die nu, niet door mijn schuld, noch die van Wagner, communicatiewetenschap heet is de voortzetting van de Publizistikwissenschaft én van de Zeitungswissenschaft (die Wagner logisch ziet als een van de mogelijke 'communicatiewetenschappen'). Om zeer begrijpelijke redenen waren de beoefenaars niet gelukkig met de benaming, en veranderden ze twee maal binnen

een halve eeuw hun etiketten, een tempo dat aan Nederlandse spelingswetgeving doet denken. *'De beoefenaren van de Publizistikwissenschaft moeten zichzelf wel als wetenschappelijke heikneuters voorkomen, want nog nat van het doopwater moesten ze zich alweer laten omdopen tot communicatiewetenschappers'*, meent de Zwitser Ulrich Saxer (1980, p. 525) – hij doceert Publizistikwissenschaft.

Het heeft weinig zin om zich bij namen af te vragen hoe correct die zijn, we zagen dat bij andere wetenschappen. Nu een discipline eenmaal zo heet moeten de buitenstaanders zich er maar bij neerleggen, dat hebben de beoefenaren ook moeten doen. De enige claim die de communicatiewetenschappers op de naam kunnen leggen is dat ze er al mee begonnen zijn in een tijd dat anderen nog steeds terugschrokken voor het vreemde woord communicatie. Vandaag de dag kiest iedere nieuw beginnende studierichting liefst voor een naam waar 'communicatie' in zit; vooral de faculteiten der Letteren zijn daar mee bezig. Die zitten nu, in de woorden van Winfried Lerg uit 1979, epistemologisch op het niveau van de Zeitungswissenschaft van 1925.

Communicatiewetenschap is niet dé wetenschap van communicatie, net zo min als bijvoorbeeld sociologie de enige wetenschap is van het sociale. Communicatiewetenschap beweegt zich dus op een terrein waar heel wat, vooral sociale, wetenschappen ook actief zijn. Ze heeft de plicht om daarvan goede nota te nemen, en de verworvenheden te evalueren. Maar ook om haar eigen plaats in dit samenspel duidelijk te maken en te houden. In ieder geval is wetenschap die zich met communicatie bemoeit niet vanzelf communicatiewetenschap. En als het wat anders is, dan zal het dat ook wel met overtuiging zijn. '(...) in der Regel definiëren Psychologen menschliche Kommunikation psychologisch, die Soziologen soziologisch, die Politologen politologisch – und erheben gleichzeitig den Anspruch, menschliche Kommunikation damit jeweils vollständig und hinreichend erklärt zu haben', zegt Wagner (1980, p. 169). Ik ben blij dat ik het niet uit mezelf hoef te zeggen. Toen ik uit hoofde van mijn bestuursfunctie met een visitatiecommissie werd geconfronteerd – (voor de goede orde: niet die voor communicatiewetenschap) – begon een van de leden bij wijze van conversatie: 'Oh, u bent van communicatiewetenschap, dat zal wel veel psychologie zijn.' Op mijn ontkenning vervolgde hij: 'Oh, dan zal het wel veel sociologie zijn.' De Vollständigkeit die Wagner in Duitsland per discipline constateerde wordt in Nederland schijnbaar met twee disciplines bereikt. Omdat het niet de juiste gelegenheid was om in een principiële discussie te gaan, heb ik dus ook maar niet verteld dat zijn studenten al vijfentwintig jaar daarvoor naar Nijmegen kwamen en blij gaven dat in elk geval beter te weten.

Wagner op zijn beurt was tot de volgende conclusie gekomen: 'Die Konsequenz, sozusagen eine Kommunikationsregel für das interdisziplinäre Gespräch über menschliche und soziale Kommunikation, müßte demnach lauten, daß jeder, der sich mit menschliche Kommu-

nifikation beschäftigt, präzise angibt womit er sich befaßt. Erst eine solche Definition des jeweiligen Formalobjektes nämlich markiert zugleich die Grenzen, innerhalb deren die sich jede einzelne theoretische Erklärung bewegt; sie erst legitimiert die Kompetenz, die man einfordert; sie erst steckt den Rahmen ab, innerhalb dessen die Erklärung Geltung beanspruchen kann' (Wagner, 1980, p. 170).

Nu werkt de ontwikkeling van de studie van (massa)communicatie-verschijnselen dergelijke misverstanden ook wel in de hand. In 1959 provoceert Bernard Berelson: 'My theme is that, as for communication research, the state is withering away' (1959, p. 1). Het communicatieonderzoek is aan het verwelken, de belangrijkste tegenwoordigers van de vier hoofdstromen, Lasswell, Lazarsfeld, Lewin en Hovland, zijn niet meer met dit soort onderzoek bezig, de 'grote ideeën' zijn uitgewerkt en er zijn nog geen nieuwe. Wilbur Schramm bestrijdt weliswaar dat het onderzoek dood zou zijn, maar zijn visie sluit eigenlijk nauw aan bij die van Berelson; alleen komt hij tot een tegengestelde conclusie. In zijn reactie op Berelsons 'lijkschouwing', waarin hij de vier door Berelson nog 'leading proponents' genoemde wetenschappers uitroept tot de 'Founding Fathers' van het vak, zegt Schramm: 'We sometimes forget that communication research is a field, not a discipline. In the study of man it is one of the great crossroads where many pass but few tarry (...)' (Schramm, 1959, p. 8). Het beeld van de crossroads zal hij nog vele malen gebruiken en nader uitwerken. Maar wat hij daar niet bij zegt, is dat hij zelf een van de eersten was om in de buurt van dat kruispunt een factorij op te zetten, zoals McCombs opmerkt, die aan die factorij zijn opleiding volgde³². De opmerking van Schramm is van groot belang geweest voor de ontwikkeling, immers wanneer men wat men ziet definieert als een veld, zal men ook de kenmerken van een veld zien, zoals Columbus ook indianen zag, toen hij meende in Indië aan land te gaan.

Vanaf Berelsons grafrede zagen zeer velen alleen maar een veld; vooral als ze niet over de Atlantische Oceaan keken, kon dat. Berelson meende dat de toestand van het onderzoek aan het verwelken was, omdat hij een grote verscheidenheid aan wetenschapsbeoefenaren had bijeengebracht onder één noemer, waarvan het gemeenschappelijke wel het woord communicatie was, maar niet de betekenis die aan dat woord moest worden toegekend. Dat vermeldt Berelson overigens zeer expliciet. Voor de een was communicatie de transmissie van stimuli³³, voor een ander was communicatie pas voltooid als de tekens begrepen werden³⁴, voor weer anderen ging het bij communicatie niet om betekenissen, doch slechts om de statistische aard van de informatiebron³⁵, en voor nog eens anderen ging het om het met elkaar in verband staan van entiteiten³⁶. Als men dan verdisconteert dat de meesten een eigen veld en discipline van studie hadden en alleen maar passanten waren op het kruispunt, dan was de sombere conclusie niet vreemd. Vreemder was wel dat sommige van die passanten daarna 'Founding Fathers' werden genoemd, terwijl ze geen oprichters waren en zelfs

geen blijvers (vgl. Robinson, 1988). Ze demonstreerden zeer duidelijk wat Littlejohn omschrijft als: 'Although scholars from a number of disciplines share an interest in communication, the scholar's first loyalty is usually to the general concepts of the discipline itself. Communication is generally considered subordinate' (Littlejohn, 1989, p. 4).

Al die wetenschappers die zich vanuit hun eigen discipline met communicatievraagstukken zijn gaan bezighouden deden dat uit loyaliteit met hun eigen vak, hun eigenlijke vak, omdat vanuit hun vak gezien dat interessante gezichtspunten opleverde. Nu min of meer toevallig één bepaalde discipline de naam 'communicatiewetenschap' heeft gekregen, zou men bij de beoefenaren van dat vak zo'n zelfde loyaliteit verwachten, en niet een half beschaamd, half besmuikt melden wat men vroeger ooit heeft gestudeerd, zoals wel voorkomt. Tenzij men natuurlijk nog daar thuishoort. Maar als niemand twee heren kan dienen, is het zeker moeilijk twee vrouwen te dienen, en de wetenschap is een vrouw. Vreemd is vooral dat er de laatste tijd meer en meer lieden voorkomen die vinden dat zij wel communicatiewetenschappers zijn, maar nooit de moeite nemen om aan te geven welke soorten communicatie voor hen wel en welke soorten niet van primair belang zijn. Of misschien beter nog, omschrijven wat het object van studie van de communicatiewetenschap is zonder daarbij het woord communicatie te gebruiken. Ze blijven maar doorgaan te suggereren dat communicatiewetenschap de wetenschap van alle communicatie is of alle wetenschap van communicatie en toch één discipline. De woorden van Wagner en anderen zijn aan hen niet besteed geweest. Zo hield Akiba Cohen, president van de International Communication Association op 14 juli 1994 in Sidney een *Presidential Address* (Cohen, 1994, p. 2-4), gebaseerd op een enquête onder de leden van zijn organisatie, waarin gevraagd was of communicatie een discipline was en of het belangrijk was dat communicatie een discipline was. Als respondent mag ik geschokt zijn over het feit dat hij nooit had gevraagd wat dan wel het object van die communicatiewetenschap was. Aangezien de leden van ICA uit allerlei hoeken van het veld komen was het geen wonder dat hij met vreemde conclusies kwam. De meerderheid had twee maal ja gezegd, welnu, voor wie geloofde dat het een discipline was, *so be it*; voor de minderheid die het niet geloofde, *they may have a point too!* Dat ze geloven is blijkbaar belangrijker dan wat ze geloven. De hele kwestie van disciplines is volgens hem achterhaald, in plaats daarvan moet het veld ons brandpunt worden (een merkwaardige metafoor: *'field as focal point'*). Maar er is geen enkele aanwijzing dat psychologie, sociologie of linguïstiek ook maar de minste behoefte gevoelen om hun disciplinaire bestaan op te geven in ruil voor dit en nog vele andere velden. Het is mogelijk dat de wetenschapspolitiek elders verloopt via voor ons nog ondoordringelijke wegen, maar waarschijnlijk is dat niet. Bovendien maakt Cohen ook helemaal niet duidelijk wat het is wat men zou moeten opgeven; het discipline-zijn is voor hem alleen maar status en organisatie, doch heeft geen inhoud, geen visie. We zijn niet verder dan

Berelson, behalve dan dat er nu niet meer away gewitherd wordt.

Niet alleen op deze manier wordt de verwarring in de hand gewerkt. Recentelijk is weer eens een groot deel van een nummer van een tijdschrift (vgl. Kellner, 1995; McLaughlin, 1995; Scholle, 1995; Streeter, 1995) gewijd aan een discussie over het al dan niet disciplinekarakter van communicatiestudies. Zulke discussies in de overwegend Amerikaanse literatuur worden nagenoeg altijd gedomineerd door de veronderstelling dat er een eenheid zou zijn van alles wat kan worden verteld over alles wat met de naam 'communicatie' wordt aangeduid: een veld waar velen bezig zijn, ieder met zijn eigen instrumentarium, zijn eigen vragen, zijn eigen verwachtingen, zijn eigen bedoelingen. Wie het onderwerp eerst als een veld definieert *kan* niet aan één discipline alle taken toebedelen. Dat wat al te gemakkelijk als 'communication' of 'communications' of 'communication studies' wordt samengevat vormt niet één discipline, en zou dat ook niet kunnen doen. Twee jaar geleden drong Donald Swanson erop aan niet meer te doen alsof. Zijn visie op dat probleem (of zijn oplossing?) is op zijn zachtst gezegd ietwat curieus. Volgens hem is communicatie een interdisciplinair veld waarin intellectuele arbeid wordt verricht zonder de hegemonie van een opgelegd disciplinair perspectief dat in sommige andere velden bepaalde ideeën of onderzoeksmethoden uitsluit of minstens verdacht maakt³⁷. Swanson heeft gelijk dat het brede onderwerp een veld is, maar als hij uitlegt dat er in dat veld onderzoek kan worden gedaan zonder last te hebben van bepaalde door specifieke, overigens door hem niet met naam aangeduide disciplines voorgeschreven gezichtspunten, dan betekent dat impliciet toch dat er kennelijk nog andere gezichtspunten zijn die nog wel voorrang verdienen.

Disciplines zijn niet door een hogere macht of door de logica verordonneerd, maar tamelijk willekeurig ontstaan, en daarom niet noodzakelijkerwijs de beste manier om kennis te groeperen, meent Littlejohn (1989)³⁸. Zulks wordt onbedoeld gedemonstreerd door James Beniger (1990), die in *Communication Research* de rubriek *Far afveld* verzorgt over 'new books not primarily addressed to the academic field of communications, but which make important contributions to the understanding of communications as broadly defined', en die gezien die subtitel in staat zou moeten zijn tot het maken van subtiele distincties. Hij vervaardigt een overzicht van wie de belangrijkste 'theorists of communication' zouden zijn, gebaseerd op *The encyclopaedia of communication* uit 1989. Uitvoerig legt hij uit waarom dit werk bruikbaar is als indicator van de stand der wetenschap: het is omvangrijk (1800 pagina's), heeft vele (465) medewerkers, van diverse universiteiten en daarbuiten, uit vele landen enzovoort. Nu was een van Benigers criteria die de Encyclopaedia zo geschikt maakte 'interdisciplinary representation', dus het is niet zo'n wonder dat in een interdisciplinair vervaardigd boek een veelheid aan visies staat: iedere discipline zijn eigen heiligen en iedere heilige een kaarsje. Beniger verricht op de Encyclopaedia een inhoudsanalyse: hij telt het

aantal lemma's waarin een auteur als theoreticus genoemd wordt (1990, p. 712); slechts drie van de top-120 theoretici (Aristoteles 1, Plato 2) zijn uit 'communications': Schramm, McLuhan en Gerbner. De rest zijn filosofen (veertig procent), psychologen, sociologen, literatuurwetenschappers, antropologen, linguïsten, mathematici. De Founding Fathers horen wel tot de top-120, maar nemen daar geen bijzondere plaats in; geen enkele oud-president van de International Communication Association hoort erbij. Beniger concludeert dat de Founding Fathers een mythe zijn en dat noch de georganiseerde discipline noch de toonaangevende beroepsorganisatie het gebied erg goed vertegenwoordigen³⁹. Hier is natuurlijk ook een andere conclusie te trekken: als men het gemeenschappelijke definieert als een interdisciplinair veld, dan zal men een interdisciplinaire staalkaart aan theoretici terugvinden, elk met hun voorvaderen, en Aristoteles voor ons allen. De Founding Fathers waren de oprichters van onderzoeksinstituten, en waar communicatie een aantrekkelijk thema was voor de derde geldstroom, waren zij gaarne bereid om ook daar aandacht aan te besteden; maar het was niet het centrum van hun interesse. De voorlieden van een zeer breed samengestelde organisatie zullen die brede samenstelling representeren.

Interessanter is vooral dat het kennelijk zo goed mogelijk was om te zeggen wie communicatie-scholars waren, en wie niet. Er is dus kennelijk een eenheid, een verwantschap, iets wat ze met elkaar delen en niet met al die andere. Als dat geen discipline is, wat is het dan en tot welke discipline horen die drie?

Opgaven voor de communicatiewetenschap

Communicatiewetenschap wordt niet alleen gehinderd door haar naam en haar leeftijd, maar meer nog door de velen die beginnen het veld te definiëren en vervolgens te verdelen. In dat veld is er ook plaats voor de communicatiewetenschap, mits die niet meent zich verantwoordelijk te moeten stellen voor het hele veld. Met name zou de communicatiewetenschap zich verplicht moeten voelen om de paradoxen die ik besprak te verhelderen. Er zijn vele wetenschappen die bijdragen aan kennis van en inzicht in communicatieverschijnselen. Zo wordt in het voorlichtingsonderzoek op grote schaal psychologisch onderzoek verricht, dat de effectiviteit van de voorlichtingscampagnes verhoogt. Aan de communicatiewetenschap is de taak om (met die verworven inzichten in het achterhoofd) door te dringen tot het begrijpen van het principiële niet-effectieve van alle dergelijke activiteiten. Bestudering van het menselijk gedrag door de psychologie of van de structuur van de samenleving door de sociologie hoeft niet herhaald te worden. Daarom is het goed eens te waarschuwen voor de overdreven aandacht voor alle uses-and-gratifications research. Afgezien van de methodische bezwaren die men daartegen kan hebben (Stappers, Reijnders & Möller, 1990, p. 64-72; 161-168) is er een veel principiële bezwaar: voor de uses-and-gratifications-bena-

dering concurreren de media met andere bronnen van behoeftenbevrediging. En de behoeften die massamedia bevredigen zijn slechts een segment van de brede range van menselijke behoeften⁴⁰. Correct, maar een communicatiewetenschap die zichzelf serieus neemt zou zich juist moeten toeleggen op media voor zover die *niet hetzelfde* zijn als andere zaken, en op door media gediende doeleinden die voor de media *specifiek* zijn. Halloran heeft ongetwijfeld gelijk als hij stelt dat geweld vooral wordt veroorzaakt doordat rijkdom slecht wordt verdeeld, maar prioriteit heeft voor de communicatiewetenschap niet waardoor geweld ontstaat, maar wat de media veroorzaken. De wijsheid dat het wellicht realistischer was ons niet meer af te vragen wat de media met de mensen doen, maar voortaan te vragen wat mensen met de media doen, is een goede tip voor een psycholoog, indien nodig, en een heel belangrijke vraag ook. Maar de communicatiewetenschapper zou meer moeten nadenken over wat de media met de mensen doen.

Er is niets verkeerd aan de aandacht die andere disciplines voor communicatieverschijnselen hebben, maar zij laten belangrijke vragen onbeantwoord. De bijdrage van de psychologie aan de voorlichting noemde ik al. In Nederland is bijvoorbeeld de sociologie sterk bepalend geweest voor het omroeponderzoek, mogelijk omdat de verzuilde omroep berustte op zaken waar de sociologen het meeste inzicht in hadden. Wanneer men in omroepeland een kinderpsycholoog zocht adverteerde men voor 'een omroepsocioloog, moet in het bezit zijn van doctoraalexamen psychologie'. Dat omroepen zich met massacommunicatie, met openbaar maken, met het creëren van realiteit bezighielden werd relatief verwaarloosd. Eerst door de omroepen, vervolgens en nog steeds door de politiek.

Mijn inaugurale rede heb ik besloten met 'Het bestaansrecht van de communicatiewetenschap is erkend, de uitbouw moet nu door de communicatiewetenschappers zelf ter hand genomen worden' (1986, p. 20). Welnu, er is nog heel wat te doen voor de komende generaties. Er is een tendens waarneembaar, die ik zou willen benoemen als het principe van de onverschilligheid. De stelling is: 'De een noemt dit communicatiewetenschap en de ander dat.' Nu is het billijk en rechtvaardig dat wetenschappers het niet precies met elkaar eens zijn omdat uit de botsing van de meningen kennis groeit. Maar het is niet zo dat iedere afwijkende mening daarom ook evenveel waard is. Wat communicatiewetenschap is, staat niet meer ter volledig vrije beoordeling van deze of gene.

Op de eerste plaats omdat de naam in gebruik is, en men kan zich niet zomaar een in gebruik zijnde naam toeëigenen. Doch wie zich onder een vaandel schaart dient de geschiedenis van het vak enigszins te kennen. Dat is een van de dingen die op dit ogenblik verwaarloosd wordt. In Amerika zijn zeer velen bezig opnieuw het wiel uit te vinden, maar ook in Nederland willen velen dat doen. Iedereen heeft het, zoals altijd, over de nieuwe media, maar slechts enkele onderzoe-

kers kennen de 'wet van Riepl'. Reeds in 1913 had Riepl het over de nieuwe media⁴¹, volgens hem verdwijnen de oude niet, maar krijgen ze een nieuwe functie. Het zou de moeite waard zijn eens te kijken of hij gelijk had, al was het maar om zijn ongelijk aan te tonen.

Op de tweede plaats omdat wie niet de traditie voortzet – desnoods door zich ertegen af te zetten – opnieuw voor het probleem geplaatst wordt te omschrijven wat hij dan wel bestudeert. Dat het antwoord: 'communicatie' niet afdoende is, zal inmiddels wel duidelijk zijn geworden.

Op de derde plaats omdat wie het werk doet wat anderen al doen, omdat het hun taak is dat te doen – en die anderen zullen zeker vinden dat ze het beter doen – daar ooit mee zal moeten ophouden, bijvoorbeeld bij een van de volgende bezuinigingsronden.

Om het bestaansrecht van de communicatiewetenschap continu te herbevestigen is het niet voldoende dat men werkt met de nieuwste methoden van onderzoek. Verbazingwekkend is dat methodologen meer oog hebben voor disciplinariteit en dat de beoefenaren van veel disciplines zich blind staren op onderzoeksmethodologie. Veel wetenschappers gaan te werk op de manier van de overbekende dronken man, die onder een lantaarn zijn portemonnee zoekt. Op de vraag waar hij die is verloren wijst hij in de verte. Hij zoekt waar de lantaarn staat. De ware wetenschapper is echter een heel ander type; die doet eerder denken aan de man die door de ouvreuse van de bioscoop al kruipend tussen de laatste rijen stoelen ontdekt wordt, wanneer ze na afloop van de voorstelling de zaak wil gaan afsluiten. 'Wat doet u daar toch?', vraagt ze, waarop de man antwoordt: 'Ik zoek mijn toffee.' 'Ja hoor, daar kunnen we niet op blijven wachten, neemt u maar een andere toffee.' 'Alles goed en wel', zegt de man, 'maar m'n gebit zit eraan vast.' Dat is de juiste houding: de oplossing zoeken waar de problemen zijn.

Noten

- 1 'Ha! Daar hebben we ons knuffelwoord weer. Het lijkt erop dat we hier van doen hebben met techno-hippies, computerfreaks die zich alsnog het gedachtengoed van de jaren zestig hebben eigen gemaakt. Kommunikaasie, daar gaat het om; wát gecommuniceerd wordt doet niet ter zake. *The medium is the message*' (Kaal, 1994).
- 2 Statenvertaling, ed. 1977.
- 3 Petrus Canisius vertaling, ed. 1948.
- 4 Gerard Gerardts in *de Volkskrant*, 9 februari 1991.
- 5 '(...) Anders dan sommigen in dit vak heb ik ook niet de houding van: 'Als ik het maar mooi vind, zal het me verder een zorg zijn'. Integendeel, ik ga er van uit dat iemand die werkt met een duur massamedium met het publiek moet communiceren. Ik stel mezelf steeds de vraag: begrijpen ze wat ik wil zeggen.' Orlow Seunke in interview met Paul Hellmann in *NRC Handelsblad*, 6 mei 1991, p. 2.
- 6 'Morse thrust the letter across once more, and sat back in his chair like some smug paedagogue. 'What you want a letter to do, Lewis, is to *communicate* – got that? Now the spelling there is a bit weak, and the punctuation's infantile. But Lewis, I'll tell you this: the upshot of that particular letter is so clear, so unequivocal, so clever, that no one who read it could have misunderstood one syllable!' (Dexter, 1981, p. 165).

- 7 'Ik ben projectleider, en zorg dus voor de communicatie. Voor de vorm. Dus u bent eigenlijk bij mij aan het verkeerde adres. Anderen adviseren over de boodschap zelf. De boodschap luidt in dit geval: (...) ' Paul van Jaarsveld in gesprek met Dorine Hermans: 'SIRE. Predikers van een voorbije moraal' in *Elsevier*, 19 oktober 1991, p. 35.
- 8 *NRC Algemeen Handelsblad*, 6 januari 1973.
- 9 'Maar gisteren is het centrum van Amsterdam getroffen door een communicatiestoring. Men zal nu misschien denken dat dit hier al sinds Anno Dazumal het geval is – hoe vaak komt het voor dat men zich in verbinding blijkt te hebben gesteld met het graf van Willem de Zwijger – maar deze keer gebeurde er ook al niets als men op de knoppen van de telefoon drukte. Vreemd: je eerste reactie is ergernis. Een mens is er zo aan gewend dat hij heerst met zijn vingertoppen, dat hij zich de eerste seconden opstandig en verongelijkt voelt als het misloopt met die gezagsuitoefening. De klachtendienst bellen, denk je. Dommer kan het niet. En dan schiet er iets intelligenters door je heen: Maar dan kan ik ook niet worden opgebeld! De communicatiestoring is tweezijdig, ik hoef me niet meer te verstoppen, geen mens is meer bij machte om me op de voor hem veilige afstand, in het onaantastbare bastion van zijn gelijk, over m'n vermeende wandaden te onderhouden.' Samuel Montag: 'Overpeinzing nr 443: communicatiestoring' in *NRC Handelsblad*, 30 januari 1988.
- 10 'Die zei in kleine kring dat hij het veel beter kon dan Van Agt. Oeioeioei, een premier hoort zo iets altijd, en Dries vergat dat dan niet – communicatie definitief verstoord. Dat het tussen ons tweeën nooit wrikte, had natuurlijk iets te maken met het feit dat ik geen politieke bedreiging voor Dries was' in *De Tijd*, 4 maart 1988.
- 11 'We, dat zijn vijfhonderd verkopers. Die moeten de opstap van U2 naar Morgenstimmung van Edvard Grieg ('bekend van de yoghurtreclame met de zwemmende perzik en banaan') laagdrempelig maken. Zij dienen de communicatie op gang te brengen tussen Prokovjevs *Romeo en Julia* ('denk aan de recente reclame voor een mannen-geurlijn') en de Sinatraconsument.' Hans Breukhoven in *De Beer* (1991).
- 12 'Geerdink kent een antroposofenclub van managers. De groep van rond de tachtig topmanagers trekt zich regelmatig terug, in kleine groepen of plenair, om te communiceren. Het werken met klei wordt daarbij niet geschuwd.' Suzanne Baart, boekbespreking van M. Schoemaker & T. Geerdink (1991). *Human talent management*. Deventer: Kluwer, in *de Volkskrant*, 25 mei 1991.
- 13 'In controversy about communications systems and communications theory it is often useful to recall the unresolved range of the original noun of action, represented at its extremes by *transmit*, a one-way process, and *share* (cf communion and especially communicant), a common or mutual process. The intermediate senses – make common to many, and impart – can be read in either direction, and the choice of direction is often crucial' (Williams, 1976, p. 72-73).
- 14 '(...) communication is a symbolic process whereby reality is produced, maintained, repaired and transformed' (p. 23); 'Reality is not given, not humanly existent, (...) reality is brought into existence, is produced, by communication – by, in short, the construction, apprehension, and utilization of symbolic forms' (p. 25); 'If we follow Dewey, it will occur to us that problems of communication are linked to problems of community, to problems surrounding the kinds of communities we create and in which we live' (p. 33); 'Our minds and lives are shaped by our total experience – or better, by representations of experience and, as Williams has argued, a name for this experience is communication' (p.33) (Carey, 1989).
- 15 Klapper geeft daarna impliciet aan dat hij die verplichting niet voelde.
- 16 Maletzkes conclusie dat de term, minstens in het wetenschappelijk taalgebruik in Duitsland anno 1963, al zou zijn ingeburgerd, is voorbarig te noemen, omdat in de vijftig pagina's tellende literatuurlijst dat woord slechts drie maal als Duits woord in een van de titels voorkomt: eenmaal bij een artikel van Maletzke, eenmaal bij een artikel van Hertha Sturm, en eenmaal in de vertaling van een artikel van Gerard Wiebe, dat oorspronkelijk 'mass communication' heette.
- 17 De in 1963 door Maletzke gegeven definitie luidt:

'Unter Massenkommunikation verstehen wir jene form der
Kommunikation, bei der Aussagen
öffentlich

(also ohne begrenzte und
personell definierte
Empfängerschaft)
(Medien)

durch technische Verbreitungsmittel
indirect

(also bei räumlicher oder
zeitlicher oder raumzeitlicher
Distanz zwischen den
Kommunikationspartnern)

und einseitig

(also ohne Rollenwechsel
zwischen Aussagendem und
Aufnehmendem)

an ein disperses Publikum vermittelt werden'. (in soeben erläuterten Sinne)

De hier genoemde kenmerken van massacommunicatie zijn een uitwerking van de kenmerken die Maletzke in een eerdere publikatie (Maletzke (1954); geciteerd uit: Maletzke, 1984, p. 27) had onderkend aan de 'publizistische Aussage'. Het kenmerk van openbaarheid kwam toen merkwaardigerwijs niet ter sprake, hoewel dat toch ongetwijfeld voor de gebruikers van vakterm het hoofdkenmerk van 'Publizistik' was; het 'disperse publiek' is een latere specificatie van wat hij in 1954 aankondigde als nadere uitwerking van het begrip 'massa', namelijk 'Wieweit wir bei diese Sachlage berechtigt sind, die Gesamtheit der Empfänger als 'Masse' zu bezeichnen, wieweit der Terminus 'Massenkommunikation im strengen Sinne gerechtfertigt ist, diese Frage muß einer gesonderten Untersuchung vorbehalten bleiben.' Negen jaar later is voor Maletzke 'massacommunicatie' het kernbegrip. In die tijd wekte dat ook geen verwondering; hoogstens stoorden sommigen zich aan het feit dat Maletzke de zenders en ontvangers van publizistische dan wel massacommunicatieve boodschappen producenten, resp. consumenten van die boodschappen noemde.

- 18 De apparatuur die voor de doorgave van boodschappen gebruikt wordt, en die op de eerste plaats een technisch karakter heeft, op de tweede plaats ook sociologisch en psychologisch, in het Duits 'Medium, Massenmedium, Massenkommunikationsmedium, Verbreitungsmittel, Aussagemittel, (oft noch mit den Adjektiven 'öffentlich' oder 'publizistisch' versehen), Massenkommunikationsmittel' genoemd. (Maletzke, 1963, p. 36-37). Er is anno 1963 geen gevaar voor verwarring, dus die termen kunnen door elkaar gebruikt worden.
- 19 Uit het laatste vloeien de kenmerken van 'eenzijdigheid' en 'indirectheid' voort.
- 20 Waarnemingspsychologie of functieleer worden niet genoemd, maar horen ongetwijfeld ook het rijtje thuis.
- 21 'Zur Publizistikwissenschaft rechnen wir hier auch diejenige Richtung, die sich selbst nach wie vor als 'Zeitungswissenschaft' bezeichnet' (Maletzke, 1963, p. 5 (noot 1)).
- 22 Maletzke geeft ten onrechte 'p. 73' aan; Prakke geeft op de aangehaalde plaats twee definities, een van *Publizistik im engeren Sinne* en een van *Publizistik im weiteren Sinne*. In de laatste gebruikt Prakke wél 'Kommunikation', in de eerste niet. Maletzke noemt slechts de eerste.
- 23 Op de voorkant heet het in grote letters: 'a most valuable book for anyone concerned with the state of the chief means of communication in this country - television, films, theatre, advertising, books and magazines'.
- 24 'Die Begriffe "Publizistik" und "Kommunikation" werden grundsätzlich gleichbedeutend verwendet. Wer ein Gespräch führt handelt publizistisch.... Unter handlungstheoretischen Gesichtspunkten sind Publizistik und Kommunikation dasselbe. Auch der vielfach aus praktischen Gründen oder aus bloßer Unachtsamkeit verwandte Begriff 'Massenkommunikation' - oft ist damit gerade die 'öffentliche' oder soziale Kommunikation gemeint - verstellt nur die Sicht für verhaltensorientierte Kommunikationsforschung. Tatsächlich tauscht dieser Begriff ein quantitatives Kriterium nur vor, denn ein allgemeines wissenschaftliches Urteil darüber, bei welchem Aktualitäts- oder Publizitätsgrad die 'Massen'-Kommunikation beginnt oder aufhört, ist nicht möglich. Selbst als Strukturbegriff ist er - etwa zur Kennzeichnung für den Austausch räumlich verstreuter Vielheiten (diffuser Publica) - durchaus entbehrlich' (Lerg, 1970, p. 11).

- 25 'Over the past quarter of a century there have been clearly discernible developments away from the mainstream, conventional, simplistic, service research referred to above to a more holistic, sociological, contextual, non-mediacentred, processual, critical approach. (...) It is because we have not treated mass communication as a social process; because we have not regarded media institutions as having something in common with other social institutions and as interacting with these other institutions in society, such as family and school, that we haven't made the progress that we might have made in understanding the relationship between television and children. We also have very crude ideas about the process of influence. This largely stems from the psychologicistic orientation of so much of the research which was mentioned earlier. (...) My argument, therefore, which applies to a whole category of work which is still predominant in most societies, is that we have been asking the wrong questions because we haven't used appropriate theories or models of society; we haven't had an adequate appreciation of the notion of influence, and we haven't properly understood the nature of the communication process... It is possible that relative deprivation, the creation of unrealistic expectations, and the ensuing frustration may lead to aggression. (...) So, if we are looking for a useful lead into the alleged relationship between the media and violence in society, we might start with advertising and its possible contribution to the creation of unrealistic expectations. We might scrutinize the portrayals of what Thorsten Veblen referred to as 'the ostentatious display of conspicuous consumption', not just in advertising, but through the actual portrayal of affluent lifestyles in the media more generally. (...) I also wished to indicate that my criticism of so much of conventional mass communication research is mainly, although not entirely, because the right questions have not been asked' (Halloran, 1988).
- 26 'The new communication scholars typically had gained experience in journalism or broadcasting prior to pursuing their doctorates. This new breed of scholars 'knew' from their professional experience that the mass media had effects, even though the scientific findings of the field's founders indicated mainly minimal effects of the media (at least in terms of attitude change and effects on overt behavior). This paradox between past professional beliefs versus scientific results sent the new communication scholars in search of evidence of strong media effects, especially cognitive, as opposed to persuasive, effects' (Rogers, 1988).
- 27 'Not everyone was convinced, however, that new patterns of intellectual traffic had so thoroughly by-passed the mass communication crossroads that it should be abandoned. Chick Bush's emphasis at Stanford University on recruiting students with previous journalism experience... proved to be well timed in the 1960s because here was a cadre of young scholars for whom attitude change was not the ultimate operational definition of mass communication effects. While the dominant paradigm, media effects, primarily on individuals, was fascinating to these young scholars, effects other than attitude change were intrinsically more interesting. To persons with a journalism background, concern with changing attitudes was, at the least, largely irrelevant - except for writers on the editorial page who generally were unsure they could do it. And the wisdom of their doubts had been considerably reinforced by the results of the classic Erie County and Elmira presidential election studies in the 1940s. The news media were not mass persuaders. At the extreme, for persons with a journalism background, changing attitudes was ethically inimical. The role of the journalist was to inform, not proselytize or advocate' (McCombs, 1988).
- 28 Tot de hier bedoelde tradities kan men bijv. het werk van McLuhan, en het onderzoek rond culturele indicatoren, rond agenda-setting en rond the Schweige-Spirale rekenen.
- 29 Edward Teller in interview met ZDF: 'De Bom op Nagasaki was niet nodig' in *Vrij Nederland*, 19 augustus 1995, p. 52.
- 30 'I cannot forecast you the action of Russia. It is a riddle wrapped in a mystery inside an enigma: but perhaps there is a key. That key is Russian national interest'. Winston Churchill, radiotalk, 1 oktober 1939.
- 31 'Immers omdat de privileges van de geesteswetenschappen gering zijn, zijn ze aantrekkelijk voor groepen voor wie bij de toepassing van het marktmechanisme grotere privileges niet binnen bereik liggen.' Voor de minder ontwikkelde lezer leg ik het even uit met een eenvoudig voorbeeld. Stel, ik heb negen jaar over mijn vwo ge-

- daan, ben te stom om voor de duvel te dansen en zou eigenlijk de toiletten van landgoed Ekenstein moeten poetsen; in plaats daarvan besluit ik communicatiewetenschappen te gaan studeren in Groningen, zodat ik over enkele jaren een nette boterham kan verdienen als onderassistent-persvoorlichter van de gemeente Appingedam' (Righart, 1995).
- 32 'Of course, Schramm himself was among the first to set up a trading post at this crossroads and to engage in the sustained trade of a wide variety of intellectual goods' (McCombs, 1988).
- 33 '(...) the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicatees)' (Hovland, 1948, p. 371).
- 34 'An act of communication between two persons is complete when they understand the same sign in the same way' (Lasswell, 1946, p. 83).
- 35 'We must keep in mind that in the mathematical theory of communication we are concerned not with the meaning of individual messages but with the whole statistical nature of the information source' (Weaver, 1966, p. 19).
- 36 'Where the relatedness of entities is considered, we deal with problems of communication; when entities are considered in isolation from one another, problems of communication are not relevant' (Ruesch & Bateson, 1951, p. 5-6).
- 37 'Communication is not likely to succeed by claiming to be what it is not, that is, by insisting on its centrality as a discipline. It is not a discipline, at least in any traditional sense, and it will be helpful to discard the contrary view once and for all. That view is wrong, has led to much energy being wasted over the decades in a vain search for the 'foundations' or 'essential content' of 'our discipline,' and gets in the way of understanding clearly the nature of our field... Communication is an interdisciplinary field where intellectual work proceeds free of the hegemony of an imposed (or opposed) disciplinary perspective that, in some other fields, rules certain ideas or methods out of bounds or at least suspect' (Swanson, 1993, p. 169-170).
- 38 'Because disciplines are somewhat arbitrary, disciplinary divisions do not necessarily provide the best method of packaging knowledge' (Littlejohn, 1989³, p. 3-4).
- 39 Dat Beniger Eisenstein en Bazin – die hij onder de categorie 'film' noemt – geen echte theoretici vindt, is acceptabel, maar dat hij diezelfde twijfels uitstrekt tot Morin kan alleen verklaard worden als gebrek aan kennis van Morins werk.
- 40 'The media compete with other sources of need satisfaction. The needs served by mass communication constitute but a segment of the wider range of human needs, and the degree to which they can be adequately met through mass media certainly varies. Consequently, a proper view of the role of the media in need satisfaction should take into account other functional alternatives (...)' (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974, p. 22).
- 41 'Andererseits ergibt sich gewissermaßen als ein *Grundgesetz der Entwicklung* des Nachrichtenwesens, daß die einfachsten Mittel, Formen und Methoden, wenn sie nur einmal eingebürgert und brauchbar befunden worden sind, auch von den vollkommensten und höchst entwickelten niemals wieder gänzlich und dauernd verdrängt und außer Gebrauch gesetzt werden können, sondern sich neben diesen erhalten, nur daß sie genötigt werden, andere Aufgaben und Verwertungsgebieten auf zu suchen' (Riepl, 1913, p. 5).

Literatuur

- Beniger, J.R.** (1990). Who are the most important theorists of communication? *Communication Research*, 17, 698-715.
- Berelson, B.** (1959). The state of communication research. *Public Opinion Quarterly*, 23, 1-6.
- Carey, J.W.** (1989). *Communication as culture. Essays on media and society*. New York: Routledge.
- Cohen, A.** (1994). Fading disciplines and rising fields: The faces of ICA and communication scholarship. *ICA Newsletter* 20 (4), 2-4.
- Cohen, J.M., & Cohen, M.J.** (1974). *Penguin dictionary of quotations*. Harmondsworth: Penguin.

- Davison, W.Ph.** (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.
- De Beer, R.** (5 oktober 1991). Free Record Shop schoolt personeel in uptempo bij in klassieke muziek. *De Volkskrant*, p. 37.
- Dexter, C.** (1981). *The Dead of Jericho*. London: PAN pocket.
- Dovifat, E.** (1956). Publizistik als Wissenschaft. *Publizistik*, 1 (1), 3-10.
- Halloran, J.D.** (1988). *Mass communication research. Past, present and future*. Lezing Sommatie, Veldhoven, 13 april 1988.
- Heldring, J.L.** (21 oktober 1988). De paus is ook maar een mens. *NRC-Handelsblad*.
- Hovland, C.I.** (1948). Social communication. *Proc. Am. Phil. Soc.*, 92, 371-375.
- Kaal, R.** (3 juni 1994). Klapje, veegje, belletje. *HP/De Tijd*, p. 85.
- Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M.** (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J.G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communication* (pp. 19-32). Beverly Hills: Sage.
- Kellner, D.** (1995). No respect! Disciplinarity and media studies in communication. Media communications vs cultural studies: Overcoming the divide. *Communication Theory*, 5, 162-177.
- Klapper, J.T.** (1961). *The effects of mass communication*. Glencoe, Ill.: Free Press.
- Lasswell, H.D.** (1946). Describing the contents of communications. In B.L. Smith, H.D. Lasswell & R.D. Casey (Eds.), *Propaganda, communication, and public opinion* (pp. 74-94). Princeton: Princeton University Press.
- Lerg, W.B.** (1970). *Das Gespräch. Theorie und Praxis der unvermittelten Kommunikation*. Düsseldorf: Bertelsmann.
- Lerg, W.B.** (1979). Wirkungsforschung im Widerstreit. *Bertelsmann Briefe*, 97, 24.
- Littlejohn, S.W.** (1989). *Theories of human communication*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Maletzke, G.** (1954). Zur Sozialpsychologie der Massenkommunikation. *Rundfunk und Fernsehen*, 2 (3/4), 305-317.
- Maletzke, G.** (1963). *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*. Hamburg: Hans Bredow-Institut.
- Maletzke, G.** (1967). *Publizistikwissenschaft zwischen Sozial- und Geisteswissenschaften*. Berlin: Volker Spiess.
- Maletzke, G.** (1984). *Bausteine zur Kommunikationswissenschaft, 1949-1984*. Berlin: Volker Spiess.
- Martini, C.** (1992). De slip van de mantel. Een ontmoeting tussen kerk en massamedia. *1-2-3*, 10(13), 21.
- McCombs, M.E.** (1988). *Setting the agenda. The evolution of the agenda-setting research*. Lezing Sommatie, Veldhoven, 13 april 1988.
- McLaughlin, L.** (1995). No respect! Disciplinarity and media studies in communication. Feminist communication scholarship and 'the woman question' in the academy. *Communication Theory*, 5, 144-161.
- Meerloo, J.A.M.** (1967). Contributions of psychiatry to the study of human communication. In F.E.X. Dance (Ed.), *Human communication theory. Original essays* (pp. 130-159). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Murphy, M.A.** (1991). No more 'what is communication?'. *Communication Research*, 18, 825-833.
- Pauselijke Raad voor de Sociale Communicatiemiddelen** (1992). Pastorale Instructie Aetatis Novae. Over sociale communicatie. Bij de twintigste verjaardag van *Communio et Progressio*, 1-3 mei 1992. *Communio et Progressio*, 20 (4), 3-20.
- Post, H.** (1991). Hulpvragen. *Studio*, 65 (32), 3.
- Prakke, H.J.** (1961). Thesen zu einer neuen Definition der Publizistikwissenschaft. *Publizistik*, 6 (2), 81-84.
- Rendell, R.** (1991). *A guilty thing surprised*. London: Arrow Books.
- Riepl, W.** (1913). *Das Nachrichtenwesen des Altertums; Mit besonderer Rücksicht auf die Römer*. Leipzig: Teubner.
- Righart, H.** (17 februari 1995). Een fnuikend gevaar. *HP/De Tijd*, p. 9.
- Robinson, G.J.** (1988). Here be dragons: Problems in charting the US history of communication studies. *Communication*, 10 (2), 97-119.
- Rogers, E.M.** (1988). *On the question of media effects: A historical review*. Lezing Sommatie, Veldhoven, 14 april 1988.
- Ruesch, J., & Bateson, G.** (1951). *Communication, the social matrix of psychiatry*. New York: Norton.

- Saxer, U.** (1980). Grenzen der Publizistikwissenschaft. Wissenschaftswissenschaftliche Reflexionen zur Zeitungs-/Publizistik-/Kommunikationswissenschaft seit 1945. *Publizistik*, 20, 525-543.
- Schramm, W.** (1959). Comments on Berelson's 'The state of communication research'. *Public Opinion Quarterly*, 23, 6-9.
- Sholle, D.** (1995). No respect! Disciplinarity and media studies in communication. Resisting disciplines: Repositioning media studies in the university. *Communication Theory*, 5 (2), 130-143.
- Stappers, J.G.** (1966). *Publicistiek en communicatiemodellen* Dissertatie. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Stappers, J.G.** (1983). Mass communication as public communication. *Journal of Communication*, 33 (3), 141-145.
- Stappers, J.G.** (1986). *Boeren, burgers en buitenlui*. Inaugurale Rede. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Stappers, J.G.** (1993). Culturele Indicatoren; een literatuurstudie rond een paradigma-wisseling. *Massacommunicatie*, 21, 82-101.
- Stappers, J.G.** (1994). De definities van communicatie. In F. van Raaij, G. Schuyt, J. Stappers, J. Wieten, C. van Woerkum en C. van der Linden (red.), *Communicatie en informatie. Een stand van zaken* (pp. 13-36). Houten/Zaventem: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Stappers, J.G.**, Reijnders, A.D., & Möller, W.A.J. (1990). *De werking van massamedia, Een overzicht van inzichten*. Amsterdam: Arbeiderspers.
- Streeter, Th.** (1995). No respect! Disciplinarity and media studies in communication. Introduction: For the study of communication and against the discipline of communication. *Communication Theory*, 5 (2), 117-129.
- Swanson, D.L.** (1993). Fragmentation, the field and the future. *Journal of Communication*, 43 (4), 163-172.
- Thayer, L.** (1963). On theory-building in communication: I. Some conceptual problems. *Journal of Communication*, 13, 217-235.
- Wagner, H.** (1980). Kommunikation ist nicht gleich Kommunikation. *Publizistik*, 25 (2/3), 169-179.
- Weaver, W.** (1966). The mathematics of communication. In A.G. Smith (Ed.), *Communication and culture* (pp. 521-524). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Williams, R.** (1968). *Communications*. Harmondsworth: Penguin.
- Williams, R.** (1976). *Keywords*. London: Fontana.
- Zazzo, B.** (1952). Analyse des difficultés d'une séquence cinématographique par la conduite du récit chez l'enfant. *Revue Internationale de Filmologie*, 2 (9), 25-36.
- Zazzo, B.**, & Zazzo, R. (1952). Une expérience sur la compréhension du film. *Revue Internationale de Filmologie*, 2 (6), 159-183.
- Zazzo, R.** (1952). Niveau mental et compréhension du cinéma. *Revue Internationale de Filmologie*, 2 (5), 29-36.

Emil van Schie, Oene Wiegman, Margôt Kutttschreuter & Henk Boer

Speelfrequentie, vrijetijdsbesteding en sociale integratie bij computerspelen

Inleiding

De toename in de aanschaf van computerspelen (Centraal Bureau voor de Statistiek, 1993; 1994) lijkt gepaard te gaan met een toenemend dispuut over positieve en negatieve effecten van deze spelen. Critici van het spelen van computerspelen noemen vaak dat het ten koste gaat van andere vrijetijdsbestedingen en een vermindering van de sociale integratie teweeg kan brengen. Onderzoek van Anderson en Ford (1986) onder studenten in de Verenigde Staten en een inventarisatie van onderzoeken van Griffiths (1991) toonden dat computerspelen bovendien verslavend zijn en sociale vaardigheden zouden lijden onder het vele spelen.

Sommige auteurs wijzen op mogelijke positieve effecten van computerspelen. Winkel, Novak en Hopson (1987) inventariseerden effecten van het spelen van computerspelen in de inleiding van een artikel over de relatie tussen het spelen van agressieve computerspelen en agressie van adolescenten. Zij wezen erop dat deze spelen mogelijk te gebruiken zijn als hulpmiddel in therapieën, onderwijs en sociale interactie. Een ander voordeel werd genoemd door Gabel (1983): kinderen leerden door het spelen van computerspelen om te gaan met de nieuwste computertechnologieën.

De meeste onderzoeken naar de mogelijke negatieve en positieve effecten zijn uitgevoerd in de Verenigde Staten en Engeland. In Amerikaans onderzoek wordt duidelijk onderscheid gemaakt tussen 'arcade-computergames' die gespeeld worden in speelautomaathallen, en 'home-computergames' die thuis worden gespeeld. Lin en Lepper (1987) onderzochten, in een survey onder 210 kinderen, relaties tussen het spelen van computerspelen, persoonlijkheidskenmerken en andere vrijetijdsbestedingen. Zij vonden dat het spelen van computerspelen met name bij jongens ten koste ging van het lezen van boeken. Ook Funk

Een survey werd verricht onder 346 kinderen uit de groepen zeven en acht van zeven basisscholen om mogelijk positieve en negatieve effecten van het spelen van computerspelen te onderzoeken. Er werd nagegaan welke relatie er is tussen de frequentie van spelen van computerspelen en andere vormen van vrijetijdsbesteding en sociale integratie. Het spelen van computerspelen lijkt niet ten koste te gaan van andere vrijetijdsbestedingen. Er blijkt dat kinderen die vaker speelden met computerspelen ook vaker keken naar televisie, strips lasen, naar muziek luisterden, sportten buiten clubverband, binnenspeelden en gezelschapsspelen speelden. Gevonden werd dat jongens vaker speelden met computerspelen dan meisjes. Kinderen speelden computerspelen vooral met vriendjes en vriendinnetjes en weinig kinderen speelden in een speelautomaathal. Er werd geen relatie gevonden tussen frequentie van spelen en de sociale integratie van kinderen.

Drs. Emil van Schie, prof. dr. Oene Wiegman, dr. Margôt Kutttschreuter en dr. Henk Boer zijn achtereenvolgens als onderzoeksmedewerker, hoogleraar Psychologie, universitair docent, en universitair docent werkzaam bij de vakgroep Psychologie van de Universiteit Twente.

Correspondentie: vakgroep Psychologie, Universiteit Twente, Postbus 217, 7500 AE Enschede, tel. +53 489 32 87, fax +53 489 22 55. E-mail E.G.M. van Schie @ wmm.utwente.nl.

(1992) constateerde dat met name het veel rondhangen in 'arcades' ten koste kan gaan van de tijd die besteed wordt aan het maken van huiswerk of het lezen van een boek.

Computerspelen kunnen invloed hebben op de sociale integratie van het kind. In een aantal onderzoeken wordt geconstateerd dat kinderen tijdens en na het spelen zich meer sociaal gedragen. Shimai, Masuda en Kishimoto (1990) lieten ouders een vragenlijst invullen over het gedrag van hun kinderen in de leeftijd van drie tot vijf jaar. In dit onderzoek werd de ouders onder andere gevraagd naar ervaringen van hun kinderen met de zogenaamde *Family Computer (Famicom)*, een Japanse televisie-spelcomputer die aangesloten diende te worden op de televisie, waarbij meerdere personen tegelijk konden deelnemen aan een spel. De kinderen die speelden met de Famicom-spelen bleken meer sociaal vaardig te zijn dan kinderen die geen televisie-computerspel speelden.

Volgens critici kan een kind in een sociaal isolement geraken door veel tijd te besteden aan computerspelen. Selnow (1984) concludeerde dat spelers van computerspelen de spelcomputer zien als een 'elektronische vriend'. Kinderen die meer tijd doorbrachten met een computerspel gaven vaker aan dat het spelen van computerspelen leuker en spannender is dan omgaan met andere kinderen. Uit het al eerder genoemde onderzoek van Lin en Lepper (1987) kwam echter naar voren dat er geen relatie was tussen computerspelgebruik en sociale vervreemding of isolatie. Het spelen van computerspelen ging ook niet ten koste van andere sociale activiteiten, zoals teamsport en gezelschapsspelen. Mitchell (1985) constateerde zelfs dat er een toename was waar te nemen in positieve sociale interactie binnen een gezin na het aanschaffen van een computerspel.

Hoewel in andere landen veel onderzoek is gedaan naar effecten van computerspelen, is over de situatie in Nederland nog weinig bekend. Het doel van dit onderzoek is na te gaan of er een relatie is tussen de frequentie van spelen van computerspelen en vrijetijdsbesteding, alsmede de sociale integratie van kinderen.

Nagegaan wordt hoe frequent kinderen spelen met computerspelen. Onder andere Shimai, Masuda en Kishimoto (1990), Lin en Lepper (1987) en Joossens (1994) hebben hiernaar onderzoek gedaan onder respectievelijk kinderen in Japan, de Verenigde Staten en Vlaanderen. Met name is de situatie van de Nederlandse kinderen hierbij interessant in vergelijking met voornoemde onderzoeken en in vergelijking met eerder onderzoek onder Nederlandse kinderen door Kruse (1992). Daarnaast wordt nagegaan hoeveel kinderen thuis een personal computer of spelcomputer hebben en hoeveel computerspelen ze hierbij hebben, waar kinderen zoal spelen met computerspelen en met wie ze deze spelen.

Er is nagegaan welke relatie er bestaat tussen de frequentie van spelen van computerspelen en andere vormen van vrijetijdsbesteding. De verwachting is dat het spelen van computerspelen ten koste gaat

van andere vrijetijdsbestedingen, zoals door Lin en Lepper (1987) en Funk (1992) werd geconstateerd.

Er wordt eveneens onderzocht welke relatie er bestaat tussen de frequentie van spelen van computerspelen en sociale integratie van kinderen. Is er een relatie tussen de frequentie van spelen van computerspelen en populariteit en sociale status? Zijn kinderen die vaker computerspelen spelen eenzamer en meer sociaal geïsoleerd, juist omdat computerspelen veel alleen gespeeld worden? Wij verwachten dat, mede op basis van het door Selnow (1984) voorgestelde computerspel als elektronische vriend die tot sociale isolatie zou leiden, kinderen die vaker computerspelen spelen minder sociaal geïntegreerd zijn.

Methode

Respondenten

Aan het onderzoek werd deelgenomen door 175 meisjes en 171 jongens uit de groepen zeven en acht van zeven basisscholen in de gemeente Enschede. De deelnemende scholen waren verspreid over deze gemeente. De wijken waarin de scholen stonden, verschilden in sociaal-economisch opzicht. Scholen stonden in de binnenstad, oudere stadswijken, in een dorpskern en nieuwbouwbuurt. De gemiddelde leeftijd van de deelnemende kinderen bedroeg elfeneenhalf jaar; het jongste kind was tien jaar, het oudste veertien jaar. De reden voor de keuze van deze leeftijdsgroep was, dat in deze leeftijdsgroep veel wordt gespeeld met computerspelen, zoals werd aangetoond in onderzoek van Kruse (1992).

Procedure

In juni 1994 werden op twee tijdstippen op de zeven deelnemende scholen metingen verricht. Eerst werd gedurende een week – van dinsdag tot en met maandag de week erna – een dagboek van buitenschoolse activiteiten bijgehouden op school door de leerlingen. Aansluitend werd door de leerlingen tijdens schooltijd een vragenboek ingevuld, waarin werd ingegaan op de in het onderzoek betrokken variabelen.

Meetinstrumenten

Er is met betrekking tot de gehanteerde meetinstrumenten een onderscheid te maken, analoog aan de vraagstellingen. Er werd gevraagd naar een aantal vrijetijdsbestedingen van de kinderen, in het bijzonder het spelen van computerspelen. Verder waren meetinstrumenten in dit onderzoek betrokken betreffende gedragsaspecten en sociale aspecten van het spelen van computerspelen. De data die de meetinstrumenten voor populariteit, sociale status en sociale isolatie opleverden, werden bewerkt met behulp van het SOCSTAT-programma (Thissen-Pennings & Ten Brink, 1994).

Activiteiten ter besteding van vrije tijd

De kinderen gaven gedurende een week in een dagboek aan of zij de

vorige dag buiten schooltijd al dan niet met een bepaalde activiteit bezig waren geweest. Deze activiteiten waren: computerspelen spelen, televisie kijken, naar muziek luisteren, zelf muziek spelen, een boek lezen, de krant lezen, strips lezen, sporten in clubverband, sporten buiten clubverband, buiten spelen, gezelschapsspelen spelen, andere vormen van binnen spelen en huiswerk maken. Zeven van deze activiteiten werden overgenomen uit eerder onderzoek van Kruse (1992).

Sociale isolatie

Het meetinstrument voor de sociale isolatie werd ontleend aan de *Pupil Evaluation Inventory* van Pekarik, Prinz, Liebert, Weintraub en Neale (1976). Pekarik e.a. karakteriseerden sociale isolatie als sociale teruggetrokkenheid, verlegenheid en overgevoeligheid. De kinderen moesten aangeven welke kinderen in hun groep sociaal geïsoleerd waren (factor 2 uit de *Pupil Evaluation Inventory*; negen items). Zo werd gevraagd wie ongelukkig of somber was en wie vaak niet mee wil spelen. Aan de lijst waren items toegevoegd ter verhulling van de bedoeling van de vragen (bijvoorbeeld: 'wie houdt er van tekenen en schilderen?'). De score was het aantal keren dat een kind genoemd werd, gedeeld door het aantal beoordelende kinderen in zijn of haar groep. De interne consistentie bedroeg in dit onderzoek Cronbachs alfa = .85.

Eenzaamheid

Het meetinstrument voor eenzaamheid werd ontleend aan de *Loneliness and Social Dissatisfaction Questionnaire* van Asher en Wheeler (1985). De kinderen moesten aangeven in hoeverre bepaalde gevoelens op hen van toepassing waren; tien items betroffen gevoelens van eenzaamheid, zes items gevoelens van 'erbij horen' (totaal zestien items; vijfpuntsschaal, oplopend van 'helemaal niet mee eens' tot 'helemaal mee eens'). De items uit het oorspronkelijke meetinstrument ter verhulling van de bedoeling van de vragen werden niet opgenomen. De interne consistentie bedroeg hier Cronbachs alfa = .89.

Populariteit

Het meetinstrument voor populariteit was identiek aan dat van Wiegman, Kutttschreuter en Baarda (1986). De kinderen moesten aangeven naast welke kinderen in hun groep zij zouden willen zitten en met welke kinderen zij vriendje of vriendinnetje wilden zijn (twee items). De score was het aantal keren dat een kind genoemd werd, gedeeld door het aantal beoordelende kinderen in zijn of haar groep. Geanalyseerd werden de scores die gegeven werden door de kinderen van hetzelfde geslacht. De correlatie tussen de items bedroeg $r = .75$ voor de jongens en $r = .78$ voor de meisjes.

Sociale status

Het meetinstrument ter bepaling van de sociale status van een kind werd ontleend aan Coie, Dodge en Coppotelli (1982) en Newcomb en Bukowski (1983). Er werd aan ieder kind gevraagd de drie meest aardige en de drie minst aardige kinderen in de groep te noemen. Op ba-

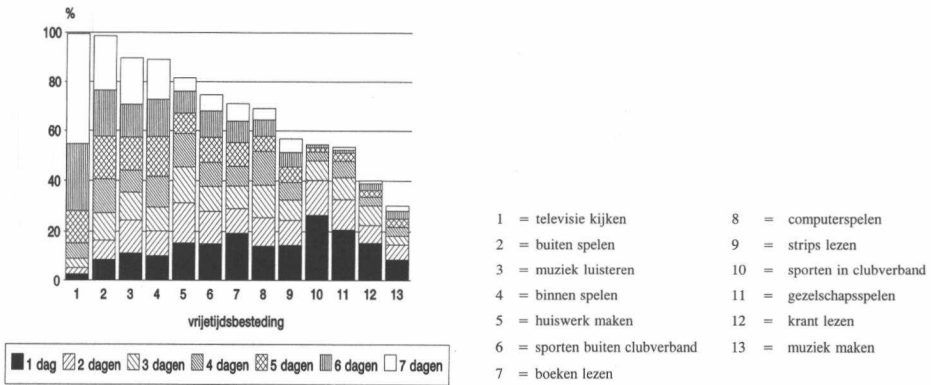
sis hiervan was een kind te classificeren als 'populair', 'verworpen', 'genegeerd', 'controversieel' of 'gemiddeld'. De resultaten werden berekend volgens het standaardscoremodel (Coie, Dodge & Coppotelli, 1982) en volgens het probabiliteitsmodel (Newcomb & Bukowski, 1983). Voor een meer uitgebreide beschrijving van deze methode en de beide modellen verwijzen wij naar Cillessen en Ten Brink (1991).

Resultaten

Computerspelen en andere vormen van vrijetijdsbesteding

In figuur 1 staat vermeld hoe vaak de kinderen in de betreffende week computerspelen hebben gespeeld.

Uit figuur 1 blijkt dat het spelen van computerspelen op de achtste plaats komt, na activiteiten als televisie kijken, muziek luisteren, huiswerk maken en boeken lezen, waaraan meer kinderen tijd besteden. Zo'n zeventig procent van de kinderen heeft computerspelen gespeeld in de betrokken week. Nadere beschouwing wijst uit dat slechts zestien kinderen (vijf procent) iedere dag computerspelen hebben gespeeld.



FIGUUR 1 Percentages kinderen die in de betreffende week op één of meerdere dagen tijd besteedden aan vrijetijdsactiviteiten (N=346).

Jongens speelden significant vaker computerspelen dan meisjes ($M_{\text{jongens}} = 2.84$, $M_{\text{meisjes}} = 1.82$; $t = 4.50$, $p < .001$). Gezien dit verschil tussen jongens en meisjes in de frequentie van spelen van computerspelen werd een aantal analyses ook afzonderlijk uitgevoerd voor jongens en meisjes.

In tabel 1 is weergegeven in hoeverre de frequentie van spelen van computerspelen correleert met de frequenties van andere vrijetijdsbestedingen.

TABEL 1 **Correlaties tussen de frequentie van spelen van computerspelen en andere vrijetijdsbesteding (N=346).**

Vrijetijdsbesteding	Correlatie met frequentie van spelen van computerspelen
Televisie kijken	.25***
Buiten spelen	.04
Muziek luisteren	.16**
Binnen spelen	.14**
Huiswerk maken	-.01
Sporten buiten clubverband	.15**
Boeken lezen	.03
Strips lezen	.20***
Sporten in clubverband	.04
Gezelschapsspelen	.11*
Krant lezen	.07
Muziek maken	-.03

* = $p < .05$; ** = $p < .01$; *** = $p < 0.01$

Hoe vaker de kinderen computerspelen speelden, hoe significant vaker zij keken naar televisie, strips lasen, luisterden naar muziek, sportten buiten clubverband, binnen speelden en gezelschapsspelen speelden. Er waren geen significante relaties met buiten spelen, het maken van huiswerk, het lezen van boeken en kranten, het sporten in clubverband en het maken van muziek.

Van de kinderen gaf 69% aan dat zij thuis een spelcomputer hebben; van de jongens gaf 74% aan thuis een spelcomputer te hebben, van de meisjes 67% ($\chi^2 = 1.77$, $df = 1$, n.s.). Van de kinderen had 51% thuis een personal computer; van de jongens gaf 58% aan thuis een spelcomputer te hebben, van de meisjes 47% en dit verschil was significant ($\chi^2 = 3.86$, $df = 1$, $p < .05$).

Van de kinderen met een spelcomputer had 80% tussen één en tien spelcassettes voor deze spelcomputer; van de kinderen met een personal computer had 66% tussen 1 en 100 spelen op deze computer, 11% had hierop geen spelen en 23% had meer dan honderd spelen op de personal computer (één kind noemde het aantal van drieduizend spelen, een ander vijfduizend (!)).

Wanneer kinderen niet thuis speelden met computerspelen, dan deden zij dat toch vooral bij vriend(innet)jes thuis (63%), bij familie thuis (11%) of in een speelautomatenhal, op de kermis of in een cafetaria (5%). Meer jongens dan meisjes gaven aan dat zij in een speelautomatenhal wel eens computerspelen speelden (jongens: 7%; meisjes: 2%; $\chi^2 = 7.26$, $df = 2$, $p < .05$).

De kinderen speelden meestal met vriend(innet)jes (40%), gevolgd door broers en zussen (23%), andere familieleden (5%) en ouders (3%); 21% speelde meestal alleen computerspelen. Meer meisjes dan

jongens gaven aan dat zij meestal alleen computerspellen speelden, alhoewel dit slechts een tendens tot verschil was (jongens: 19%; meisjes: 27%; $\chi^2 = 2.79$, $df = 1$, $p = .09$).

Wat vonden de kinderen die speelden met computerspellen hier nu zo leuk aan? Van deze kinderen vond 20% de spelen gewoon leuk omdat ze zo mooi zijn, 18% vond ze spannend en opwindend, 15% vond het leuk omdat je al spelend in een fantasiewereld bent en 14% speelde vooral vanwege het competitieve aspect van sommige spelen (zij wilden winnen van medespelers of van de computer). Zo'n 9% gaf aan computerspellen te spelen uit verveling, omdat ze niets te doen hadden.

Computerspellen en sociale integratie

Bij de analyses van de variabelen die gebaseerd zijn op het oordeel van de klasgenoten (populariteit, sociale status en sociale isolatie) werden vier groepen weggelaten uit de analyses, omdat deze bestonden uit minder dan 20 kinderen, hetgeen negatieve gevolgen heeft voor de betrouwbaarheid van de gebruikte meetinstrumenten (vgl. ook Wiegman, Kutttschreuter & Baarda, 1986).

Uit tabel 2 komt naar voren dat de frequentie van spelen van computerspellen geen significante relatie had met de mate van sociale integratie van de kinderen. De frequentie van spelen van computerspellen was niet significant gerelateerd aan de door klasgenoten beoordeelde sociale isolatie. De kinderen die computerspellen speelden, gaven tevens zelf aan dat zij zich niet meer of minder eenzaam voelden dan kinderen die deze spelen niet spelen. Bij onderscheid naar geslacht van de kinderen bleek dat meisjes die minder vaak computerspellen speelden zich significant eenzamer voelden.

TABEL 2 **Relaties tussen frequentie van spelen van computerspellen en sociale integratie.**

Aspecten aan het spelen van computerspellen	Correlatie met frequentie van spelen van computerspellen		
	totale groep (n=329)	jongens (n=165)	meisjes (n=169)
Sociale integratie:			
Beoordeelde isolatie	-.05	-.04	-.08
Zelfgerapporteerde eenzaamheid	-.06	.02	-.18*
Beoordeelde populariteit ^a		-.08	.05

* = $p < .05$; ^a jongens zijn beoordeeld door jongens, meisjes zijn beoordeeld door meisjes

Tabel 2 toont verder dat kinderen die vaak computerspellen speelden door hun seksegenoten niet meer of minder populair werden gevonden.

den. Omdat de sociale status van de kinderen op ordinaal niveau werd gemeten, werd een variantie-analyse uitgevoerd voor de frequentie van spelen van computerspelen. Er werden analyses verricht voor het standaardscoremodel en het probabiliteitsmodel; hieruit kwam naar voren dat er geen significant verschil bestond voor de sociale status van een kind in relatie tot de frequentie van spelen van computerspelen.

Discussie

In dit onderzoek werd de relatie onderzocht tussen de frequentie van spelen van computerspelen en vrijetijdsbesteding en sociale integratie bij kinderen in Nederland. Het onderzoek werd uitgevoerd onder een groep van 346 kinderen uit de groepen zeven en acht van het basisonderwijs. Naast een vragenlijst werd er gebruik gemaakt van een dagboek, dat inzicht geeft in de alledaagse omgang van deze kinderen met computerspelen en de daarmee samenhangende effecten.

Kruse (1992) vond in onderzoek onder Nederlandse kinderen dat 87% wel eens met een spelcomputer speelde en dat 84% wel eens computerspelen speelde op een pc. Uit ons onderzoek kwam naar voren dat zo'n 70% van de kinderen in een bepaalde week wel eens een computerspel hadden gespeeld (jongens: 75%; meisjes: 63%). Dit is een relatief laag percentage vergeleken met Kruse en de frequenties die gevonden zijn in Vlaanderen door Joossens (1994; jongens: 93%; meisjes: 63%) en in Japan door Shimai, Masuda en Kishimoto (1990; jongens: 97%; meisjes: 92%). Lin en Lepper (1987) stelden in onderzoek onder Amerikaanse kinderen vast dat 62% van de jongens en 41% van de meisjes de computer gebruikte om computerspelen te spelen.

We vonden overigens dat, in vergelijking met andere vormen van vrijetijdsbesteding, het spelen van computerspelen op de achtste plaats komt, na activiteiten als televisiekijken, buiten spelen en huiswerk maken.

Wat betreft de relatie tussen de frequentie van spelen van computerspelen en andere vormen van vrijetijdsbesteding werd gevonden dat kinderen die vaker spelen met computerspelen ook vaker kijken naar de televisie, vaker strips lezen, vaker muziek beluisteren, vaker sporten buiten clubverband, vaker binnen spelen en vaker gezelschapsspelen spelen. Geen samenhangen werden gevonden met buiten spelen, het maken van huiswerk, het lezen van boeken en kranten, het sporten in clubverband en het maken van muziek. Dat de hoeveelheid tijd besteed aan het kijken naar televisie sterk samenhangt met de hoeveelheid tijd besteed aan het spelen van computerspelen sluit aan aan bij resultaten van Selnow (1984), die stelde dat het vooral om kinderen ging uit zogenaamde 'constant television' – huishoudens: huishoudens waarin de televisie gedurende alle momenten van de dag aan staat. Iets nieuws is dat kinderen die computerspelen spelen, onder andere ook

vaker strips lezen, muziek beluisteren en gezelschapsspelen spelen. Dat de vaak met computerspelen spelende kinderen ook vaker aangeven andere vrijetijdsactiviteiten te ondernemen is mogelijk een voorbeeld van het zogenaamde 'the more, the more'-fenomeen van Meyerson (1968), waarbij toename in een activiteit correleert met toename in een andere activiteit. Op grond van de bovenstaande resultaten zouden wij de voorzichtige conclusie kunnen trekken dat het spelen van computerspelen niet ten koste gaat van andere vrijetijdsbestedingen.

Wij vonden, evenals Lin en Lepper (1978), Dominick (1984), Fling, Smith, Rodriguez, Thorton, Atkins en Nixon (1992) en Sakamoto (1994), dat jongens meer tijd besteedden aan het spelen met computerspelen dan meisjes. De groep van veel spelende kinderen bestond met name uit jongens, en maar weinig meisjes speelden gemiddeld meer dan een half uur per dag computerspelen. Om dit geslachtsverschil te verklaren sluiten wij aan bij Eagly's sociale rol theorie (1987). Eagly stelde dat er grote overeenkomst bestaat over wat mannelijke en vrouwelijke eigenschappen zijn, zoals haar onderzoek naar seksestereotypen aantoonde. Als typisch mannelijke positieve eigenschappen worden competentie, rationaliteit en assertiviteit genoemd. Typisch vrouwelijke positieve eigenschappen zijn vriendelijkheid, sensitiviteit en emotionele warmte. Negatieve mannelijke eigenschappen zijn agressiviteit en ruwheid; negatieve vrouwelijke eigenschappen zijn passiviteit en conformisme. Vrouwen en mannen identificeren zich met hun positieve en negatieve seksestereotypen en vinden het wenselijk zich te gedragen conform dit stereotype. Mannen en vrouwen die zich afwijkend van hun seksestereotype gedragen worden negatief gewaardeerd; daarentegen wordt men beloond wanneer men zich volgens zijn of haar stereotype gedraagt. De thema's van de computerspelen draaien vaak om competitie en veelal bevatten zij agressie en geweld. Veel computerspelen beantwoorden aldus aan het mannelijke seksestereotype, waardoor zij door vrouwen minder worden gespeeld.

Van de kinderen gaf 69% aan dat zij thuis een spelcomputer hebben; 51% had thuis een personal computer. Het grootste deel van de kinderen had computerspelen op de pc en 80% van de kinderen met een spelcomputer had tussen één en tien spelcassettes.

Een gering aantal kinderen speelde computerspelen in een speelautomatenhal, op de kermis of in een cafetaria; kinderen speelden vooral bij vriendjes en vriendinnetjes thuis. Significant meer jongens dan meisjes gaven aan dat zij wel eens hadden gespeeld in een speelautomatenhal. Meer meisjes dan jongens gaven aan dat zij meestal alleen computerspelen speelden.

Kinderen vonden computerspelen leuk omdat ze er zo mooi uit zien, ze spannend en opwindend zijn, men zich waant in een fantasiewereld en kan winnen van medespelers of van de computer.

We onderscheidde een aantal aspecten aan de sociale integratie van

kinderen, zoals sociale isolatie, eenzaamheid, populariteit en sociale status, die echter over het algemeen geen samenhang vertoonden met de frequentie van spelen van computerspelen. Dit sluit aan bij onderzoek van Sakamoto (1994), die vond dat de sociale status van een kind, geoperationaliseerd als het aantal malen dat een kind door klasgenoten als meest aardig werd genoemd, geen samenhang vertoonde met de hoeveelheid tijd die een kind besteedde aan het spelen van computerspelen. Ook komt het overeen met bevindingen van Lin en Lepper (1987), die vaststelden dat het gebruik van computerspelen niet samenhangt met de mate van sociale isolatie. Wanneer wij onderscheidden naar geslacht, bleek dat juist meisjes, die minder vaak computerspelen speelden, zelf rapporteerden zich meer eenzaam te voelen. Dit wijst er voornamelijk niet op dat kinderen die computerspelen zien als een elektronische vriend, dat gepaard gaat met sociale isolatie, zoals Selnow (1984) veronderstelde.

Concluderend stellen wij, dat het spelen van computerspelen niet ten koste lijkt te gaan van andere vormen van vrijetijdsbesteding. Het spelen van computerspelen maakt een substantieel deel uit van de vrijetijdsbesteding van kinderen, alhoewel het een achtste plaats inneemt na onder andere televisie kijken, buiten spelen, huiswerk maken en boeken lezen. Het spelen van computerspelen lijkt tevens niet ten koste te gaan van de sociale integratie van de kinderen. Op basis van dit onderzoek lijkt er voornamelijk geen reden om aan te nemen dat computerspelen de in de inleiding van dit artikel beschreven negatieve effecten op kinderen hebben.

Om meer inzicht te verkrijgen in de invloeden van het spelen van computerspelen op de sociale, cognitieve en psychische ontwikkeling van kinderen is met name longitudinaal onderzoek gewenst. Tevens is het gewenst dat nader onderzoek wordt verricht naar de inhoud van computerspelen en mogelijke relaties tussen deze inhoud en sociale, cognitieve en psychische factoren.

Literatuur

- Anderson, C.A.**, & Ford, C.M. (1986). Affect of the game player: Short-term effects of highly and mildly aggressive video games. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12, 390-402.
- Asher, S.R.**, & Wheeler, V.A. (1985). Children's loneliness: A comparison of rejected and neglected peer status. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 53, 500-505.
- Bowman, R.P.**, & Rotter, J.C. (1983). Computer games: Friend or foe? *Elementary School Guidance and Counseling*, 18, 25-34.
- Centraal Bureau voor de Statistiek** (1993). *Statistisch Jaarboek 1993*. 's-Gravenhage: SDU.
- Centraal Bureau voor de Statistiek** (1994). *Sociaal-economische maandstatistiek, september 1994*. 's-Gravenhage: SDU.
- Cillessen, A.H.N.**, & Brink, P.W.M. ten (1991). Vaststelling van relaties met leeftijdsgenoten. *Pedagogische Studiën*, 68, 1-14.
- Coie, J.D.**, Dodge, K.A., & Coppotelli, H. (1982). Dimensions and types of social status: A cross-age perspective. *Developmental Psychology*, 18, 557-570.
- Dominick, J.R.** (1984). Videogames, television violence, and aggression in teenagers. *Journal of Communication*, 34 (2), 136-147.
- Eagly, A.H.** (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

- Fling, S., Smith, L., Rodriguez, T., Thornton, D., Atkins, E., & Nixon, K.** (1992). Video games, aggression, and self-esteem: A survey. *Social Behavior and Personality*, 20 (1), 39-46.
- Funk, J.B.** (1992). Video games: Benign or malignant? *Developmental and Behavioral Pediatrics*, 13 (1), 53-54.
- Gabel, D.** (april 1983). What's in a game? *Personal Computing*, 63-69.
- Griffiths, M.D.** (1991). Amusement machine playing in childhood and adolescence: A comparative analysis of video games and fruit machines. *Journal of Adolescence*, 14, 53-73.
- Joossens, L.** (1994). *Zijn videospelen verslavend? Een onderzoek naar het gebruik van videospelen door kinderen in Vlaanderen*. OIVO / CRIOC, in opdracht van de Vlaamse Minister van Tewerkstelling en Sociale Aangelegenheden.
- Kruse, C.** (1992). *Mam, ik heb nog zeven levens! Kind en computer in de vrije tijd*. Doctoraalscriptie. Leiden: Vakgroep Algemene Pedagogiek, Rijksuniversiteit Leiden.
- Lin, S., & Lepper, M.R.** (1987). Correlates of children's usage of videogames and computers. *Journal of Applied Social Psychology*, 17 (1), 72-93.
- Meyerson, R.** (1968). Television and the rest of leisure. *Public Opinion Quarterly*, 32, 102-112.
- Mitchell, E.** (1985). The dynamics of family interaction around home video games. *Personal Computers and the Family*, 8, 121-135.
- Newcomb, A.F., & Bukowski, W.M.** (1983). Social impact and social preference as determinants of children's peer group status. *Developmental Psychology*, 19, 856-867.
- Pekarik, E.G., Prinz, R.J., Liebert, D.E., Weintraub, S., & Neale, J.M.** (1976). The pupil evaluation inventory: A sociometric technique for assessing children's social behavior. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 4, 83-97.
- Sakamoto, A.** (1994). Video game use and the development of sociocognitive abilities in children: Three surveys of elementary school students. *Journal of Applied Social Psychology*, 24 (1), 21-42.
- Selnow, G.W.** (1984). Playing videogames: The electronic friend. *Journal of Communication*, 34 (2), 148-156.
- Shimai, S., Masuda, K., & Kishimoto, Y.** (1990). Influences of tv games on physical and psychological development of Japanese kindergarten children. *Perceptual and Motor Skills*, 70, 771-776.
- Thissen-Pennings, M.C.E., & Brink, P.W.M. ten** (1994). *Kunst Socstat; Sociometric status*. Nijmegen: Groep Rekentechnische Dienstverlening/ Discipline Psychologie, Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Wiegman, O., Kuttischreuter, M., & Baarda, B.** (1986). *Television viewing related to aggressive and prosocial behaviour*. 's-Gravenhage: Stichting voor Onderzoek van het Onderwijs.
- Winkel, M., Novak, D.M., & Hopson, H.** (1987). Personality factors, subject gender, and the effects of aggressive video games on aggression in adolescents. *Journal of Research in Personality*, 21, 211-223.

Jan Van den Bulck

Veelkijkers versus vaakkijkers

Betrouwbaarheid en validiteit bij het meten van het kijkvolume

Er bestaan twee grote categorieën van methoden om televisie kijken te meten. Bij 'zelfrapportage' wordt aan respondenten gevraagd om zelf hun kijkgedrag en -gewoontes te beoordelen en af te wegen. 'People Meter'-methoden registreren nauwkeurig het feitelijke kijkgedrag van de respondent¹. Een literatuuronderzoek toont aan dat er een verbazingwekkende verscheidenheid aan manieren bestaat om deze variabele te operationaliseren. Dit is niet zonder belang. Verschillende auteurs hebben erop gewezen dat elke methode een bepaald theoretisch 'construct' over televisie kijken weerspiegelt, maar dat veel onderzoekers dit theoretisch construct zelden expliciteren. Hoewel de resulterende (soms samengestelde) variabele bijna altijd 'kijkvolume' wordt genoemd, is het dus helemaal niet zeker dat telkens hetzelfde wordt gemeten. De verscheidenheid aan meetmethoden heeft zijn weerslag op 1 de betrouwbaarheid, 2 de validiteit en 3 de vergelijkbaarheid van de onderzoeksresultaten. In dit artikel zal worden nagegaan welke van deze meetmethoden vanuit deze methodologische gezichtspunten moet worden aanbevolen.

Betrouwbaarheid

Zelden is het nauwkeurig meten van het kijkvolume een doel dat op zichzelf staat.

Hoewel omroepen graag uitpakken met de kijkcijfers van bepaalde programma's, is het kijkvolume doorgaans slechts één variabele in een complexer geheel. Met name in televisie-effectenonderzoek wordt nagegaan wat de relatie is tussen televisie kijken en bepaalde 'effectvariabelen' (zoals attitudes en percepties van de realiteit). In, bijvoorbeeld, Gerbners cultivatietheorie wordt er expliciet van uitgegaan dat de kijker niet selectief is en dat het effect van televisie met andere woorden rechtstreeks samenhangt met en afhangt van het kijkvolume (Signorielli, 1986; zie Van den Bulck, 1995, p. 148). Naarmate het kijkvolume stijgt, zou het effect van televisie dan groter moeten zijn. Een groot probleem voor met name cultivatieonderzoek is echter dat wanneer variabelen significant correleren, de samenhang bijna altijd vrij marginaal is. Cook, Tyler, Goetz, Gordon, Protess, Leff en Moltoch (1983) en Potter (1991) wijzen er onder meer op dat de correlaties meestal tussen de .10 en de .20 fluctueren. De beschuldiging is nooit ver weg dat de effecten die men heeft gevonden te wijten zijn aan schijnrelaties, of dat ze verklaard worden door 'derde variabelen' (vgl. o.a. Bonfadelli, 1983). Hoewel concepten werden verfijnd (vgl. Sparks & Ogles, 1990) of nieuwere, krachtiger statistische technieken werden toegepast (zoals Structural Equation Models; vgl. Roe, 1983; Rosengren & Windahl, 1989; Hügel, Degenhardt & Weiss, 1989), is het nauwkeurig definiëren en conceptualiseren van de kijkvariabelen vaak achterwege gela-

ten (Allen, 1981). Het verhogen van de betrouwbaarheid van de meetmethoden is van groot belang om de invloed van meetfouten zo klein mogelijk te maken. Als de kleine correlaties die zo typisch zijn voor televisieonderzoek inderdaad betekenisloos zijn, zullen ze min-

Dr. Jan Van den Bulck is medewerker bij het departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven.

Correspondentie: departement Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Leuven, E. van Evenstraat 2A, 3000 Leuven, tel. +16 32 32 20, fax +16 32 33 12, E-mail jan.vandenbulck@soc.kuleuven.ac.be.

der snel optreden naarmate de methode betrouwbaarder wordt, terwijl betekenisvolle relaties juist duidelijker zullen worden (vgl. Mulac & Kunkel, 1989). Volgens Webster en Wakshlag (1985, p. 41) vinden respondenten het geen probleem om toe te geven dat ze zware televisiekijkers zijn. Sociale wenselijkheidseffecten maken zelfgerapporteerde data dus niet noodzakelijk minder betrouwbaar. Toch wijzen dezelfde auteurs erop dat respondenten geen nauwkeurige schatting kunnen geven van hun eigen mediagebruik. Sommigen beweren dat een deel van de respondenten hun kijkgedrag tot 25 procent over- of onderschatten (Mulac & Kunkel, 1989).

Op automatische registratie gebaseerde meetmethoden zijn daarom betrouwbaarder. 'People-meters' geven nauwkeurig (vaak tot op de seconde) weer hoe lang het televisietoestel op welk kanaal heeft bestaan. Nog nauwkeuriger is het registreren van oogbewegingen, waardoor zelfs kan worden aangetoond dat de kijker echt heeft gekeken (vgl. Thorson, 1994; Grimes & Meadowcroft, 1995). Telkens neemt de betrouwbaarheid van de methode toe (vgl. Mulac & Kunkel, 1989, p. 63).

Validiteit

Het feit dat een bepaalde methode nauwkeuriger (en betrouwbaarder) meet wat het feitelijke kijkgedrag van een respondent tijdens de onderzochte periode is geweest, betekent nog niet dat ze automatisch beter is. De bruikbaarheid van een meetmethode hangt af van de definitie van het begrip 'televisie kijken' en van de onderzoeksvraag. Wie wil weten of het televisie kijkende deel van de bevolking een bepaalde advertentie heeft gezien, zal geen betrouwbare conclusies kunnen trekken uit zelfgerapporteerde antwoorden op vragen als 'hoeveel uren kijkt u televisie op een doorsnee weekdag?' De onderzoeksvraag zal met meer zekerheid kunnen worden beantwoord naarmate nauwkeuriger werd geregistreerd of de respondent keek terwijl de advertentie werd vertoond².

De nauwkeurige meetmethoden die gebruikt worden bij het bepalen van kijkcijfers zijn voor heel wat vormen van televisieonderzoek slecht bruikbaar om redenen van validiteit. People Meters registreren immers het *tijdelijke kijkgedrag*. Ze meten nauwkeurig hoeveel seconden de respondent tijdens een bepaalde periode naar het televisietoestel keek (voor een overzicht: Kent, 1994). In veel academisch onderzoek (met name vraagstukken over effecten) is men echter in de eerste plaats geïnteresseerd in de *kijkgewoontes* van de respondent. Het is herhaaldelijk aangetoond dat kijkgedrag en kijkgewoontes twee verschillende concepten zijn (zie Johnsson-Smaragdi, 1983; Webster & Wakshlag, 1985; Rosengren & Windahl, 1989; Brosius, Wober & Weimann, 1992). Wat mensen op televisie zien op een bepaalde dag wordt sterk bepaald door allerlei situationele omstandigheden. Een week met veel voetbal kan van een doorgaans lichte kijker een veelkijker maken en omgekeerd. Een belangrijk nieuwsfeit doet misschien

alle variatie verdwijnen tussen in andere omstandigheden duidelijk verschillende kijkerstypes. Het gevolg van deze contextuele effecten is dat factoranalyses die worden gebruikt om bijvoorbeeld kijkerstypes op te stellen aan de hand van people-meter data zeer onstabiel blijken te zijn (vgl. Heeter & Greenberg, 1988). Als men een beroep doet op eender welke registratie van feitelijk kijkgedrag, lijkt het wel alsof wat mensen op een bepaalde dag zien, vrijwel geen voorspellen de waarde heeft voor wat ze op een andere dag zullen zien (vgl. Goodhardt, Ehrenberg & Collins, 1987; Barwise & Ehrenberg, 1988; Brosius, Wober & Weimann, 1992). In Van den Bulck (1995, p. 150-153), wordt een overzicht gegeven van factoren die het feitelijke kijkgedrag mede bepalen. Vandebosch en Roe (1996) tonen bijvoorbeeld aan dat er grote variatie is in het dagelijkse kijkvolume tussen, maar ook binnen bepaalde seizoenen, onder invloed van de weersomstandigheden. People-meters meten met andere woorden nauwkeurig het kijkgedrag, maar dat houdt niet automatisch in dat op die manier ook de kijkgewoontes nauwkeurig zijn vastgesteld.

Academici zijn doorgaans niet geïnteresseerd in de vraag of een bepaalde kijker veel televisie heeft gekeken op een bepaalde dag of zelfs tijdens een bepaalde week. Vragen die met het kijkvolume te maken hebben, dienen in feite slechts als indicatie van een latente variabele die men 'kijkgewoonte' zou kunnen noemen. Dit soort benadering tracht mensen dus op te delen in groepen die *over het algemeen* hetzij veel, hetzij weinig televisie kijken. Als men in deze optiek vraagverwoordingseffecten maximaal vermijdt, is het zeer goed mogelijk dat zelfrapportering in feite de beste indicator is voor die algemene kijkattitude. Rosengren en Windahl (1989, p. 30) merken terecht op dat people-meter gegevens door hun technologie en methodologie een veel grotere validiteit en meetnauwkeurigheid suggereren dan ze eigenlijk aanleveren. Men kan de kwestie zelfs omkeren. Zulke gegevens zijn alleen dan betrouwbaar en geldig als: 1 de informatie die door de respondenten is gegeven accuraat is, 2 de referentieperiode waarin de studie werd uitgevoerd een 'gemiddelde' periode is (als zoiets al bestaat) en 3 het kijkgedrag van de respondent in die bepaalde periode zijn gemiddelde kijkgedrag weerspiegelt. Is aan deze voorwaarden niet voldaan, dan zijn dit soort gegevens niet meer dan een op nauwkeurig gemeten gedrag gebaseerde indicator die wellicht zeer onnauwkeurig een bepaalde gewoonte schat.

De keuze van een indicator van het televisie kijken dient dus af te hangen van de definitie van het begrip televisie kijken. Als men aspecten bestudeert van het televisiekijkgedrag (zoals mediaplanners zullen willen doen) is het gebruik van nauwkeurige, betrouwbare, maar moeilijk veralgemeenbare people-meter data aangewezen. Als men echter effectenonderzoek doet, of om andere redenen geïnteresseerd is in aspecten van kijkgedrag op lange termijn (dit wil zeggen: kijkgewoontes of kijkattitudes), is het wellicht beter een beroep te doen op minder betrouwbare zelfrapportering.

Vergelijkbaarheid

De overzichten van Hawkins en Pingree (1982) en Potter en Chang (1990) over manieren om televisie kijken te meten, laten enerzijds een grote verscheidenheid aan meetmethoden zien en anderzijds een grote gelijkvormigheid in de onderzoeksvragen. In twee studies over de relatie tussen televisie kijken en de 'fear of victimization' gebruiken enerzijds Doob en Macdonald (1979, p. 172) het *aantal bekeken programma's* als indicator voor het totale kijkvolume, terwijl Sparks en Ogles (1990, p. 353) hun respondenten vroegen te rapporteren hoeveel uren ze televisie keken op een doorsnee weekdag en op een doorsnee weekenddag. Het eerste getal werd vermenigvuldigd met vijf, het tweede met twee en het resultaat werd opgeteld. Zo menen de auteurs een indicator te krijgen van het wekelijkse kijkvolume. Terwijl beide studies het over een vergelijkbaar probleem hebben, verschilt de operationalisering van hun onafhankelijke variabele drastisch (hoewel hij dezelfde naam krijgt). Een belangrijk gevolg daarvan is dat er geen enkele reden is om zonder verder onderzoek aan te nemen dat hun conclusies kunnen worden vergeleken. Enerzijds zijn beide maten immers niet noodzakelijk even betrouwbaar en accuraat, maar anderzijds is het ook niet zeker dat de 'construct validity' dezelfde is: misschien spreken beide studies niet over hetzelfde. Ohlsson en Roe (1990) tonen bijvoorbeeld aan dat het gebruik van dezelfde vraag, maar andere antwoordschalen, reeds tot substantieel verschillende resultaten kan leiden.

In onderzoek naar televisie-effecten komen erg uiteenlopende operationalisering van de kijkvolumevariabele voor. Dit gaat van ruwe indicatoren (zoals Doob en Macdonalds 'aantal programma's'), over zelfgerapporteerde schattingen van het dagelijkse of wekelijkse aantal uren, tot dagboek of people-meter methoden om het kijkgedrag tijdens bijvoorbeeld de week voor de survey te meten (vgl. Wober & Gunter, 1982). Daarnaast zijn er zelfs zeer esoterische constructies. Perse (1986) vraagt respondenten bijvoorbeeld hoeveel ze hebben gekeken op de dag voor het interview en hoeveel ze kijken op een gewone dag en maakt daarvan het gemiddelde.

Onderzoeksvraag

Rosengren (1994, p. 21) wijst erop dat het tijdsperspectief gebruikt door verschillende tradities in het academische televisie- en media-onderzoek varieert van enkele uren en dagen (nieuwsdiffusie), tot tientallen jaren (cultivatietoets) of zelfs eeuwen (onderzoek naar verschuivingen in de *Öffentlichkeit* als gevolg van het ontstaan van nieuwe media). Een groot deel van het door middel van bevraging van respondenten uitvoerbare onderzoek hanteert een concept van 'televisiegebruik' dat naar kijkhoudingen, -attitudes of -gewoontes verwijst. In sommige gevallen zal de nadruk liggen op een dieperliggende kijkhouding, die gedurende langere tijd het gedrag beïn-

vloedt, in andere gevallen zal het eerder gaan om een soort schatting van gedrag op langere termijn.

Het nauwkeurig registreren van kijkgedrag is sterk afhankelijk van technische en financiële beperkingen. In principe zal het uitgangspunt meestal zijn: hoe nauwkeuriger en betrouwbaarder, hoe beter. Als de onderzoeksvraag echter het operationaliseren van de kijkgewoonte vergt, stelt zich de vraag naar het vinden van een goede indicator of index. Dit is niet evident. De 'echte kijkgewoonte' is niet bekend, omdat het om een latente en niet rechtstreeks waarneembare variabele gaat. Dit betekent dat de externe geldigheid van een indicator (de mate waarin de variabele iets meet dat ook in de realiteit bestaat) moeilijk te bepalen is. Uit nauwkeurige registraties van het kijkgedrag kan volgens reeds aangehaalde auteurs immers weinig over gewoontes worden afgeleid (vgl. ook Van den Bulck, 1995).

Wat echter wel onderzocht kan worden is enerzijds de onderlinge vergelijkbaarheid van verschillende indices en anderzijds hun 'construct validity': zijn de variabelen wel betekenisvol? Zo worden om tot een schatting te komen van het gewoonlijke wekelijkse kijkvolume, vaak gewichten toegekend aan variabelen die het aantal kijkuren meten. Men gaat er dan van uit dat, bijvoorbeeld, vijf maal het aantal uren dat men op een 'gewone weekdag' kijkt plus twee maal het aantal uren dat men op een 'gewone weekenddag' kijkt, een goede schatting geeft van het wekelijkse kijkvolume (bijv. Sparks & Ogles, 1990). Deze benadering is alleen geldig als enerzijds de dagen van de week tot deze twee categorieën kunnen worden herleid en anderzijds 'veelkijken' automatisch 'vaakkijken' impliceert. De impliciete theorie (de 'theoretische construct') achter de index van Sparks en Ogles is immers dat men elke dag televisie kijkt. Wie slechts één keer per week vier uur televisie kijkt, lijkt in hun onderzoek op weekdagen 20 uur televisie te kijken. Wie *elke* weekdag één uur kijkt, komt slechts op een totaal van vijf uur, terwijl deze respondent in de realiteit een uur méér heeft gezien dan de occasionele kijker.

Hierna zullen de volgende vragen worden gesteld:

- 1 hoe betrouwbaar is zelfrapportering?
- 2 hoe vergelijkbaar zijn de verschillende indices?
- 3 hoe gedragen ze zich in bivariate analyses (geven ze hetzelfde resultaat)?
- 4 is veelkijken hetzelfde als vaakkijken?

Methodologie

Steekproef

77 in Vlaanderen wonende tweedejaars studenten Communicatiewetenschap werden zorgvuldig getraind als wetenschappelijke interviewers volgens meermaals geteste methoden (vgl. Carton & Loosveldt 1991). De effecten van zo'n training op de kwaliteit van de antwoorden worden onder meer besproken in Billiet en Loosveldt

(1988). Elke student koos een gemeente dicht bij (maar niet samenvallend met) zijn of haar eigen gemeente. In dit gebied werden via een toevalsmethode twaalf adressen geselecteerd uit de telefoon-gids³. Alle interviews waren face-to-face interviews. De methode resulteerde in een toevalssteekproef die de demografische statistieken van Vlaanderen vrij nauwkeurig reproduceerde. Eén provincie was ondervertegenwoordigd en er was een lichte oververtegenwoordiging van respondenten met een universitair diploma. Het doel van de enquête was echter niet een getrouwe afspiegeling van de bevolking te verkrijgen. Het onderzoek in het kader waarvan deze enquête werd afgenomen is vooral geïnteresseerd in het vergelijken van subgroepen. Omdat echter vervuiling door onbekende derde variabelen maximaal moet worden vermeden, was het in de eerste plaats belangrijk dat de respondenten per toeval werden geselecteerd en niet op basis van een (onbekende) derde variabele. Na zorgvuldige controle van de data bleven er 909 vragenlijsten over voor de analyse.

Variabelen

Kijkvolume

Een aantal vragen in verband met televisiekijkgedrag werd opgenomen in de vragenlijst. Deze vragen waren gebaseerd op de oorspronkelijke vragenlijst gebruikt voor het *Swedish Media Panel Programme* (voor een samenvatting hiervan: zie Rosengren en Windahl, 1989). De Zweedse onderzoekers maakten een onderscheid tussen wekdagen, zaterdag en zondagen. Voor dit onderzoek werd er echter van uitgegaan dat vrijdagen voor een deel van de bevolking wellicht verschillen van andere wekdagen, zodat ze werden opgenomen als een aparte categorie. De vrijdag is geen typische wekdag, omdat het weekend 's avonds begint. Het is ook geen typische weekenddag, omdat het voor velen nog deel uitmaakt van de werkweek.

In totaal werden zo acht kijkvariabelen ontworpen:

- het aantal wekdagen waarop men televisie kijkt, per week;
- het aantal uren dat men doorgaans kijkt op een gewone wekdag;
- het aantal vrijdagen waarop men televisie kijkt, per maand;
- het aantal uren dat men doorgaans kijkt op een gewone vrijdag;
- het aantal zaterdagen waarop men televisie kijkt, per maand;
- het aantal uren dat men doorgaans kijkt op een gewone zaterdag;
- het aantal zondagen waarop men televisie kijkt, per maand;
- het aantal uren dat men doorgaans kijkt op een gewone zondag.

Nadat de data in de computer waren ingevoerd, werden de uren-variabelen gehercodeerd tot minuten om zo een metrische schaal te verkrijgen.

De respondenten kregen vervolgens een lijst van negentien programmatypes. Met behulp van een hulpkaart dienden ze aan te geven of ze dat bepaalde type programma nooit, zelden, soms, vaak of zeer vaak bekeken. Deze programmatypes bestonden uit verschillende actiegenres, soap opera's (zowel Engelstalige als Nederlandstalige), quizzen en spelprogramma's, verscheidene informatie- en nieuwsgenres,

humor, sport en muziek.

Ten slotte dienden de respondenten aan te geven op welk tijdstip ze gewoonlijk begonnen met televisie kijken op een gewone weekdag en op welk tijdstip ze daarmee eindigen. Dezelfde vragen werden gesteld over de gewone zaterdag.

Indicatoren

Een aantal indices werd geconstrueerd:

Index 1 (kijkhouding) is de ongewogen som van het aantal minuten dat de respondent beweert te kijken op weekdays, vrijdagen, zaterdagen en zondagen.

Index 2 (kijkvolume) is een benadering van de index van Sparks en Ogles (1990): vijf keer het aantal minuten op een weekdag plus twee keer het aantal minuten op een zaterdag.

Index 3 (kijkfrequentievolume) is de gewogen som van het aantal kijkminuten per week. Als een respondent antwoordde dat hij of zij gemiddeld drie op vier weekdays televisie keek, werd het aantal minuten televisie kijken op weekdays vermenigvuldigd met drie. Als hij of zij beweerde één vrijdag op de vier te kijken, werd het aantal minuten op vrijdag vermenigvuldigd met 0.25, enzovoort. De gewogen getallen werden dan opgeteld om het gemiddelde aantal minuten per week te verkrijgen.

Index 4 (kijktijdgrens) is de ongewogen som van het maximale aantal minuten dat de kijker voor het toestel heeft gezeten op een gewone dag (berekend als het verschil tussen einduur en beginuur), en het aantal minuten op een zaterdag.

Index 5 (kijkfrequentietijdgrens) is de gewogen som van het maximale aantal minuten dat de kijker voor het televisietoestel doorbrengt per week, geschat door de kijktijdgrens op een gewone weekdag te vermenigvuldigen met het aantal kijkdagen per week. Hetzelfde werd gedaan voor het aantal kijkdagen op vrijdag, zaterdag en zondag, wat telkens werd vermenigvuldigd met de kijktijdgrens zaterdag (hier gebruikt als een benadering van 'gewone weekenddag').

Index 6 (toewijding) is de som van alle antwoorden uit het programma-typeoverzicht. 'Nooit' werd als 0 gecodeerd. Alle antwoorden gingen van 1 voor 'zelden' tot 4 voor 'vaak'. De index dient als een benadering van de methode van Doob en Macdonald (1979).

Effectvariabelen

De vragenlijst bevatte een aantal typische vragen die vaak voorkomen in cultivatieonderzoek en gelijkaardig media-effectenonderzoek. Dit hield onder meer vragen in over de perceptie van gevaar en risico, attitudevragen uit een 'vertrouwen in andere mensen'-schaal, een 'rol-

lenpatroonconceptie'-schaal en een 'anomie'-schaal. De benaming 'effectvariabele' is omstreden. Er is op gewezen dat vastgestelde correlaties tussen kijkgedrag en veel van de vermelde variabelen op verschillende manieren zouden kunnen worden verklaard. Hoewel televisie kijken de perceptie van gevaar en risico zou kunnen beïnvloeden is het ook mogelijk dat mensen die het gevaar voor hun eigen persoon hoog inschatten meer thuis blijven en daarom meer televisie kijken (vgl. o.a. Doob & Macdonald, 1979, p. 175). Andere auteurs wijzen erop dat bepaalde persoonlijkheidskenmerken en attitudes waarschijnlijk het kijkvolume bepalen en niet omgekeerd (o.a. Wober & Gunter, 1982; Winterhoff-Spurk, 1989). Nog andere auteurs houden er rekening mee dat de correlaties *schijn*relaties kunnen zijn onder invloed van meetfouten of allerlei derde variabelen (vgl. Tamborini, Zillmann & Bryant, 1984; Weaver & Wakshlag, 1986; Potter, 1988). In wat volgt zullen deze variabelen toch vanuit het standpunt van de televisie-effecten worden beschouwd. Een van de stellingen van Mulac en Kunkel (1989) is immers dat schijnverbanden die het gevolg zijn van onnauwkeurige meetinstrumenten zouden moeten verdwijnen wanneer nauwkeuriger wordt gemeten. Deze benadering zou tegelijkertijd de *echte* effecten duidelijker moeten maken. Dit artikel heeft niet de ambitie om causale vraagstukken uit het televisie-effectenonderzoek op te lossen. Aangezien de gebruikte variabelen echter veelvuldig gebruikt zijn en worden in onder meer het cultivatieonderzoek, is het interessant om na te gaan wat in deze analyses de rol is van de nauwkeurigheid en validiteit van de gebruikte onafhankelijke (televisie)variabele.

Resultaten

Betrouwbaarheid van zelfrapportering

Met behulp van het begin- en eindtijdstip van de televisieavond was het mogelijk een schatting te maken van de bovengrens van het aantal minuten dat de respondent voor zijn of haar televisietoestel doorbrengt op een gewone weekdag of zaterdag. Dit getal kan worden vergeleken met het zelfgerapporteerde aantal minuten dat de respondent beweert te kijken op deze dagen. De bewering dat respondenten hun televisiekijkgedrag vaak onderschatten kan op basis van deze gegevens niet worden nagegaan. Tussen begin en einde van de televisieavond kunnen immers meerdere lange of korte onderbrekingen liggen. Een indicatie voor de overschatting kan echter wel worden berekend. Als een respondent beweert dat hij of zij doorgaans drie uur televisie kijkt, maar vervolgens indiceert dat het toestel gewoonlijk slechts twee uur aanstaat, betekent dit minstens dat een van beide gegevens fout werd geschat. Wellicht is de schatting van het kijkvolume het minst betrouwbare cijfer van de twee. Het schatten van de begin- en eindtijd lijkt immers minder complex dan het schatten van de totale kijktijd. Tabel 1 toont het resultaat van deze vergelijking.

TABEL 1 **Vergelijking van kijkvolume (aantal minuten gekeken naar televisie) met televisietijd (aantal minuten dat het toestel ingeschakeld was) (N=848).**

%	Weekdag	Zaterdag
Kijkvolume kleiner dan televisietijd	36.8	42.8
Kijkvolume gelijk aan televisietijd	47.5	36.8
Kijkvolume groter dan televisietijd	15.7	20.4

Minstens vijftien procent van de respondenten schat zijn kijkvolume fout in op weekdays, wat tot twintig procent stijgt op zaterdagen. Er is een klein, maar significant negatief verband tussen opleiding en het overschatten van het kijkvolume ($r=-.137$, $p<.0001$ voor weekdays, $r=-.095$, $p<.007$ voor zaterdagen), waarbij de overschatting afneemt naarmate het opleidingsniveau hoger is. De overschatting van het zaterdagse kijken is significant groter bij vrouwen dan bij mannen (24.2 procent versus 16.0 procent, Chi-kwadraat 11.356, DF 2, $p<.003$, $N=828$). Een vergelijking met de resultaten van *Index 3* (de gewogen som van de volumeschattingen op de verschillende dagen van de week), toont aan dat naarmate mensen zichzelf meer als een zware kijker beschrijven, de foutieve inschatting toeneemt ($r=.23$, $p<.0001$ voor weekdays, $r=.19$, $p<.0001$ voor zaterdagen⁴).

Vergelijkbaarheid van de indices

Alle indexen zijn duidelijk en significant gecorreleerd (zie tabel 2). De kleinste correlatie met de andere indexen vertoont *Index 6* (die eerder de mate van blootstelling aan verschillende programmatypes meet). In Van den Bulck (1995, p. 168) wordt deze index 'devotion' of toewijding genoemd. Ook wanneer mensen minder zware kijkers zijn, kunnen ze wel 'toegewijde' kijkers zijn. *Index 6* lijkt op die manier een indicator van aandacht en interesse voor televisiegenres.

TABEL 2 **Pearson correlaties tussen de verschillende indices. Alle correlaties zijn significant op het $p<.0001$ niveau.**

	Index 2	Index 3	Index 4	Index 5	Index 6
Index 1: kijkhouding	.94	.93	.76	.75	.47
Index 2: kijkvolume		.94	.74	.74	.45
Index 3: kijkfrequentievolume			.73	.83	.48
Index 4: kijktijdgrens				.92	.44
Index 5: kijkfrequentietijdgrens					.45

De hoge en significante correlaties tussen de indices suggereren dat wie op basis van een meting met één index als een zware kijker zou worden beschouwd, dat wellicht ook zou zijn bij andere operationaliseringen. Dit betekent echter niet dat de indexen hetzelfde meten.

Index 1 tot en met *Index 5* zijn uit te drukken in minuten. Tabel 3 geeft aanzienlijke verschillen tussen de gemiddelden weer. Dit komt omdat de indexen wellicht operationalisering en zijn van verschillende theoretische constructs. *Index 1* is een maat voor wat men de *kijkhouding* zou kunnen noemen, waarbij de vraag is 'als men televisie kijkt, kijkt men dan veel?' *Indices 2* en *3*, daarentegen, pogen het gemiddelde *kijkvolume* in te schatten en zijn een maat voor het aantal minuten dat de respondent wekelijks kijkt. *Index 4* (*kijktijdgrens*) is moeilijker te definiëren. Net zoals *Index 1* meet hij een soort latente houding, waarbij de vraag is: 'als het televisietoestel aanstaat, hoe lang staat het dan maximaal aan?' *Index 5* is een andere manier om *Index 3* in te schatten. *Indices 4* en *5* meten nauwkeuriger de bovengrens. Het gedrag van wie onafgebroken televisie kijkt wordt op die manier nauwkeuriger gemeten. Het kijkgedrag van personen die hun dagelijkse kijken regelmatig onderbreken wordt op die manier echter nog steeds overschat. *Index 6* werd reeds gedefinieerd als een variabele die *toewijding* uitdrukt.

TABEL 3 Gemiddelde, standaarddeviatie, minimum en maximum van de verschillende indices.

	N	Gemiddelde	SD	Minimum	Maximum
Index 1: kijkhouding	886	653	318.3	0	1440
Index 2: kijkvolume	892	1081	572.7	0	2520
Index 3: kijkfrequentievolume	885	967	575.9	0	2520
Index 4: kijktijdgrens	795	381	155.6	35	1020
Index 5: kijkfrequentietijdgrens	794	1146	576.1	0	3540
Index 6: toewijding	889	27	7.8	0	49

Vergelijkbaarheid van resultaten

Regelmatig houden onderzoekers zich bezig met een vergelijkbare, of zelfs dezelfde onderzoeksvraag. Het is echter niet ongewoon dat ze tot verschillende, zelfs tegen elkaar indruisende conclusies komen. Tabel 4 laat zien hoe de verschillende indices samenhangen met enkele in effectonderzoek gebruikte variabelen.

In tabel 4 zijn twee soorten variabelen opgenomen. Bij de ene soort is de correlatie tussen de variabelen net niet of net wel significant. Zoals reeds aangehaald, komt deze relatie vrij vaak voor bij televisie-effectenonderzoek. Hoewel veel methodologen zulke relaties, hoewel significant, als toevallig zullen beschouwen, wordt in televisie-effectenonderzoek *elke* significante relatie vaak als betekenisvol voorgesteld. Dit betekent in het geval van tabel 4 dat afhankelijk van de index de relatie tussen beide variabelen wel of niet als significant gecorreleerd zal worden beschouwd. De tweede soort variabelen vertonen een grotere correlatie. Daarbij valt op dat elke index tot een significant resultaat leidt. Hoewel niet elk resultaat even groot is, is het best mogelijk dat de verschillen enkel aan het toeval of aan meetfouten te wijten

TABEL 4 Pearson correlaties tussen de verschillende indices en zes effectitems.

		Index 1: kijkhouding	Index 2: kijkvolume	Index 3: kijk- frequentie- volume	Index 4: kijktijd- grens	Index 5: kijk- frequentie- tijdgrens	Index 6: toewijding
1. Perceptie kans op geweld	r:	-.03 ^a	-.03 ^a	-.03 ^a	.01 ^{ab}	.01 ^{ab}	.09 ^b
	p<	.32	.31	.42	.87	.81	.01
2. De meeste mensen zijn te vertrouwen	r:	.07 ^a	.08 ^a	.04 ^{ab}	.04 ^{ab}	-.01 ^b	.01 ^{ab}
	p<	.03	.02	.23	.31	.92	.73
3. Als ze een kans krijgen zullen de meeste mensen proberen andere mensen te bedriegen	r:	-.24 ^{ab}	-.26 ^a	-.26 ^a	-.18 ^c	-.20 ^{bc}	-.16 ^c
	p<	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001
4. Een werkende moeder kan een even warme en hechte relatie hebben met haar kinderen als een moeder die niet buitenshuis werkt	r:	.06 ^a	.07 ^a	.07 ^a	.10 ^a	.11 ^a	-.01 ^b
	p<	.07	.03	.03	.005	.002	.84
5. Een baan is prima, maar wat de meeste vrouwen eigenlijk willen, is een huis en kinderen	r:	-.20 ^{ab}	-.22 ^{ab}	-.23 ^a	.18 ^b	-.21 ^{ab}	-.18 ^{ab}
	p<	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.001
6. Anomie	r:	0.27 ^a	.28 ^a	.30 ^a	.19 ^{bc}	.25 ^{ab}	.19 ^c
	p<	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001

Correlaties die voor één item niet dezelfde letter hebben, verschillen op het niveau $\alpha = .05$

zijn. Hierbij rijzen twee vragen. Ten eerste kan men zich afvragen of al deze correlaties naar dezelfde relatie verwijzen. Met andere woorden, meten alle indexen hetzelfde? Een methode om dit na te gaan is *stapsgewijze multipele regressie*. Bij deze statistische methode selecteert de computer die variabele die het grootste effect heeft op de afhankelijke variabele. Vervolgens wordt uit de overblijvende variabelen opnieuw de variabele geselecteerd met het grootste, significante effect, op voorwaarde dat deze variabele een onafhankelijke bijdrage levert. Op deze manier kan worden nagegaan of elke index vergelijkbaar is. Uit de resultaten (zie tabel 5) blijkt dat *Index 6* (toewijding) verschilt van de vijf andere indexen. *Index 6* meet minstens tot op zekere hoogte een andere theoretische construct. Als een van de eerste vijf indexen verband houdt met de effectvariabele, blijken de andere vier er geen onafhankelijk effect meer op te hebben. *Index 6* heeft dat in elk van de voorbeelden uit de tabel wel.

De tweede vraag is of sommige indexen 'betere' resultaten opleveren. Steekproeffluctuaties en kleine meetfouten kunnen er immers toe leiden dat twee berekeningswijzen niet exact hetzelfde resultaat opleveren, zonder dat echter kan worden gezegd dat het ene resultaat beter is dan het andere. Met behulp van de r-tot-Z transformatie van Fisher (vgl. Hays, 1988, p. 590 e.v.) kan worden berekend of de waarden die de indexen opleveren significant verschillen. Een toepassing van deze methode houdt in dat men berekent hoe groot de kans is dat correlaties buiten een bepaald betrouwbaarheidsinterval vallen, uitgaande van de hoogste en/of de laagste waarde uit tabel 4. Valt een correlatie buiten het interval, dan kan met 95 procent zekerheid

TABEL 5 **Stapsgewijze regressie van de televisie-indices op effectvariabelen.**

Effect	Stap 1 Index	R ²	F	p>F	Stap 2 Index	Partiële R ²	Totale R ²	F	p>F
1. Perceptie kans op geweld	6	.004	3.316	.069	2	.007	.012	5.689	.017
2. De meeste mensen zijn te vertrouwen	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Als ze een kans krijgen zullen de meeste mensen proberen andere mensen te bedriegen	2	.068	56.527	.0001	6	.003	.071	2.891	.089
4. Een werkende moeder kan een even warme en hechte relatie hebben met haar kinderen als een moeder die niet buitenshuis werkt	5	.012	9.672	.002	6	.004	.016	3.046	.081
5. Een baan is prima, maar wat de meeste vrouwen eigenlijk willen, is een huis en kinderen	3	.063	52.597	.0001	6	.011	.075	9.380	.002
6. Anomie	3	.086	73.410	.0001	6	.004	.090	3.199	.074

Bij item nr. 2 waren geen significante indices. Elke andere regressie stopte na twee stappen.

worden gezegd dat het verschil niet te wijten is aan toevallige fluctuaties. In tabel 4 werd deze methode toegepast om de verschillende indexen met elkaar te vergelijken (alfa = .05; een-staarttoets). Uit de resultaten blijkt dat veel van de verschillen tussen de correlaties aan het toeval te wijten kunnen zijn.

Veelkijkers versus vaakkijkers: op zoek naar de beste index

De verleiding is groot om uit de resultaten van tabel 4 die index te distilleren die tot de grootste correlatie leidt. Converse en Presser (1986, p. 22) waarschuwen er echter voor dat een grotere waarde niet noodzakelijk een betere waarde is. Verschillen tussen resultaten kunnen het gevolg zijn van toevallige fluctuaties veroorzaakt door de noodzaak tot werken met (nooit volledig) representatieve steekproeven. Correlaties kunnen ook groter of kleiner worden als gevolg van meetfouten. Bovendien kan het om schijnverbanden gaan. Anderzijds gaan Mulac en Kunkel (1989) ervan uit dat een nauwkeuriger meting echt bestaande verbanden duidelijker zou moeten maken.

De keuze van een index zal dan ook moeten afhangen van beslissingen en keuzes op het theoretische niveau. Een belangrijke conclusie daarbij is dat verschillende indexen vaak verschillen om *inhoudelijke* (d.w.z. theoretische) redenen, ook als hun resultaten niet significant lijken te verschillen. Het aantal uren dat men voor het televisietoestel doorbrengt, is immers niet hetzelfde als de toewijding waarmee men televisie kijkt ('devotion') en beide indexen verschillen op hun beurt van zelfgerapporteerde schattingen van de kijkgewoonte (het 'volume').

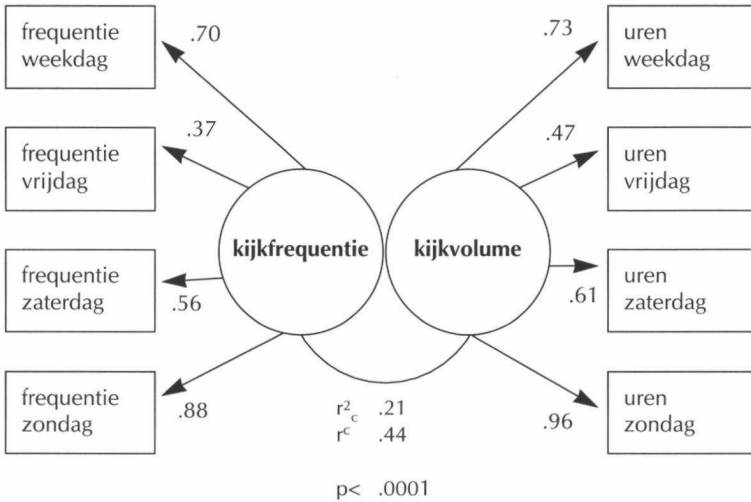
Het belang van de theoretische validiteit van het meetinstrument wordt duidelijk als men de kijkvolume-indicatoren onderzoekt

(Indices 1 tot en met 3). *Index 1 (kijkhouding)* maakt de som van het aantal uren dat men kijkt op een weekdag, vrijdag, zaterdag en zondag. *Index 2 (kijkvolume)* maakt de som van vijf maal een gewone weekdag plus twee maal een gewone weekenddag. In beide gevallen houdt dit in dat men ervan uit gaat dat *veelkijken* automatisch *vaakkijken* impliceert. Theoretisch is het echter mogelijk dat persoon A wekelijks één dag vier uur televisie kijkt. In deze definities van kijkvolume zou geen onderscheid bestaan tussen persoon A en een persoon B die *elke dag* vier uur televisie kijkt. Tabel 6 toont aan dat zo'n vijftien procent van de respondenten inderdaad véél kijkt, maar niet vaak.

TABEL 6 **Vergelijking van kijkvolume en kijkfrequentie.**

Kijkvolume (van Index 1)		Laag	Medium	Hoog	Totaal
Kijkfrequentie					
Niet elke dag	N:	227	203	135	565
	%:	25.6	22.9	15.2	63.7
	rij %	40.18	35.9	44.7	100
Elke dag	N:	62	92	167	321
	%:	7.0	10.4	18.8	36.2
	rij %	19.3	28.6	52.0	100
Totaal	N:	298	295	302	886
	%:	32.6	33.3	34.1	100

Het onderscheid tussen veelkijken en vaakkijken is belangrijk. De canonische correlatieanalyse uit figuur 1 toont aan dat kijkfrequentie en kijkvolume twee verschillende concepten zijn. Er is weliswaar een significante correlatie tussen de urenvariabelen en de frequentievariabelen ($r_c = .44$, $p < .0001$), maar de verklaarde variantie is klein ($r_c^2 = .21$). Kijkvolume kan dus niet zomaar gelden als een indicatie (of schatting) van kijkfrequentie. Het vermenigvuldigen van volumevariabelen met een vast gewicht – zoals onder meer Sparks en Ogles (1990) hebben gedaan – is met andere woorden betekenisloos. Zo'n operatie brengt de validiteit van de index in gevaar zonder er iets aan toe te voegen (zoals een grotere betrouwbaarheid).



FIGUUR 1 **Canonisch correlatiemodel van de concepten kijkfrequentie en kijkvolume.**

Conclusies

Het 'gebruik' van televisie kan op zoveel verschillende manieren worden gemeten, dat er geen allesomvattende term voor bestaat. Vaak worden verschillende indexen als 'kijkvolume' bestempeld. Niet elke variabele meet echter hetzelfde.

Niet alle indices zijn even betrouwbaar. Het meest nauwkeurig en betrouwbaar zijn via elektronische apparatuur gemaakte metingen, maar hun bruikbaarheid is vaak beperkt. De zo bekomen *kijkcijfers* zijn immers niet automatisch representatief te noemen voor meer algemene indicatoren. Wie kijkgedrag, kijkgewoontes of kijkattitudes op de lange termijn wil bestuderen, is meestal aangewezen op zelfrapportering door respondenten. In dit domein worden veel verschillende operationalisering van het 'kijkvolume' door elkaar gebruikt.

Uit tabel 2 is gebleken dat de meeste manieren om het kijkvolume te schatten sterk en significant met elkaar correleren. Bovendien toont de r-tot-Z transformatie aan dat de indexen geen noemenswaardige verschillen opleveren als ze in analyses worden gebruikt. Dit lijkt ervoor te pleiten de meest 'economische' index te gebruiken. In de voorbeelden die in dit artikel worden gebruikt, zou dat *Index 2* (kijkvolume) zijn, waarvoor slechts twee vragen moeten worden gesteld. *Index 3* (kijkfrequentievolume) daarentegen vergt niet minder dan acht vragen. Niet elke index heeft echter dezelfde geldigheid. Zo beschouwen heel wat auteurs veelkijken a priori en impliciet als gelijk aan vaakkijken, wat in dit artikel werd bestreden. Indexen die deze vooronderstelling maken, leiden misschien tot aanvaardbare resulta-

ten, maar zijn inhoudelijk betekenisloos. Aangezien zulke indices impliciet een niet testbare (en volgens dit artikel foute) theoretische vooronderstelling maken, kunnen ze de uitkomst van bepaalde wetenschappelijke vraagstellingen scheeftrekken (de gemiddelde wekelijkse kijktijd gemeten met *Index 2* is ongeveer twee uur hoger dan de kijktijd gemeten met *Index 3*). Het 'economische' argument dat twee vragen beter zijn dan acht is niet erg overtuigend. De twee vragen geven wellicht een goede schatting van de kijktijd op een dag waarop wordt gekeken, ze laten echter niet toe om rekening te houden met de frequentie van het televisie kijken. Er zijn ongetwijfeld heel wat onderzoeksvragen te formuleren waarbij dat onderscheid van belang kan zijn. *Index 2* is daarom niet alleen minder nauwkeurig, hij is vooral ook minder geldig.

Een veelbelovende, maar nog complexere vraagstelling houdt er rekening mee dat respondenten wellicht niet erg goed zijn in het schatten van hun eigen kijkgedrag. Hoewel ze volgens sommige studies niet beïnvloed worden door sociale wenselijkheid, blijkt uit dit artikel dat ze hun kijkgedrag vaak overschatten. Door te vragen naar beginnen einduur van het televisie kijken zou de onnauwkeurige mentale heuristiek die de respondent anders dient toe te passen maximaal worden uitgeschakeld. Deze vorm van bevraging vergt echter verder onderzoek. Zoals de index (kijkfrequentietijdgrens) hier werd geformuleerd, wordt immers uitgegaan van de impliciete theorie dat vaak en veelkijken ook samenvalt met *onafgebroken* kijken. Ook dat zou tot scheeftrekking aanleiding kunnen geven.

Praktische beperkingen kunnen er de oorzaak van zijn dat een onderzoeker slechts enkele vragen kan stellen over het kijkgedrag van de respondent. Hoewel dat in de hier aangehaalde gevallen weinig effect lijkt te hebben, gaat daardoor belangrijke informatie verloren. Vanuit wetenschappelijk standpunt is de idee van een 'besparing' op het aantal vragen op zijn minst merkwaardig te noemen. Als in dezelfde vragenlijst bijvoorbeeld batterijen attitudevragen worden opgenomen omdat er vanuit schaaltheorie van uitgegaan wordt dat sommige houdingen beter op het latente niveau worden gemeten, zijn er geen argumenten om niet dezelfde redenering toe te passen voor de variabelen die het mediagebruik meten. Voor mediaonderzoekers zijn deze variabelen de ruggegraat van hun theorie en onderzoek. Het is belangrijk er minstens evenveel aandacht aan te besteden als aan andere variabelen. Het is belangrijk het mediagebruik zo nauwkeurig, betrouwbaar en geldig mogelijk te meten. In de communicatiewetenschap staat theorie en onderzoek rond de verklaring van mediafenomenen centraal. Ook in het verzamelen van empirisch onderzoek dient daarom het zo nauwkeurig, betrouwbaar en geldig mogelijk meten van mediagebruik centraal te staan.

Noten

- 1 Een aparte categorie vormt uiteraard het experiment waarbij de kijktijd niet alleen nauwkeurig wordt vastgesteld, maar bovendien door de proefleider wordt bepaald.
- 2 Een probleem dat buiten het kader van dit artikel valt, is de *externe validiteit*. Om de resultaten van een onderzoek te mogen veralgemenen naar de hele bevolking, moet uiteraard vaststaan dat wat voor de proefpersonen of respondenten geldt, voor de hele populatie waarover een uitspraak wordt gedaan, geldt (zie Mulac & Kunkel, 1989). Den Boon (1993) wijst onder meer op de problemen van veralgemeenbaarheid bij 'people-meter' onderzoek als gevolg van de steekproeftrekking, terwijl Mulac en Kunkel wijzen op de problemen die het gevolg zijn van de gewoonte experimenteren en onderzoek te doen waarbij de proefpersonen of respondenten vaak de studenten zijn van de onderzoeker.
- 3 De nieuwe wet op de 'bescherming van de privésfeer' laat immers niet toe nog langer een beroep te doen bijvoorbeeld het rijksregister of andere bevolkingsregisters. Om zo veel mogelijk scheef trekking te voorkomen die het gevolg zou zijn van het niet-selecteren van huishoudens zonder (in het telefoonboek opgenomen) telefoon, dienden de interviewers zich te richten tot het huis links naast het geselecteerde adres. Daar dienden ze te vragen welk lid van het huishouden als eerste zijn of haar verjaardag zou vieren. Die persoon diende te worden ondervraagd. (Deze techniek is getest door Oldendick & Link, 1994.) Het was de interviewers niet toegestaan enig ander lid van het huishouden ter vervanging te interviewen. Indien de geselecteerde persoon ook niet op afspraak en/of op een ander ogenblik kon worden gecontacteerd, diende een eveneens toevallig geselecteerd reserveadres te worden geraadpleegd op dezelfde manier. Op die manier werd een oversampling van mensen die om wat voor reden ook vaker thuis zijn op de dagen en uren dat de interviews werden afgenomen, maximaal vermeden.
- 4 Deze maatstaf is uiteraard enigszins onbetrouwbaar, omdat de schatting van het totale kijkvolume (acht variabelen) en de indicatie van de overschatting (gebaseerd op zes variabelen) twee variabelen gemeen hebben.

Literatuur

- Allen, R.L. (1981). The reliability and stability of television exposure. *Communication Research*, 8, 233-256.
- Barwise, P., & Ehrenberg, A.S.C. (1988). *Television and its audience*. London: Sage.
- Billiet, J., & Loosveldt, G. (1988). Improvement of the quality of responses to factual survey questions by interviewer training. *Public Opinion Quarterly*, 52, 190-211.
- Bonfadelli, H. (1983). Der Einfluss des Fernsehens auf die Konstruktion der sozialen Realität: Befunde aus der Schweiz zur Kultivierungshypothese. *Rundfunk und Fernsehen*, 31, 415-430.
- Brosius, H.-B., Wober, M., & Weimann, G. (1992). The loyalty of television viewing: How consistent is tv-viewing behavior. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 36, 321-336.
- Carton, A., & Loosveldt, G. (1991). *Over interviews gesproken: Handleiding bij de training van interviewers*. Leuven: KUL-Departement Sociologie.
- Converse, J.M., & Presser, S. (1986) *Survey questions: Handicrafting the standardized questionnaire*. Beverly Hills: Sage.
- Cook, F.L., Tyler, T.R., Goetz, E.G., Gordon, M.T., Protess, D., Leff, D.R., & Molotch, H.L. (1983). Media and agenda setting: Effects on the public, interest group leaders, policy makers, and policy. *Public Opinion Quarterly*, 47, 16-35.
- Den Boon, A. (1993). De betrouwbaarheid van kijkcijfers: een onderzoek naar de factoren die de betrouwbaarheid van kijkcijfers beïnvloeden. *Massacommunicatie*, 21, 262-288.
- Doob, A.N., & MacDonald, G.E. (1979). Television viewing and fear of victimization: Is the relationship causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 170-179.
- Goodhardt, G.J., Ehrenberg, A.S.C., & Collins, M.A. (1987) *The television audience, patterns of viewing. An update*. Aldershot: Gower.
- Grimes, T., & Meadowcroft, J. (1995). Attention to television and some methods for its measurement. In B.R. Burleson (Ed.), *Communication yearbook. Volume 18* (pp. 133-161). Thousand Oaks: Sage.

- Hawkins, R., & Pingree, S.** (1982). Television's influence on social reality. In D. Pearl (Ed.), *Television and behavior* (pp. 224-247). Rockville: National Institute of Mental Health.
- Hays, W.L.** (1988). *Statistics*. Fort Worth: Holt, Rinehart and Winston.
- Hügel, R., Degenhardt, W., & Weiss, H.J.** (1989). Structural equation models for the analysis of the agenda setting process. *European Journal of Communication*, 4, 191-210.
- Johnsson-Smaragdi, U.** (1983). *TV use and social interaction in adolescence. A longitudinal study*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Kent, R.** (1994). Measuring media audiences, an overview. In R. Kent (Ed.), *Measuring media audiences* (pp. 1-21). London: Routledge.
- Mulac, A., & Kunkel, D.** (1989). Methodological issues in the study of message effects. In J.J. Bradac (Ed.), *Message effects in communication science* (pp. 52-74). Newbury Park: Sage.
- Ohlsson, A., & Roe, K.** (1990). *Measurement validity and sensitivity: Analysis of line production and number estimation scales*. Working papers from the Research Project 'Measuring Measurement' no. 5, Göteborg: Unit of Communication.
- Oldendick, R.W., & Link, M.W.** (1994). The answering machine generation. Who are they and what problem do they pose for survey research? *Public Opinion Quarterly*, 58, 264-273.
- Perse, E.M.** (1986). Soap opera viewing patterns of college students and cultivation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30, 175-193.
- Potter, W.J.** (1988). Perceived reality in television effects research. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 32, 23-41.
- Potter, W.J.** (1991). The relationship between first- and second-order measures of cultivation. *Human Communication Research*, 18, 92-113.
- Potter, W.J., & Chang, I.C.** (1990). Television exposure measures and the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34, 313-333.
- Roe, K.** (1983). *Mass media and adolescent schooling. Conflict or co-existence?* Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Rosengren, K.E.** (1994). Culture, media and society: Agency and structure, continuity and change. In K.E. Rosengren (Ed.), *Media effects and beyond: Culture, socialization and lifestyles* (pp. 3-28). London: Routledge.
- Rosengren, K.E., & Windahl, S.** (1989). *Media matter, TV use in childhood and adolescence*. Norwood: Ablex.
- Salomon, G., & Cohen, A.A.** (1978). On the meaning and validity of television viewing. *Human Communication Research*, 4, 265-270.
- Signorielli, N.** (1986). Selective television viewing: A limited possibility. *Journal of Communication*, 36 (3), 64-76.
- Sparks, G.G., & Ogles, R.M.** (1990). The difference between fear of victimization and the probability of being victimized: Implications for cultivation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34, 351-358.
- Tamborini, R., Zillmann, D., & Bryant, J.** (1984). Fear and victimization: Exposure to television and perceptions of crime and fear. In R.N. Bostrom & B.H. Westley (Eds.), *Communication yearbook. Volume 8* (pp. 492-513). Beverly Hills: Sage.
- Thorson, E.** (1994). Using eyes on screen as a measure of attention to television. In A. Lang (Ed.), *Measuring psychological responses to media messages* (pp. 65-84). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Vandebosch, H., & Roe, K.** (1996). Weer of geen weer, kijk of kijk (met) meer. *Communicatie*. [in voorbereiding].
- Van den Bulck, J.** (1995). The selective viewer: Defining (Flemish) viewer types. *European Journal of Communication*, 10, 147-177.
- Weaver, J., & Wakshlag, J.** (1986). Perceived vulnerability to crime. Criminal victimization experience and television viewing. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30, 141-158.
- Webster, J.G., & Wakshlag, J.J.** (1985). Measuring exposure to television. In D. Zillmann & J. Bryant (Eds.), *Selective exposure to television* (pp. 35-62). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Winterhoff-Spurk, P.** (1989). *Fernsehen und Weltwissen. Der Einfluss von Medien auf Zeit-, Raum- und Personenschemata*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wober, J.M., & Gunter, B.** (1982). Television and personal threat: Fact or artifact? A British survey. *British Journal of Social Psychology*, 21, 43-51.

Het vasthouden aan incorrecte informatie bij het verwerken van nieuwsberichten

Inleiding

Nieuws blijkt achteraf niet altijd waar te zijn. In onze wereld van snelle berichtgeving komt het regelmatig voor dat informatie die vandaag in de krant staat, morgen onjuist of gewijzigd blijkt te zijn. In de race om de beste primeurs presenteren nieuwsmedia onbetrouwbare feiten, al dan niet ondersteund door even speculatieve verklaringen. De informatiehonger van de nieuwsconsument moet immers gestild worden. Gezien het enorme aanbod aan nieuws in de media zal deze laatste doelstelling wel bereikt worden. De grote vraag is echter, of de nieuwsconsument de correcties of wijzigingen uiteindelijk nog wel opneemt. Met andere woorden: als de krant eerst A zegt en vervolgens B, wordt deze correctie of wijziging dan ook door de lezer succesvol verwerkt?

Verschillende onderzoeken lijken deze vraag negatief te beantwoorden (zie bijvoorbeeld Bell, 1991). Helemaal bevredigend blijken deze antwoorden echter niet te zijn. In dit artikel zullen we proberen het tipje van de 'sluier der nieuwsverwerking' iets verder te lichten.

Bij het begrijpen van nieuws onderscheidt Van Dijk (1988) een aantal belangrijke fasen in het verwerkingsproces:

- 1 de perceptie van, en attentie voor (fragmenten van) de tekst;
- 2 het eigenlijke lezen, dat wil zeggen de decodering en interpretatie van de boodschap;
- 3 de vorming van een semantische tekstrepresentatie in het episodisch geheugen;
- 4 de vorming, het gebruik en actualisering (updating) van situatiemodellen;
- 5 het gebruiken en bijstellen van algemene, sociale kennis en beliefs.

Onjuiste informatie in nieuwsberichten wordt vaak zodanig in het mentale situatiemodel van de lezer opgenomen, dat een correctie (waarmee het onjuiste feit wordt herroepen) de invloed van deze onjuiste informatie niet geheel ongedaan kan maken. Het hier beschreven experiment bevestigt deze bevinding. Proefpersonen in de experimentele condities kregen nieuwsberichten te lezen waarin een correctie was opgenomen. Zij bleken bij de beantwoording van inferentievragen vaker gebruik te maken van onjuiste (en later gecorrigeerde) informatie dan proefpersonen in de controleconditie, die de onjuiste informatie nooit onder ogen hadden gekregen. Een correctie die een onjuist feit niet alleen herroept, maar bovendien een alternatieve causale verklaring biedt voor de nieuwsgebeurtenis in kwestie, bracht hierin geen verbetering, evenmin als een herhaling van de correctie. Blijkbaar wordt informatie die strijdig is met een eenmaal gevormd situatiemodel consequent genegeerd.

Dr. Herre van Oostendorp is werkzaam bij de vakgroep Psychonomie, en deelnemer aan de onderzoeksgroep Mediapsychologie (werkgroep Massacommunicatie) van de Universiteit Utrecht. Drs. Christiaan Bonebakker is als bedrijfsjournalist werkzaam bij PVF Nederland NV (Afdeling PR).
Correspondentie: vakgroep Psychonomie, Universiteit Utrecht, Heidelberglaan 2, 3584 CS Utrecht, tel. +30 253 33 90, fax +30 253 45 11, E-mail oostendorp@fsw.ruu.nl.

Bij het verwerkingsproces is, volgens Van Dijk, eerder opgeslagen kennis van cruciaal belang: men kan nieuws alleen maar volledig begrijpen als men informatie uit eerder gelezen nieuwsberichten op de juiste manier kan oproepen en aanwenden. Zo komen 'situatiemodellen', dat wil zeggen mentale modellen van de situatie waar de tekst over gaat of naar verwijst, tot stand die – dat is althans de bedoeling – accuraat worden bijgewerkt wanneer een volgend nieuwsbericht wordt verwerkt (Van Dijk & Kintsch, 1983). Maar zo soepel als de theorie het voorstelt, gebeurt dit activatie- en actualisatieproces van situatiemodellen in de praktijk vaak niet (Findahl & Høijer, 1981; Larsen, 1983).

Van Oostendorp (1994) heeft in een reeks experimenten onderzocht welke factoren verantwoordelijk zijn voor een effectieve actualisering van situatiemodellen afgeleid uit kranteteksten. Proefpersonen kregen een tekst over de situatie in Somalië tijdens de Amerikaanse operatie *Restore Hope* te lezen, enige tijd later gevolgd door een tweede tekst. In deze tweede tekst werden bepaalde inhoudelijke elementen uit de eerste tekst aangevuld ('geëlaboreerd'); andere elementen werden getransformeerd. Met deze transformaties bedoelen we dat de oude informatie uit het al aanwezige situatiemodel moet worden verwijderd en vervangen door de nieuwe informatie. Bijvoorbeeld, de eerste tekst vermeldde '(...) operatie *Restore Hope* begon onder Amerikaans opperbevel (...)', en in de tweede tekst is de commandostructuur van de operatie gewijzigd in '(...) de Verenigde Naties namen het commando in Somalië over'. Deze transformaties impliceren modificaties van het oorspronkelijke situatiemodel, terwijl het bij elaboraties gaat om 'simpele' aanvullingen van een situatiemodel. Het bleek dat de leesinstructie en de tijd tussen de twee teksten geen rol van betekenis speelden bij het opnemen van de transformaties. Indien de informatie uit de eerste tekst correct in het situatiemodel was opgeslagen, had een sterk model, dat wil zeggen een nauwkeurige mentale representatie van de beschreven situatie, een betere verwerking van nieuwe informatie tot gevolg zowel wat betreft de aanvullingen als de transformaties. Dit resultaat geeft aan dat de beschikbaarheid van een goed situatiemodel in het geheugen van de lezer belangrijk is voor het correct wijzigen van de al aanwezige kennis. Interesse in het onderwerp evenals de relevantie van informatie voor de beschreven situatie had vooral een positieve invloed op het verwerken van aanvullende informatie. Bij transformerende informatie lag dit anders: mensen met veel interesse in het onderwerp verwerkten hoog-relevante, transformerende informatie juist opvallend slecht. Bij deze informatie gaat het dus om informatie die in de context van de beschreven situatie erg belangrijk is, en die in de tweede tekst gewijzigd is. Van Oostendorp (1994) suggereert dat hier mogelijk sprake is van een 'verwerpingsproces': juist omdat deze lezers zo geïnteresseerd zijn in het onderwerp, weigeren zij belangrijke wijzigingen in hun situatiemodel aan te brengen. Het aanbrenge van deze wijzigingen vergt vermoedelijk veel mentale inspanning. In een tweede experiment deed dit mogelijke verwerpingsproces zich ook

voor bij proefpersonen die minder geïnteresseerd waren in het onderwerp. Opnieuw bleken hoog-relevante transformaties slechter opgenomen te worden dan laag-relevante transformaties. De veronderstelling van een verwerpingsproces, het vasthouden aan oude interpretaties ten koste van nieuwe informatie, is echter vooral nog speculatief, en wordt daarom nader onderzocht in het experiment dat in dit artikel zal worden beschreven.

Problemen bij het bijstellen van situatiemodellen stonden eveneens centraal in een reeks onderzoeken van Wilkes en Leatherbarrow (1988) en van Johnson en Seifert (1993; 1994). Beide onderzoeksduo's maakten gebruik van (fictieve) nieuwsgebeurtenissen, opgebouwd uit korte, losse berichten. In de experimentele condities was in de tekst een correctie opgenomen, waarmee een eerder gemeld feit werd herroepen. De proefpersonen zouden idealiter niet alleen deze wijziging in hun situatiemodel moeten aanbrengen, maar ook alle tussenliggende berichten – die werden gegeven ná de foutieve informatie en vóór de correctie – met terugwerkende kracht moeten 'herinterpreteren'. De vraag onder welke voorwaarden dit het best gebeurt, stond in de genoemde onderzoeken centraal.

De meest in het oog springende conclusie was dat de invloed van eenmaal gegeven, onjuiste informatie door middel van een correctie niet geheel ongedaan kan worden gemaakt. Zelfs wanneer proefpersonen zich bewust waren van het feit dat bepaalde informatie was herroepen, bleven zij bij het maken van inferenties gebruik maken van die onjuiste informatie.

Wilkes en Leatherbarrow (1988) onderzochten in hoeverre de relevantie van de informatie een rol speelde. Als eerst relevante informatie over de oorzaak van de gebeurtenis werd gegeven, die later werd herroepen, bleef de invloed van de onjuiste informatie duidelijk zichtbaar. Werd daarentegen eerst informatie gegeven die voor de oorzaak van de gebeurtenis van weinig belang was, en was de corrigerende informatie van veel grotere relevantie, dan verliep de actualisering van het situatiemodel succesvol.

Johnson en Seifert (1993; 1994) richtten zich eveneens op het belang van de informatie voor de causale structuur. Uit hun experimenten bleek, onder andere, dat de correctie van een eerder gemeld onjuist (en relevant) feit aanmerkelijk succesvoller werd verwerkt als de correctie een alternatieve causale verklaring voor de gebeurtenis verschaftte. Niettemin bleef ook hier enige invloed van de onjuiste informatie zichtbaar.

De conclusie van deze experimenten luidt dus, dat de invloed van eenmaal gegeven informatie die voor het begrip van de gebeurtenis van belang is, niet geheel te herroepen is. We moeten echter een vraagteken plaatsen bij de adequatie van de controleconditie die zowel Wilkes en Leatherbarrow als Johnson en Seifert hanteren. In de controleconditie wordt de juiste informatie in een veel eerder stadi-

um verschaft dan in de experimentele condities. Hierdoor kunnen in de controleconditie veel berichten direct al vanuit het juiste perspectief worden geïnterpreteerd, terwijl proefpersonen in de experimentele condities diezelfde berichten achteraf moeten herinterpreteren. Het zou veel zuiverder zijn indien in alle condities de juiste informatie in hetzelfde (late) stadium wordt gepresenteerd, zodat de juiste interpretatie altijd pas achteraf kan worden gemaakt. Gevonden verschillen kunnen dan met meer zekerheid worden toegeschreven aan het feit dat in de experimentele condities eerst foutieve informatie is gegeven en verwerkt door de proefpersonen.

De adequatie van de controleconditie is het eerste punt van aandacht van het hierna te beschrijven experiment. Op dit punt vormt ons onderzoek dus een controle van – en zonnodig correctie op – de experimenten van Wilkes en Leatherbarrow (1988) en Johnson en Seifert (1993; 1994). Daarnaast richten we ons op het nader onderzoeken van de eerder beschreven mogelijkheid van een verwerpingsproces. Als zich bij Van Oostendorps experimenten inderdaad een verwerpingsproces voordoet, zou hiervan ook sprake kunnen zijn geweest in de experimenten van Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert. Dat dit proces zich in hun experimenten ook heeft voorgedaan, is echter geenszins zeker. Het feit dat een correctie niet optimaal wordt verwerkt, kan namelijk even goed duiden op een proces van oppervlakkige verwerking: een enkele herroeping van eerder gegeven informatie maakt misschien niet voldoende indruk om mensen hun situatiemodel te laten bijstellen. Wanneer echter ook na bevestiging van de correctie – een herhaling, dus – de foutieve informatie een rol blijft spelen, is de mogelijkheid van oppervlakkige informatieverwerking heel wat minder plausibel. Het ligt dan meer voor de hand dat mensen actief (maar niet per se bewust) weigeren hun situatiemodel bij te stellen, met andere woorden: zij verwerpen de correctie. Op dit punt bouwt ons onderzoek dus voort op de experimenten van Van Oostendorp (1994). Het kan uitsluitel geven over de oorzaak van het achterwege blijven van de actualisering van het situatiemodel: komt dat door de aanwezigheid van een verwerpingsproces dan wel door een proces van oppervlakkige encoding. Om deze vraagpunten nader te onderzoeken, hebben wij een experiment opgezet met dezelfde opzet als Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert, met enkele belangrijke aanpassingen. Ten eerste wordt de adequatie van de controleconditie (conditie 0) vergroot. Ten tweede maken we gebruik van drie experimentele condities: één met een enkele correctie (conditie 1), één met een herhaalde correctie (conditie 2) en één met een correctie inclusief causaal alternatief (conditie 3). Ten derde maken we gebruik van vier verschillende nieuwsverhalen om 'over situaties' (verhalen) te kunnen generaliseren, en niet vast te zitten aan slechts één situatie. De vraag of proefpersonen hun situatiemodel bijstellen naar aanleiding van correcties wordt, net zoals bij Van Oostendorp (1994), Wilkes en Leatherbarrow (1988) en Johnson en Seifert (1993; 1994) onderzocht door gebruik te maken van inferentievragen. Dit zijn vra-

gen waarvan het antwoord niet direct in de tekst is terug te vinden (Kintsch, Welsch, Schmalhofer & Zimny, 1990; Schmalhofer & Glavanov, 1986; Fletcher & Chrysler, 1990). De waarde van dergelijke vragen voor dit experiment is gelegen in het feit dat beantwoording ervan – naar we veronderstellen – uitsluitend kan plaatsvinden op basis van het gevormde situatiemodel.

Hypothesen

We toetsen drie hypothesen, die we nu zullen omschrijven en toelichten.

Uit de onderzoeken van Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert bleek dat het effect van onjuiste informatie in een later stadium niet geheel valt weg te nemen. De vraag is of dit ook het geval is, wanneer gebruik wordt gemaakt van een 'adequate' controleconditie. Ervan uitgaande dat dit het geval zal zijn, luidt *Hypothese 1*:

Wanneer eenmaal onjuiste informatie gegeven is, kan een correctie de invloed van deze onjuiste informatie op gevormde situatiemodellen niet geheel ongedaan maken.

Indien dit het geval is, zal de 'oude' informatie die in de drie experimentele condities wordt gegeven, bij de beantwoording van de vragen een rol blijven spelen. Inherent hieraan zal de 'nieuwe' informatie in deze condities minder sterk voorkomen in de antwoorden op de inferentievragen. De voorspelling die hieruit volgt, is:

Conditie 1, 2 en 3 leveren meer 'oude' en minder 'nieuwe' informatie op dan conditie 0.

Volgens Johnson en Seifert (1993; 1994) leidt het geven van een alternatieve causale verklaring ertoe dat onjuiste informatie beter wordt gecorrigeerd. Om te onderzoeken of dit ook het geval is in de door ons gewijzigde vorm van het experiment, luidt *Hypothese 2*:

Correcties op onjuiste informatie worden beter in een gevormd situatiemodel verwerkt indien de correctie een alternatieve causale verklaring geeft.

Het ligt voor de hand dat de antwoorden op de inferentievragen in conditie 3 relatief veel 'alternatieve' informatie zullen bevatten. Hiermee wordt echter nog niet direct de genoemde hypothese ondersteund; dit is pas het geval indien tegelijkertijd de hoeveelheid 'oude' informatie afneemt. Als referentiepunt fungeren conditie 1 en 2, omdat in die condities wél een correctie, maar géén alternatieve informatie voorkomt. Concreet luidt de voorspelling die volgt uit *Hypothese 2*:

Conditie 3 levert minder 'oude' informatie op dan conditie 1 en 2.

Van Oostendorp (1994) suggereert dat bij het verwerken van een aangeboden correctie ten opzichte van een gevormd situatiemodel een verwerpingsproces plaatsvindt: informatie die niet in het gevormde situatiemodel past, wordt verworpen. Indien dit het geval is,

zou dit ook uit ons experiment naar voren moeten komen, hetgeen leidt tot *Hypothese 3*:

Wanneer onjuiste informatie gegeven is, treedt bij correcties een vorm van verwerping op. Dit geldt voor zowel een eerste als een herhaalde correctie.

Met andere woorden: conditie 1 en 2 zouden in hoofdlijnen dezelfde resultaten moeten opleveren. Uit *Hypothese 3* volgt dus de volgende voorspelling:

Conditie 1 en 2 leveren eenzelfde patroon van zowel 'oude' als 'nieuwe' informatie op.

Als daarentegen oppervlakkige encoding een belangrijker rol speelt, dan zou men kunnen verwachten dat een herhaling of bevestiging van een correctie meer aanleiding geeft het situatiemodel te actualiseren dan slechts één enkele correctie. Dus, als conditie 1 meer 'oude' en/of minder 'nieuwe' informatie oplevert dan conditie 2, dan zou dit kunnen wijzen op een oppervlakkige verwerking van een enkele correctie, in plaats van actieve verwerping.

Methode

Proefpersonen

Aan het experiment namen 51 eerste- en tweedejaars studenten van de Universiteit Utrecht deel, in groepen van maximaal zes personen. De sessies duurden één à anderhalf uur, en de proefpersonen ontvingen hiervoor een vergoeding van 15 gulden.

Materiaal

Bij het experiment werd gebruik gemaakt van vier teksten in vier condities. Een verhaal (Verhaal 1) is in bijlage 1 van dit artikel opgenomen. Elke tekst bestond uit een reeks van twaalf of dertien berichten die alle betrekking hadden op een (fictieve) gebeurtenis. In de drie experimentele condities wordt in de tekst aanvankelijk melding gemaakt van een mogelijk oorzaak van de gebeurtenis in kwestie, die echter in een later stadium onjuist blijkt te zijn. Deze correctie kende, zoals eerder gesteld, drie varianten: een enkele ontkenning van de genoemde oorzaak (conditie 1), een ontkenning van de genoemde oorzaak en een bevestiging van die ontkenning (een herhaalde ontkenning dus; conditie 2), en als derde experimentele conditie een ontkenning van de genoemde oorzaak, gevolgd door een alternatieve verklaring (conditie 3). In de controleconditie (conditie 0) wordt geen melding gemaakt van enige mogelijke oorzaak van de gebeurtenis.

Het voorbeeldverhaal in bijlage 1 (*Verhaal 1*) betreft een verhaal over een brand in een groothandel. In hoofdlijn komt dit verhaal overeen met het 'Fire'-verhaal van Wilkes en Leatherbarrow (1988), dat ook door Johnson en Seifert (1993; 1994) is gebruikt. In de experimentele condities wordt in bericht 5 melding gemaakt van de aanwezigheid van onzorgvuldig opgeslagen licht ontvlambare materialen in het 'zij-

kamertje' waar de brand is ontstaan. In de controleconditie bestaat bericht 5 uit de neutrale mededeling dat bij het onderzoek zowel de brandweer als de politie is betrokken. Bericht 10 meldt in alle condities dat het genoemde zijkamertje leeg blijkt te zijn geweest. In de drie experimentele condities wordt hieraan toegevoegd dat de eerder gedane mededeling dus onjuist was. In conditie 3 wordt daarnaast als alternatieve verklaring toegevoegd dat er aanwijzingen zijn dat de brand is aangestoken. Bericht 13 omvat in conditie 2 een bevestiging, uit andere bron, van de mededeling dat het zijkamertje leeg was. De overige condities melden dat de brand is bedwongen. Er zijn twee belangrijke verschillen met het 'Fire'-verhaal van Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert. In de eerste plaats is conditie 2 (de herhaalde ontkenning) toegevoegd; ten opzichte van Wilkes en Leatherbarrow is ook conditie 3 (de alternatieve verklaring) nieuw. Het tweede belangrijke verschil betreft de plaats van het bericht dat het zijkamertje leeg was in de controleconditie. Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert brachten deze mededeling op de plaats waar de andere condities het 'licht ontvlambare materialen'-scenario introduceerden. In onze tekst staat de melding dat het zijkamertje leeg was in alle condities op dezelfde plaats, waarmee de controleconditie een zuiverder referentiepunt vormt. *Verhaal 2* betreft een zelf ontwikkeld verhaal over een vechtpartij tussen de portier en een bezoeker van een discotheek, die al dan niet een racistische achtergrond zou hebben. *Verhaal 3* betreft een zelf ontwikkeld verhaal over een wereldkampioenschap zwemmen. De Braziliaanse ploeg vestigt hier een wereldrecord en verslaat daarmee favoriet Duitsland, waarbij al dan niet gebruik zou zijn gemaakt van doping. *Verhaal 4* betreft een verhaal over een juwelendiefstal in een woning, waarvan de bewoners op vakantie waren. De zoon van de bewoners werd daarvan verdacht en later bleek dat onjuist te zijn. De belangrijkste verschillen met de *Jewelry Theft Story* van Johnson en Seifert zijn de toevoeging van conditie 2, en – in de controleconditie – de plaats van het bericht dat de zoon in het buitenland was. De structuur van de vier verhalen komt dus zo veel mogelijk overeen. Schematisch is dit weer te geven zoals in tabel 1.

TABEL 1 Structuur van verhaal 1 t/m 4.

	Conditie 0	Conditie 1	Conditie 2	Conditie 3
Stadium I: bericht 4, 5 of 6	Neutraal; niets over oorzaak	Mogelijke oorzaak	Mogelijke oorzaak	Mogelijke oorzaak
Stadium II: bericht 9 of 10	Uitsluiting van oorzaak	Uitsluiting van oorzaak	Uitsluiting van oorzaak	Uitsluiting van oorzaak; alternatief
Stadium III: bericht 12 of 13	Neutraal	Neutraal	Herhaalde uitsluiting van oorzaak	Neutraal

De vragenlijsten bevatten voor elk verhaal acht inferentie-vragen. De vragen die gebruikt zijn bij *Verhaal 1* zijn ook in bijlage 1 opgenomen. Bij *Verhaal 1* en *4* komen de vragen grotendeels overeen met de vragen die Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert hebben gebruikt. De inferentievragen richtten zich steeds direct of indirect op de oorzaak van de beschreven gebeurtenis, en nodigden de proefpersonen uit hierover te speculeren. Alle vragen waren zodanig geformuleerd dat de proefpersonen iets moesten prijsgeven van hun gedachtengang en de informatie waarop zij zich baseerden. Beantwoording met louter 'ja' of 'nee' was bij deze vragen dus niet goed mogelijk.

Procedure

De aanwijzingen voor het experiment werden schriftelijk gegeven. De proefpersonen kregen de volgende tekst te lezen: 'Door middel van dit onderzoek willen we te weten komen hoe mensen informatie in nieuwsberichten begrijpen. Je krijgt straks een boekje met een reeks berichten die allemaal betrekking hebben op één gebeurtenis. Elk bericht staat op een aparte bladzijde. Lees ze door in je eigen tempo. Als je een bericht gelezen hebt, sla dan de bladzijde om. Het is niet de bedoeling dat je terugbladert en berichten herleest. Als je klaar bent met de hele reeks, krijg je een korte opdracht; de zogenaamde 'vlaggen-test'. Heb je deze gedaan, dan krijg je een aantal vragen over het nieuwsbericht dat in het boekje stond beschreven. Het betreft zowel vragen over feiten die in de tekst genoemd werden, als begripsvragen waarvan het antwoord niet altijd letterlijk in de tekst is terug te vinden. Deze procedure wordt nog drie keer herhaald. Je krijgt in totaal dus vier nieuwsberichten te lezen. In totaal duurt het onderzoek ongeveer anderhalf uur.'

De 'vlaggentest' is een standaard-test (Thurstone & Jeffrey, 1956) waarbij ruimtelijk inzicht centraal staat. Hiermee werd beoogd de invloed van de letterlijke representatie van de gelezen teksten op de beantwoording van de vragen te beperken. Aan deze vlaggentest dienden de proefpersonen (vier keer) vier minuten te besteden; de tijd werd bijgehouden door de proefleider.

De vragenlijsten bevatten de volgende instructie: 'Je krijgt nu een aantal vragen over het nieuwsbericht dat je net hebt gelezen. Je kunt de antwoorden schrijven in de ruimte die daarvoor op dit vragenformulier beschikbaar is. De antwoorden op de vragen zijn niet altijd letterlijk in de tekst terug te vinden. Geef in die gevallen het antwoord dat volgens jou het meest waarschijnlijk is. Geef, waar mogelijk, steeds een toelichting op je antwoord.'

In totaal kreeg elke proefpersoon vier verhalen voorgeschoteld, elk in een andere conditie. Door middel van een rouleerschema werd de volgorde van de verhalen en de condities afgewisseld, zodanig dat per verhaal elke conditie twaalf of dertien keer voorkwam.

Scoring

Van elk antwoord op de (vier keer) acht inferentievragen is beoordeeld welk 'scenario' eraan ten grondslag heeft gelegen. Vooraf werden vier mogelijke scenario's onderscheiden:

- 1 'Oud': beantwoording op basis van de informatie die in latere instantie onjuist is gebleken (de gecorrigeerde informatie). Een antwoord werd pas als 'oud' aangemerkt als de gecorrigeerde informatie duidelijk aan het antwoord ten grondslag had gelegen.
- 2 'Nieuw': beantwoording op basis van de informatie die uiteindelijk juist bleek (de correctie). Een antwoord werd als 'nieuw' aangemerkt als het antwoord duidelijk blij gaf van het feit dat de eerder genoemde oorzaak onjuist bleek of als op basis van de correctie een plausible verklaring die niet in de tekst voorkwam, genoemd werd.
- 3 'Alternatief': beantwoording op basis van de (in de tekst genoemde) alternatieve causale verklaring.
- 4 'Non-antwoorden': niet beantwoorde vragen en onbruikbare antwoorden als 'weet niet' en '?'.

Voor de scenario's 1 tot en met 4 werden per vraag lijsten met 'keywords' opgesteld, op basis waarvan de beoordeling plaatsvond. Hiermee kon worden gegarandeerd dat elk antwoord volgens dezelfde criteria werd beoordeeld.

Analyse

Nadat per vragenlijst de antwoorden op de acht inferentievragen waren gescoord volgens de bovenstaande procedure, resteerde op elk van de vijf categorieën (scenario's) een score tussen 0 en 8, waarvan de som per proefpersoon gelijk was aan 8. Met deze gegevens zijn twee typen van statistische analyses uitgevoerd:

- 1 Proefpersonen-analyses: toetsingen over proefpersonen, waarbij 'conditie' een within-subjects-variabele is. Het betreft dus analyses waarbij het experiment wordt voorgesteld als een experiment met herhaalde metingen, waarbij de variabele 'verhaal' geen rol speelt. Het aantal cases bedraagt derhalve 51.
- 2 Verhaal-analyses: analyses met 'verhaal' en 'conditie' als between-subjects-variabelen. Omdat 'verhaal' in deze analyse wél als afzonderlijke factor wordt meegenomen, wordt het principe van herhaalde metingen hier buiten beschouwing gelaten en bedraagt het aantal cases 204. Het voordeel van de verhaal-analyses is dat de invloed van de variabele 'verhaal' op de resultaten is te meten. We kunnen dan nagaan bij welke verhalen de verwachte effecten optreden, en bij welke niet. De proefpersonen-analyses bieden deze mogelijkheid niet, maar baseren zich daarentegen op herhaalde metingen, zodat elke proefpersoon in feite zijn eigen controle is, en daarmee effecten van 'conditie' zeer nauwkeurig vastgesteld kunnen worden.

Resultaten

Eerst zullen we de resultaten aan de hand van de drie door ons opgestelde hypothesen bespreken en daarna de door ons gevonden resultaten vergelijken met die uit de vergelijkbare experimenten van Wilkes en Leatherbarrow (1988) en Johnson en Seifert (1993; 1994). In tabel 2 zijn de belangrijkste resultaten weergegeven. Hierbij wordt geen onderscheid gemaakt tussen de vier afzonderlijke verhalen. De som van de scores per conditie is steeds gelijk aan 8, overeenkomstig het aantal inferentievragen. De tabel geeft voor elke conditie weer hoe vaak de proefpersonen bij het beantwoorden van de 8 inferentievragen gemiddeld gebruik hebben gemaakt van elk van de vier scenario's.

TABEL 2 Gemiddelde scores op de inferentievragen per proefpersoon, verdeeld naar conditie en scenario (N per conditie = 51).

Scenario	Conditie			
	0	1	2	3
Oud	.20	.84	.57	.57
Nieuw	7.57	6.94	7.02	5.45
Alternatief	.06	.04	.16	1.92
Non-antwoorden	.18	.18	.26	.06

In tabel 3 worden de resultaten ook opgesplitst naar verhaal weergegeven.

Zoals uit de hypothesen blijkt, zijn de antwoordcategorieën of scenario's 'oud' en 'nieuw' voor ons experiment het meest relevant. De belangrijkste resultaten met betrekking tot de hypothesen zullen we nu per hypothese bespreken.

Hypothese 1 (Het effect van onjuiste informatie). De proefpersonen-analyse laat met betrekking tot oude informatie significante verschillen tussen de condities zien: $F(3,150)=3.37, p<.05$. Uit t-tests blijkt dat conditie 1, 2 en 3 op .05-significantieniveau méér oude informatie opleveren dan conditie 0 (zie tabel 2). Verder blijkt dat conditie 0, 1 en 2 méér nieuwe informatie opleveren dan conditie 3, en dat conditie 0 meer nieuwe informatie oplevert dan conditie 1 en 2. Uit de verhaalanalyse blijkt zowel de variabele 'verhaal' als 'conditie' een hoofdeffect met betrekking tot oude informatie op te leveren: resp. $F(3,188)=13.24, p<.01$ en $F(3,188)=4.27, p<.01$. Om de verschillen tussen condities te onderzoeken is gebruik gemaakt van de Student-Newman-Keuls-procedure (Winer, 1971). Deze procedure (op .05-significantieniveau) liet zien dat Conditie 1 significant meer oude informatie reproduceerde dan conditie 0. Uit de eerder beschreven proefpersoonanalyse bleken daar ook conditie 2 en 3 meer oude

TABEL 3 Gemiddelde scores op de inferentievragen per proefpersoon, verdeeld naar verhaal, conditie en scenario (N per cel = 12 of 13).

Verhaal	Scenario	Conditie			
		0	1	2	3
1	oud	.08	1.85	1.46	1.39
	nieuw	7.50	5.77	5.46	4.92
	alternatief	.17	.15	.62	1.62
	non-antwoorden	.25	.23	.46	.08
2	oud	.00	.46	.00	.25
	nieuw	7.77	7.46	7.85	5.50
	alternatief	.08	.00	.00	2.25
	non-antwoorden	.15	.08	.15	.00
3	oud	.23	.39	.17	.15
	nieuw	7.69	7.31	7.58	6.08
	alternatief	.00	.00	.00	1.69
	non-antwoorden	.08	.31	.25	.08
4	oud	.46	.67	.62	.46
	nieuw	7.31	7.25	7.23	5.31
	alternatief	.00	.00	.00	2.15
	non-antwoorden	.23	.08	.15	.08

informatie op te leveren dan conditie 0. Dat is in deze analyse niet het geval. Het verschil in uitkomsten tussen de beide analyses is te verklaren aan de hand van het feit dat in de proefpersonen-analyse rekening is gehouden met het principe van de herhaalde metingen, en dus wat nauwkeuriger is. Het interactie-effect tussen verhaal en conditie, zo blijkt uit de verhaal-analyse, is net niet significant: $F(9,188)=1.88, p=.06$. Toch blijkt met name verhaal 1 verantwoordelijk voor de gevonden verschillen tussen de condities (zie tabel 3). Alleen deze tekst levert namelijk significante verschillen op: $F(3,47)=4.54, p<.01$. Deze verschillen vertonen hetzelfde patroon als de eerder genoemde t-tests: conditie 1, 2 en 3 leveren méér 'oude' informatie op dan conditie 0. *Hypothese 1* kan dus worden aanvaard, met de kanttekening dat het interactie-effect tussen verhaal en conditie bijna significant is.

Hypothese 2 (Het effect van een alternatieve causale verklaring). Uit de proefpersonen-analyse blijkt dat conditie 3 méér alternatieve informatie oplevert dan conditie 0, 1 en 2: resp. $t(50)=-10.77, p<.01$; $t(50)=-10.69, p<.01$; $t(50)=-10.10, p<.01$ (zie tabel 2). Uit de verhaal-analyse komt een hoofdeffect voor conditie naar voren: $F(3,188)=98.14, p<.01$. Toepassing van de Student-Newman-Keuls-procedure geeft ook aan dat conditie 3 op.05-significantieniveau méér alternatieve informatie oplevert dan de overige condities. Het interactie-effect tussen verhaal en conditie is net niet significant:

$F(9,188)=1.71, p=.09$. Het patroon dat conditie 3 significant méér alternatieve informatie oplevert dan conditie 0, 1 en 2 komt dan ook bij alle vier afzonderlijke teksten terug (Tabel 3). Deze verschillen tussen de condities in hoeveelheden alternatieve informatie brengen echter nergens significante verschillen in hoeveelheden oude informatie in conditie 3 ten opzichte van conditie 1 en 2 met zich mee. (Dat conditie 3 méér oude informatie oplevert dan conditie 0 zagen we al bij *Hypothese 1*.) We kunnen *Hypothese 2* dan ook niet aanvaarden.

Hypothese 3 (Het effect van herhaalde correctie). Wat betreft oude informatie bestaat geen significant verschil tussen conditie 1 en 2, zo blijkt uit de proefpersonen-analyse: $t(50)=1.18, p>.20$. Hetzelfde geldt voor nieuwe informatie: $t(50)=-.27, p>.70$ (tabel 2). Uit de verhaal-analyse komen op .05-significantieniveau eveneens geen significante verschillen tussen conditie 1 en 2 naar voren, zowel wat betreft oude als nieuwe informatie. Dit geldt voor elk van de vier verhalen afzonderlijk (tabel 3), en ook wanneer de resultaten van de vier verhalen worden samengevoegd (tabel 2). We kunnen *Hypothese 3* dus aanvaarden.

Vergelijking met Wilkes & Leatherbarrow en Johnson & Seifert

Hoewel de door ons gevonden patronen niet fundamenteel afwijken van die van Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert blijken er aanzienlijke verschillen te bestaan tussen de absolute scores. In ons experiment vinden we over de gehele linie minder inferenties op basis van oude informatie, hetgeen mogelijk betekent dat onze proefpersonen de nieuwsberichten op een andere wijze hebben verwerkt. Tabel 4 geeft de verschillen tussen onze resultaten (*Verhaal 1*) en die van Wilkes en Leatherbarrow weer.

TABEL 4 Resultaten *Verhaal 1* vergeleken met Wilkes en Leatherbarrow, uitgedrukt in percentages.

Van Oostendorp/ Bonebakker	Conditie		Wilkes/ Leatherbarrow	Conditie	
	0	1		0	1
Oud	1.0	23.1	oud	3.0	32.6
Nieuw	93.8	72.1	nieuw	61.5	45.2
Alternatief	2.1	1.9	overig	35.6	22.2
Non-antwoorden	3.1	2.9			
Totaal	100	100	totaal	100	100

Een volledige vergelijking is om verschillende redenen niet mogelijk. Ten eerste hanteerden Wilkes en Leatherbarrow slechts twee condities die ook in ons onderzoek voorkomen: de controleconditie en de 'direct editing'-conditie (bij ons conditie 1). Ten tweede waren de

antwoordcategorieën van Wilkes en Leatherbarrow voor een deel anders. Voor zover wij kunnen inschatten was hun categorie 'nieuw' smaller dan onze categorie 'nieuw'. Wij vermoeden dat het noemen van in de tekst niet-voorkomende oorzaken naar aanleiding van de correctie, zonder de correctie zelf expliciet te vermelden, bij Wilkes en Leatherbarrow als 'overig' zijn aangemerkt; bij ons is dit ook als 'nieuw' gescoord. Het spreekt voor zich dat de categorie 'alternatief', alsmede de overige verhalen bij Wilkes en Leatherbarrow niet voorkwamen. Het enig mogelijke punt van vergelijking dat resteert, is dus de oude informatie van *Verhaal 1*. Het blijkt dat Wilkes en Leatherbarrow vooral in conditie 1 een aanzienlijk hogere score vonden dan wij (32.6% versus 23.1%).

Vergelijkingen met de experimenten van Johnson en Seifert zijn nog moeilijker te maken, ten eerste omdat zij vaak de antwoorden op inferentievragen en directe referenties uit een 'free recall'-test bij elkaar optellen, en ten tweede omdat zij de door hen gevonden scores in absolute aantallen vermelden, zonder een totaaltelling te geven. Toch kunnen we uit de gegevens van hun *Jewelry Theft Story (Verhaal 4)*, waarbij wél uitsluitend de resultaten op de inferentievragen werden gegeven, iets afleiden.

TABEL 5 Resultaten *Verhaal 4* vergeleken met Johnson en Seifert (inferentievragen), uitgedrukt in percentages.

Van Oostendorp/ Bonebakker	Conditie			Johnson/Seifert	Conditie		
	0	1	3		0	1	3
Oud	5.8	8.3	5.8	oud	15.5	28.9	9.6
Nieuw	91.4	90.6	66.4	nieuw/altern.	55.3	37.2	71.5
Alternatief	0.0	0.0	26.9				

Uit tabel 5 is af te lezen dat bij Johnson en Seifert het aantal verwijzingen naar oude informatie in conditie 1 aanmerkelijk hoger is dan de door ons gevonden waarde bij *Verhaal 4*, 28.9% resp. 8.3% (in absolute scores: 3.18 van de elf vragen bij Johnson en Seifert versus .67 van de acht vragen bij ons).

De conclusie lijkt dus te zijn dat Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert meer verwijzingen naar oude informatie vonden dan wij, met name in conditie 1. Het ligt het meest voor de hand de oorzaak hiervan te zoeken in de wijzigingen die wij in de teksten hebben aangebracht. De belangrijkste wijziging die we daarin hebben aangebracht betreft echter de verschuiving van de 'nieuwe' informatie in conditie 0 naar een later stadium, waarmee de gevonden verschillen in conditie 1 uiteraard niet kunnen worden verklaard.

Een ander belangrijk verschilpunt met de opzet van ons experiment is het feit dat wij onze proefpersonen vier teksten hebben voorgelegd.

Na de vragen van de eerste tekst te hebben beantwoord, wisten de proefpersonen dus wat er van hen verwacht werd. Dit zou kunnen leiden tot een 'betere' prestatie op de erop volgende teksten, en 'overall' tot een geringere 'oud' score dan in de experimenten van Johnson en Seifert, en Wilkes en Leatherbarrow. De prestatie blijkt bij elk verhaal echter even goed te zijn. Als 'rangorde' (het volgnummer van een verhaal voor de betreffende proefpersoon) als covariaat in de verhaal-analyse wordt opgenomen, blijkt de rangorde niet tot significante verschillen te leiden. Ook wanneer de resultaten op een verhaal dat als eerste is voorgelegd worden vergeleken met de resultaten op de drie volgende verhalen, worden geen significante verschillen zichtbaar. Het lezen van meerdere teksten lijkt dus geen doorslaggevende factor te zijn geweest.

Een andere mogelijkheid betreft de leesduur van de verhalen. Omdat de proefpersonen vier keer eenzelfde procedure moesten doorlopen, was het niet zinvol vooraf te verhullen dat na het lezen van de tekst (inferentiële) begripvragen zouden volgen. Onze instructie was hierop aangepast, terwijl Wilkes en Leatherbarrow en Johnson en Seifert zich in de instructie beperkten tot het aankondigen van 'recall'-vragen. Mogelijk hebben onze proefpersonen hierdoor meer tijd besteed aan het lezen van de verhalen (doorgaans ca. vier minuten per verhaal), hetgeen geleid zou kunnen hebben tot minder inferenties op basis van oude informatie.

Een andere opvallende uitkomst in onze resultaten betreft het verschil tussen de vier verhalen onderling. Voor zowel oude als nieuwe informatie werd een hoofdeffect voor de variabele 'verhaal' gevonden: resp. $F(3,188)=13.24, p<.01$ en $F(3,188)=13.07, p<.01$. Het is duidelijk dat met name *Verhaal 1* in alle experimentele condities aanmerkelijk hogere scores voor oude informatie opleverde dan de andere verhalen, terwijl bij Johnson en Seifert zo'n duidelijk verschil tussen verhaal 1 en 4 niet aanwezig was. Het feit dat de door ons ontwikkelde verhalen andere resultaten opleveren, kan niet als afdoende verklaring dienen, omdat het door Johnson en Seifert ontwikkelde *Verhaal 4* bij ons vrijwel net zo weinig oude informatie opleverde als de door ons ontwikkelde *Verhalen 2* en *3*.

De voorlopige conclusie die we naar aanleiding van de verschillen tussen vorig onderzoek en dit experiment trekken, is dat de wijze van verwerking mogelijk een belangrijke rol heeft gespeeld. De gewijzigde procedure, die nodig was omdat wij hebben gewerkt met een 'binnen-proefpersonen' opzet in plaats van een 'tussen-proefpersonen' opzet, heeft er wellicht toe geleid dat de informatie aandachtiger en dieper is verwerkt. Hierdoor zijn mogelijk minder inferenties op basis van oude informatie tot stand gekomen. Voor een meer definitief antwoord is echter verder onderzoek nodig (en onderweg).

Conclusies en discussie

Deze enigszins onbevredigend beantwoorde vragen met betrekking tot de absolute hoogte van de scores, vooral die van de oude informatie, vergeleken met het onderzoek van Wilkes en Leatherbarrow (1988) en Johnson en Seifert (1993; 1994), nemen echter niet weg dat ons experiment een aantal duidelijke conclusies met betrekking tot de geformuleerde hypothesen heeft opgeleverd.

Hypothese 1 (over het effect van onjuiste informatie) kon worden aanvaard. Ondanks de lage absolute scores, is het patroon – de onderlinge verhoudingen tussen condities – wel volgens de verwachting. Hiermee werd aannemelijk gemaakt dat onjuiste informatie, als zij eenmaal gegeven is, op een zodanige manier in het situatiemodel van de lezer wordt opgenomen, dat een correctie de invloed van de onjuiste informatie niet makkelijk ongedaan kan maken. Dit is geheel in overeenstemming met hetgeen we op basis van eerder onderzoek konden verwachten.

Het is goed hierbij te bedenken dat *Hypothese 1* (en 2) om twee redenen niet een simpele herhaling van eerder onderzoek betroffen. In de eerste plaats hadden de verschillende condities in ons experiment een consequentere structuur. Doordat in conditie 0 de nieuwe informatie in hetzelfde stadium werd gegeven als in de andere condities, hebben onze proefpersonen in conditie 0 niet méér berichten door een 'nieuwe' bril kunnen lezen dan proefpersonen in andere condities. Niettemin leverde conditie 0 bij ons toch méér nieuwe informatie op dan de andere condities (zie tabel 2). Dit lijkt eenzelfde resultaat als voorgaande onderzoeken, maar omdat de opzet zuiverder was, is het van grotere waarde. In de tweede plaats hebben de huidige bevindingen betrekking op een groter aantal verhalen. We zagen dat van de afzonderlijke verhalen alleen *Verhaal 1* significante verschillen in oude informatie opleverde; de verschillen bij de andere verhalen waren niet significant. Niettemin blijken de vier verhalen gezamenlijk eenzelfde patroon op te leveren. De niet-significante verschillen van *Verhaal 2, 3* en *4* hadden dus wel een uitwerking in dezelfde richting, waarmee *Hypothese 1* uiteindelijk werd ondersteund.

Hypothese 2 (over het effect van een alternatieve causale verklaring), die ook grotendeels op de bevindingen van Johnson en Seifert (1993; 1994) was gebaseerd, werd echter niet ondersteund. De gereproduceerde hoeveelheid oude informatie was in ons experiment in conditie 3 niet significant geringer dan in conditie 1 en 2. Een precieze verklaring is moeilijk te geven: de door ons gewijzigde opzet van conditie 0 speelt bij *Hypothese 2* geen rol. Aan de door ons toegevoegde verhalen valt de verworping van *Hypothese 2* evenmin toe te schrijven; in geen van de vier verhalen – ook niet de verhalen waarop Johnson en Seifert hun conclusie baseerden – werd op dit punt immers een significant verschil gevonden. Mogelijk speelt ook hier een rol wat al eerder naar voren is gebracht: de gewijzigde procedure heeft ertoe ge-

leid dat de teksten aandachtiger zijn gelezen, waardoor de proefpersonen in conditie 1 en 2 minder leunden op oude informatie. Met betrekking tot de preciese oorzaak van de verwerping van *Hypothese 2* blijven we echter noodgedwongen in onzekerheid. Verder onderzoek op dit punt is geboden (en onderweg).

Hypothese 3 (over het effect van herhaalde correctie) werd, evenals *Hypothese 1*, ondersteund. Als een herhaalde correctie zou leiden tot significant andere hoeveelheden oude en nieuwe informatie in vergelijking met een enkele correctie, zou dit kunnen wijzen op een oppervlakkige informatieverwerking bij één enkele correctie (zie ook Van Oostendorp, 1994). In dat geval zou gecorrigeerde informatie beter tot mensen doordringen naarmate zij vaker met de correctie geconfronteerd worden. Het bleek echter dat conditie 1 en 2, in overeenstemming met de hypothese, tot eenzelfde patroon van zowel oude als nieuwe informatie leidden. We kunnen op basis hiervan dus aannemen dat een verwerpingsproces werkzaam is: informatie die strijdig is met een reeds gevormd situatiemodel wordt structureel verworpen. Of dit ook het geval is na, pakweg, *vijf* herhaalde correcties, is op dit moment nog niet te zeggen. Enige 'hardleersheid' is mensen op dit gebied echter niet vreemd, zoveel is wel duidelijk.

Meer algemeen geformuleerd kunnen we concluderen – op basis van de vergelijking van conditie 0 en conditie 1 – dat een correctie de invloed van onjuiste informatie niet gemakkelijk ongedaan maakt. Ook het aanbieden van een herhaalde correctie (conditie 2) of van een alternatieve verklaring (conditie 3) kan de 'schade' niet herstellen.

Bijlage 1

Verhaal 1: Groothandel brandt uit

Bericht 1

25 november, 21.00 uur. Brandmelding ontvangen van een groothandel in kantoor- en schrijfbenodigdheden. Het complex bestaat uit een kantoor, een showroom en een grote opslaghal.

Bericht 2

De melding betreft een uitslaande brand in de grote opslaghal en vereist onmiddellijke actie. Om 21.03 uur verlaten enkele brandweerwagens de kazerne.

Bericht 3

De brandmelding was afkomstig van de beveiligingsmedewerker van de groothandel. Hij had dikke, vettige rook en vlammen waargenomen.

Bericht 4

26 november, 04.00 uur. De brandweercommandant vermoedt dat de brand is ontstaan door kortsluiting. Deze zou hebben plaatsgevonden in een zijkamer-tje van de grote opslaghal. De politie heeft een onderzoek ingesteld.

Bericht 5 (Conditie 0)

Bij het onderzoek zijn medewerkers van zowel de politie als de brandweer betrokken.

Bericht 5 (Conditie 1, Conditie 2, Conditie 3)

04.30 uur. De politie heeft aanwijzingen dat in het zijkamertje licht ontvlambare materialen, zoals verf en gascilinders, op onzorgvuldige wijze waren opgeslagen.

Bericht 6

Een brandweerman die betrokken is bij de bluswerkzaamheden meldt dat de brand bijzonder moeilijk onder controle is te krijgen vanwege de uitzonderlijke hitte van de vlammen.

Bericht 7

Tijdens de brand hebben zich enkele explosies voorgedaan. Deze vormden een gevaar voor de aanwezige brandweerlieden, maar slachtoffers zijn niet gevallen.

Bericht 8

Twee brandweerlieden moeten worden overgebracht naar het ziekenhuis wegens het inademen van giftige gassen die bij de brand zijn vrijgekomen.

Bericht 9

10.00 uur. De chef van de grote opslaghal maakt bekend dat zich in de grote hal onder meer partijen papier en een groot aantal fotokopieerapparaten bevonden.

Bericht 10 (Conditie 0)

11.00 uur. Een bericht van de politie betreffende de voortgang van het onderzoek. Het zijkamertje van de grote opslaghal was leeg op het moment dat de brand ontstond.

Bericht 10 (Conditie 1, Conditie 2)

11.00 uur. Een bericht van de politie betreffende de voortgang van het onderzoek. Het zijkamertje van de grote opslaghal was leeg op het moment dat de brand ontstond. De eerder gedane mededeling was dus onjuist.

Bericht 10 (Conditie 3)

11.00 uur. Een bericht van de politie betreffende de voortgang van het onderzoek. Het zijkamertje van de grote opslaghal was leeg op het moment dat de brand ontstond. De eerder gedane mededeling was dus onjuist. Verder zijn in de hal sporen aangetroffen van in benzine gedrenkte doeken, die erop duiden dat de brand is aangestoken.

Bericht 11

De eigenaar van de groothandel schat de schade op vele tonnen. Zowel gebouw als inboedel was voldoende verzekerd.

Bericht 12

Een half jaar geleden werd in hetzelfde gebouw een kleine brand ontdekt. Deze werd succesvol bestreden door medewerkers van de groothandel.

Bericht 13 (Conditie 0, Conditie 1, Conditie 3)

11.30 uur. De brandweercommandant meldt dat de brand is bedwongen. De grote opslaghal is volledig uitgebrand.

Bericht 13 (Conditie 2)

11.30 uur. De brandweercommandant meldt dat de brand is bedwongen. Hij bevestigt de mededeling van de politie dat zich in het zijkamertje geen licht ontvlambare materialen bevonden. De grote opslaghal is volledig uitgebrand.

Inferentievragen bij 'Groothandel brandt uit':

- 1 In welk deel van het complex hebben de explosies vermoedelijk plaatsgevonden?
- 2 Waardoor zijn de explosies mogelijk ontstaan?
- 3 Waarom veroorzaakten de vlammen volgens jou een uitzonderlijke hitte?
- 4 Wat is de relevantie van het zijkamertje voor het ontstaan van de brand?
- 5 Zijn er in jouw ogen aanwijzingen dat de bedrijfsleiding onzorgvuldig heeft gehandeld? Zo ja, welke?
- 6 Waar zouden de giftige gassen mogelijk vandaan kunnen komen?
- 7 Denk je dat de brand voorkomen had kunnen worden? Zo ja, hoe? Zo nee, waarom niet?
- 8 Heeft de verzekeringmaatschappij mogelijk een reden om de schadeclaim te weigeren? Licht je antwoord toe.

Literatuur

- Bell, A.** (1991). *The language of news media*. Oxford: Basil Blackwell.
- Findahl, O., & Höijer, B.** (1981). Studies of news from the perspective of human comprehension. In G.C. Wilhoit & H. de Bock (Eds.), *Mass communication review yearbook. Volume 2*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Fletcher, C.R., & Chrysler, S.T.** (1990). Surface forms, textbases, and situation models: Recognition memory for three types of textual information. *Discourse Processes, 13*, 175-190.
- Johnson, H.M., & Seifert, C.M.** (1993). Correcting causal explanations in memory. *Proceedings of the 15th Annual Conference of the Cognitive Science Society*. University of Colorado, Bo. USA.
- Johnson, H.M., & Seifert, C.M.** (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition, 20*, 1420-1436.
- Kintsch, W., Welsch, D., Schmalhofer, F., & Zimny, S.** (1990). Sentence memory: A theoretical analysis. *Journal of Memory and Language, 29*, 133-159.
- Larsen, S.F.** (1983). Text processing and knowledge updating in memory for radio news. *Discourse Processes, 6*, 21-38.
- Schmalhofer, F., & Glavanov, D.** (1986). Three components of understanding a programmer's manual: Verbatim, propositional, and situational representations. *Journal of Memory and Language, 25*, 279-294.
- Thurstone, L.L., & Jeffrey, T.E.** (1956). *Flags: A test of space thinking*. Chicago, IL: Chicago Industry Service.
- Van Dijk, T.A.** (1988). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Van Dijk, T.A., & Kintsch, W.** (1983). *Strategies of discourse comprehension*. New York: Academic Press.
- Van Oostendorp, H.** (1994). *Updating situation models derived from newspaper articles*. Paper presented at the Fourth Annual Conference of the Society for Text and Discourse, Washington USA.
- Wilkes, A.L., & Leatherbarrow, M.** (1988). Editing episodic memory following the identification of error. *Quarterly Journal of Experimental Psychology, 40A*, (2), 361-387.
- Winer, B.J.** (1971). *Statistical principles in experimental design*. New York: McGraw-Hill.

Is er een zwakker geslacht als het om televisienieuws gaat?¹

Inleiding

Mannen onthouden meer van het televisienieuws dan vrouwen. Dit is een conclusie die uit de resultaten van een aantal onderzoeken getrokken zou kunnen worden, zowel veldexperimenten (vgl. Robinson & Levy, 1986) als laboratoriumexperimenten (vgl. Findahl & Høijer, 1985). Zo ook uit een recent Nederlands onderzoek van Hendriks Vettehen, Hietbrink en Renckstorf (1995). Zij vonden dat de mannelijke proefpersonen uit hun laboratoriumexperiment zich meer van twee nieuwsonderwerpen konden herinneren dan de vrouwelijke proefpersonen. Bovendien vonden zij dat dit verschil voor een deel verklaard kan worden uit een grotere voorkennis van de onderwerpen bij de mannen. Van persoonlijke relevantie – hoe belangrijk vindt de kijker het onderwerp? – bleek geen mediërende werking uit te gaan.

De auteurs kennen aan hun resultaten een beperkte geldigheid toe, namelijk '(...) voor een korte-termijnherinnering van slechts twee losse items door eerstejaars studenten in een laboratoriumcontext'. Tevens plaatsen zij onder andere kanttekeningen bij de door hen gehanteerde operationalisaties van voorkennis en relevantie. Voorkennis wordt door hen met twee meerkeuzevragen (vier alternatieven) en één open vraag voor elk van de twee items gemeten. Die onderwerpen gingen over Hebron en Bosnië en waren afkomstig uit het *NOS-journaal* van 25 februari 1994. De kennistoets na het zien van de items bestond uit louter open vragen en niet uit meerkeuzevragen. De proefpersonen werden aldus wat betreft voorkennis en nieuwe kennis aan twee verschillende geheugentaken onderworpen. Bij voorkennis ging het voor het belangrijkste deel om het kunnen herkennen van het juiste antwoordalternatief, bij nieuwe kennis om het zelf kunnen reprodu-

*Uit een aantal onderzoeken kan worden geconcludeerd dat mannen meer van televisienieuws onthouden dan vrouwen. Wij deden een onderzoek waarin we een heterogeen samengestelde publieksgroep lieten kijken naar een quasi-actuele uitzending van het *Achtuur Journaal*. Verschillen tussen kijkers in herinnering van televisienieuws blijken afhankelijk te zijn van de onderwerpen en de wijze van toetsing. De verschillen kunnen soms worden toegeschreven aan opleiding, voorkennis, leeftijd, interesse in het onderwerp, geslacht, of aan een combinatie van factoren. De invloed van de factor geslacht was in ons onderzoek bij slechts één item significant, en dan nog in het voordeel van de vrouwen. Bij twee onderwerpen vonden we aanvankelijk een verschil ten voordele van de mannen, maar dat wordt veroorzaakt door het feit dat de mannen uit dit onderzoek gemiddeld gesproken wat hoger opgeleid zijn dan de vrouwen. De stelling dat mannen televisienieuws beter onthouden dan vrouwen kan in zijn algemeenheid niet worden gehandhaafd.*

Drs. Allerd Peeters en dr. Ard Heuvelman zijn beiden onderzoeker bij NOS Kijk- en Luisteronderzoek. Ard Heuvelman is bovendien docent bij de vakgroep Psychologie van de Universiteit Twente. Allerd Peeters was tijdens het onderzoek tevens werkzaam bij de werkgroep Massacommunicatie en PR van de Universiteit Utrecht.
Correspondentie: NOS, Afdeling KLO, Postbus 26444, 1202 JJ Hilversum, tel. +35 677 80 50, fax +35 677 29 67, E-mail allerd.peeters@klc.nos.nl.

ceren van het juiste antwoord. Wellicht een subtiel onderscheid, maar uit onderzoeksliteratuur met betrekking tot het menselijk geheugen kan geconcludeerd worden dat een geheugenspoor in feite alleen sterk of zwak genoemd kan worden in relatie tot de conditie waaronder het gevraagde moet worden teruggevonden (Craik, 1979). Dit houdt in dat het zich 'beter kunnen herinneren' van nieuwsitems door mannen in wezen neerkomt op 'beter kunnen reproduceren' dan vrouwen. Het betekent niet noodzakelijk dat vrouwen het nieuws sneller vergeten dan mannen.

Hoe het ook zij, de mate van voorkennis blijkt maar voor een (gering) deel verantwoordelijk te zijn voor het resultaat. Hendriks Vettehen, Hietbrink en Renckstorf bespreken daarom een aantal andere mogelijke verklaringen voor de door hen en anderen gevonden geslachtsgebonden verschillen in de herinnering van nieuwsitems. Die verklaringen kunnen worden gezocht in het proces van informatieverwerking, waarbij wordt uitgegaan van de mogelijkheid dat mannen en vrouwen audiovisueel materiaal op een verschillende manier verwerken. Echter, verklaringen op basis van psychofysiologische uitgangspunten lijken weinig vruchtbaar aangezien het beperkte en moeilijk te interpreteren onderzoeksmateriaal daaromtrent er juist op wijst dat tv-nieuws beter zou aansluiten bij de verwerkingsvoorkeuren van vrouwen, zoals Hendriks Vettehen, Hietbrink en Renckstorf terecht opmerken (vgl. ook Singer, 1980). De auteurs komen dan ook uiteindelijk met een verklaring die meer te maken heeft met de inhoudelijke kant van de vertoonde onderwerpen. Zij baseren zich daarbij op door Gunter (1987) aangehaalde onderzoeken waaruit bleek dat vrouwen informatie uit nieuwsitems met beelden van geweld minder goed konden reproduceren dan mannen. Ook de twee onderwerpen over Hebron en Bosnië die Hendriks Vettehen, Hietbrink en Renckstorf gebruikten bevatten dergelijke beelden van geweld. Vrouwen zouden daarbij hun aandacht meer richten op de emotionele aspecten van de berichten ten koste van de cognitieve aspecten. Mannen lijken, aldus de auteurs, ondanks de emotionele cues de cognitieve aspecten beter te verwerken, zodat bij een toets, gericht op die cognitieve aspecten, mannen hoger scoren dan vrouwen. Hendriks Vettehen, Hietbrink en Renckstorf generaliseren hierbij niet naar andere onderzoeken. En terecht, want het lijkt ons hoogst onwaarschijnlijk dat bijvoorbeeld de resultaten van Findahl en Højjer (1985) via dezelfde theorie verklaard kunnen worden (gegeven de door deze Zweedse onderzoekers gebruikte onderwerpen en visualisatiewijze).

Des te opmerkelijker is trouwens het resultaat van een ander item dat Hendriks Vettehen, Hietbrink en Renckstorf hun proefpersonen nog aanboden, maar dat zij vanwege het niet meten van voorkennis buiten hun analyses lieten. Bij dit onderwerp over een politie-inval in een xTC-fabriekje scoorden de vrouwen hoger dan de mannen op de kennistoets. Hebben vrouwen hier meer voorkennis, bijvoorbeeld

omdat ze frequentere houseparty-bezoekers zijn? Is dit onderwerp misschien relevanter voor vrouwen? Raken de mannen overstuurd bij het onderwerp drugs, zodat zij de cognitieve aspecten veronachtzamen? Wellicht speelt naast voorkennis niet zozeer persoonlijke relevantie, maar de interesse voor het item een mediërende rol. Hoe interessanter kijkers (mannen of vrouwen) een onderwerp vinden (om wat voor reden dan ook), met hoe meer aandacht ze kijken, hoe beter (diepgaander) ze het item verwerken, en hoe hoger ook de score op dat item bij een kennistoets. In dat licht bezien zijn er wellicht 'typische' vrouwen- en mannenitems in het televisienieuwsaanbod. Gezien de ontoereikendheid van de geopperde verklaringen lijkt het ons verstandig om de vraag te stellen of er ook een man-vrouwverschil bestaat als het gaat om andere items, bij een andere populatie en met meerdere kennismaten.

Wij deden een onderzoek waarin we gebruik maakten van een televisiejournaal met evenwichtige verdeling van onderwerpen, zowel buitenlands als binnenlands nieuws, waarin zowel vrouwen als mannen een prominente rol vervullen. Voorts werd dit onderzoek uitgevoerd onder een andere, heterogeen samengestelde populatie. Dit heeft als consequentie dat wij, behalve geslacht en voorkennis, ook de factoren opleiding en leeftijd in onze analyses betrekken. Bovendien maakten wij gebruik van twee verschillende kennistoetsen: een herkenningstoets (meerkeuzevragen) en een reproductietoets (open vragen). Hoewel ons onderzoek – uitgevoerd in opdracht van het *NOS-journaal* – was opgezet met een andere doelstelling, menen wij toch zinvolle conclusies te kunnen trekken met betrekking tot geslachtsverschillen in herinnering van televisienieuwsberichten.

Methode

Deelnemers aan het onderzoek

Aan het onderzoek deden 142 personen mee, 61 mannen en 81 vrouwen. De deelnemers kwamen uit de omgeving van Hilversum: ze woonden binnen een straal van 40 km. De onderzoeksgroep was gevarieerd van samenstelling. De jongste deelnemer was vijftien jaar, de oudste 71. De gemiddelde leeftijd was veertig jaar. Ook het opleidingsniveau liep uiteen: 27% had een lagere, 36% een middelbare en 37% een hogere opleiding (landelijk is voor de leeftijdsgroep van vijftien jaar en ouder de verdeling als volgt: 36% laag, 37% middelbaar en 28% hoog).

Vertoonde journaaluitzending

De deelnemers aan het onderzoek keken naar een quasi-actuele uitzending van het acht-uur Journaal. Het ging om een speciale aflevering, die op 15 september 1994 was opgenomen, ruim een week voordat het onderzoek werd uitgevoerd. De uitzending duurt ongeveer negentien minuten en opent met presentatrice Henny Stoel die de hoofdpunten, dat wil zeggen de eerste drie items, aankondigt.

Daarna komen de volgende onderwerpen aan bod:

- 1 *Bosnië* (lengte 2'25"). Dit onderwerp gaat over een luchtaanval van Britse en Amerikaanse gevechtstoestellen op stellingen van Bosnische Serviërs in de omgeving van Gorazde als vergelding voor de weigering van de Serviërs om een VN-hulpkonvooi in Gorazde toe te laten. Het item is gefingeerd, waarbij gebruik is gemaakt van beeldarchiefmateriaal. Het item wordt ingeleid door Henny Stoel. Daarna zijn beelden te zien van de Bosnisch-Servische televisie: luchtbeelden, een vernietigde hut en militairen. Verder een verklaring door VN-afgezant Akashi en beelden van een gewondentransport per helikopter naar Sarajevo. Het onderwerp wordt door Henny Stoel afgesloten met reacties van Nederlandse politici.
- 2 *Gonsalves* (lengte ongeveer 2'45"). Ook dit item is gefingeerd. Het gaat om het aftreden van procureur-generaal Gonsalves van 's-Hertogenbosch. Als officiële reden wordt aangegeven de onthullingen over zijn gewelddadig optreden als bestuursambtenaar in voormalig Nieuw-Guinea, die hem in zijn ambtsuitoefening zouden hinderen. Die onthullingen werden gedaan in het VPRO-radioprogramma *Argos*. Maar tevens wordt duidelijk gemaakt dat het aftreden niet kan worden losgezien van de wisseling van de wacht op justitie, waarbij conflicten met de nieuwe minister Sorgdrager een rol spelen.
- 3 *Ontsnapping* (lengte 2'40"). Een onderwerp over een gebeurtenis die echt heeft plaatsgevonden, maar wel al in het begin van 1994. Het gaat om de ontsnapping van drie jonge gedetineerden uit de gevangenis van Leeuwarden. Zij namen een bewaarster in gijzeling. Na een achtervolging door de politie worden ze uiteindelijk in Harlingen gearresteerd.
- 4 *Kort nieuws* (lengte 2'10"). Hierin zaten vijf onderwerpen, waaronder het (verzonden) bericht dat Solzjenitsyn een hartaanval had gehad en het 'nieuws' dat koningin Beatrix over enkele maanden een officieel staatsbezoek aan Suriname zou brengen.
- 5 *Avondsupermarkt* (lengte 2'10"). Gefingeerd onderwerp over de opening van de eerste avondsupermarkt in Nederland, Albert Heijn in Hilversum. De nieuwe winkelsluitingswet, die de avondsupermarkt mogelijk maakte, wordt genoemd. Verder wordt een onderzoek onder klanten besproken en zijn er interviews met de bedrijfsleider en klanten te zien.
- 6 *Nasrin* (lengte 2'25"). Gefingeerd onderwerp over schrijfster Taslima Nasrin uit Bangladesh, die een islamitisch doodvonnis (fatwah) over zich uitgeroepen kreeg door ayatolla Khamenei, de hoogste geestelijk leider van Iran. Nasrin zou in haar geschriften de islamitische wereldgemeenschap hebben beledigd. Nasrin was eerder gearresteerd in Bangladesh, maar gevlucht naar Zweden toen ze op borgtocht was vrijgelaten.
- 7 *Expositie Frans Hals* (lengte 1'30"). Het laatste onderwerp stamt uit 1993. Het gaat over een tentoonstelling van schilderijen van Frans Hals in het Prado-museum in Madrid en over andere tentoonstel-

lingen die in Spanje te zien zullen zijn met werken van oude meesters. Verslag wordt gedaan door Robbert Bosschart. In het item worden beelden getoond van oude meesters en vorstelijk bezoek aan de expositie. Verder komen de directeur van het Frans Hals museum en de Nederlandse ambassadeur aan het woord.

De uitzending besluit met het weerbericht door Erwin Kroll en een opsomming van de hoofdpunten door Henny Stoel. Het slot werd echter niet getoond, omdat de (vooraf opgenomen) weersvoorspellingen te zeer afweken van de realiteit ten tijde van het onderzoek. De deelnemers kregen dus alleen de hierboven beschreven items te zien. Het gedeelte dat ze zagen duurde ongeveer zeventien minuten.

Werkwijze en instructie

Het onderzoek werd uitgevoerd op vrijdag 23 en zaterdag 24 september 1994. Hierbij keken acht groepen van veertien tot negentien personen naar de eerder beschreven uitzending. Eigenlijk ging het om een experimenteel onderzoek over de vormgeving van het nieuws. Van vier items waren twee versies gemaakt, die beide door de helft van de proefpersonen werden bekeken. Voor dit onderzoeksverslag is niet van belang op welke punten beide versies verschilden. Wel kan gezegd worden dat het om een betrekkelijk subtiel onderscheid ging.

De deelnemers aan het onderzoek kregen te horen dat ze naar een proefuitzending van het Acht-uur Journaal gingen kijken die eerder op de dag was opgenomen. De meeste onderdelen zouden op dezelfde manier in het echte *Acht-uur Journaal* uitgezonden worden, behalve de onderwerpen waar nog geen beelden van waren. Daarvoor waren proefopnames gemaakt (dit ter verklaring van live overschakelingen in de experimentele uitzending). Het meest actuele nieuws zou nog niet in deze uitzending zitten omdat men wilde wachten op de meest recente beelden en informatie. Daarbij zou het gaan om de zaak Van Damme, de Nederlander die donderdag 22 september in Singapore ter dood was gebracht.

Voordat men naar de uitzending ging kijken werd een vragenlijst uitgereikt waarin de deelnemers gegevens over zichzelf konden invullen. Na de uitzending werden achtereenvolgens drie andere vragenlijsten uitgereikt.

Uiteraard werd na afloop verteld dat men niet naar een proefuitzending van de dag zelf, maar naar een speciaal geconstrueerde aflevering had gekeken die eerder was opgenomen. Tevens werd duidelijk gemaakt dat het ging om verzonnen nieuws. Daarbij bleek dat het verhaal geloofwaardig was geweest: niemand had tijdens het kijken vermoed dat het nieuws waar men naar had zitten kijken uit de lucht was gegrepen.

Vragenlijsten

De *eerste* vragenlijst werd ingevuld voordat men naar de journaaluitzending keek. Hier werden vragen gesteld over de kijkers zelf. Om te beginnen werd gevraagd naar leeftijd, geslacht en opleidingsniveau (waarbij zeven niveaus werden onderscheiden). Verder werd gevraagd naar de interesse in onderwerpen die te maken hebben met de nieuwsitems: met behulp van zevenpuntsschalen gaf men aan in welke mate men geïnteresseerd was in sport, buitenlands nieuws, binnenlandse politiek, kunst en cultuur, mensenrechten, en misdaad en misdaadbestrijding. Ten slotte werden vragen gesteld over het mediagedrag.

De *tweede* vragenlijst, die werd uitgereikt onmiddellijk nadat men naar de uitzending had gekeken, ging over de uitzending als geheel. Er werd gevraagd welke onderwerpen men zich nog kon herinneren. Verder werd de uitzending als geheel beoordeeld (waardering).

In de *derde* vragenlijst werden vragen gesteld over afzonderlijke items. Het ging om de zes hoofdonderwerpen: over de items die waren ondergebracht in de rubriek 'kort nieuws' werden geen vragen gesteld. Op een los papier was van elk onderwerp een foto met onderschrift afgedrukt als geheugensteuntje. Er werd gevraagd te beschrijven wat de inhoud van het onderwerp was. In een toelichting werd aangegeven dat men kon denken aan punten als: Wie waren er bij betrokken? Wat gebeurde er precies? Waar gebeurde het? Waarom gebeurde het? Wat zijn de gevolgen? Verder werd gevraagd de items te beoordelen. De *vierde* vragenlijst bevatte een meerkeuzetoets. Om na te gaan in hoeverre de informatie is overgekomen zijn over de zes hoofdonderwerpen meerkeuzevragen gesteld. Hierbij moest steeds uit vier antwoorden het enige juiste worden gekozen. In totaal waren er zesen-dertig vragen: zes over *Bosnië*, zeven over *Gonsalves*, vijf over de *ontsnapping*, vier over de *avondssupermarkt*, acht over *Nasrin* en zes over de *expositie*. Negen vragen hadden betrekking op bestaande kennis (voorkennis), de rest had betrekking op min of meer nieuwe informatie. Er werden enkele aanvullende vragen gesteld die te maken hadden met de relevantie van twee van de onderwerpen uit de nieuwsuitzending. In verband met het item over *Gonsalves* is gevraagd of men die zaak drie maanden eerder gevolgd had. In verband met het 'nieuws' over de avondssupermarkt werd onder meer gevraagd hoe belangrijk men het persoonlijk vindt dat er 's avonds meer winkels open gaan.

Resultaten en bespreking

Verschillen tussen mannen en vrouwen in het onthouden van nieuws

Om na te gaan hoeveel de mannelijke en vrouwelijke kijkers van de vertoonde journaaluitzending hebben onthouden zijn twee verschillende criteria gehanteerd²: er is gekeken naar de reproductie van de informatie en naar de prestaties bij de meerkeuzetoets. Bij de repro-

duktie gaat het om het percentage gereproduceerde informatie-elementen. Aan alle deelnemers was gevraagd de inhoud van de zes hoofdtitels te beschrijven. Om de resultaten van dit verzoek te kunnen verwerken is de inhoud van de items opgedeeld in een aantal onderwerpen: de nieuwsfeiten, de achtergronden (oorzaken, voorspel, verleden), de gevolgen en de overige gebeurtenissen. Die onderdelen bestonden weer uit verschillende informatie-elementen. Elk item bevatte ongeveer twintig van die elementen. Een codeur³ stelde voor alle deelnemers vast welke informatie-elementen zij genoemd hebben⁴. Bij de meerkeuzetoets gaat het om het percentage van de vragen dat correct beantwoord is.

TABEL 1 **Reproductie van zes items en score op meerkeuzetoets bij mannen en vrouwen.**

	Reproductie (% kennis elementen)		Meerkeuzetoets (% correct)	
	m	v	m	v
Bosnië	19	14*	74	65*
Gonsalves	24	18*	45	41
Ontsnapping	23	25	71	72
Avondsupermarkt	24	27	80	79
Nasrin	23	22	67	65
Expositie Frans Hals	19	20	73	73
Gemiddeld	22	21	68	66

*significant verschil tussen mannen en vrouwen (t-toets, $p < .05$).

In tabel 1 is voor alle zes de onderwerpen te zien hoeveel informatie-elementen gereproduceerd zijn door mannen en vrouwen en hoeveel procent van de keuzevragen ze correct beantwoord hebben. Wanneer alle onderwerpen worden samengenomen zijn er geen significante verschillen tussen mannen en vrouwen. Mannen reproduceren 22% van de informatie en vrouwen 21%. Ook bij de meerkeuzetoets is er weinig verschil: mannen beantwoorden 68% van de meerkeuzevragen correct en vrouwen 66%. Wanneer we naar afzonderlijke onderwerpen kijken komen wel significante verschillen naar voren: mannen reproduceren meer van het nieuws over *Bosnië* en *Gonsalves* dan vrouwen en hebben een hogere score bij de meerkeuzetoets over *Bosnië*.

Sekse en andere factoren

Evenals Hendriks Vettehen, Hietbrink en Renckstorf zullen we onderzoeken of de aangetroffen sekseverschillen – in dit geval bij het nieuws over *Bosnië* (reproductie en meerkeuzetoets) en *Gonsalves* (reproductie) – te verklaren zijn door andere factoren, en wel interesse

en voorkennis. Meer in het algemeen zullen we nagaan welke factoren een rol spelen bij het onthouden van nieuws. Daartoe zijn 6 (onderwerpen) * 2 (criteria) meervoudige regressie-analyses uitgevoerd, waarin het geslacht van de kijker, zijn of haar voorkennis en zijn of haar interesse in het onderwerp als voorspellers zijn opgenomen. Dankzij de heterogene samenstelling van de groep kon bovendien het effect van leeftijd en opleidingsniveau onderzocht worden.

De variabelen geslacht, leeftijd en opleidingsniveau komen in elke analyse terug, de variabelen voorkennis en interesse zijn onderwerp-specifiek. *Voorkennis* is vastgesteld met betrekking tot vier van de zes onderwerpen: *Bosnië*, *Gonsalves*, *Nasrin* en de *expositie*. Bij de andere twee onderwerpen – de *ontsnapping* en de *avondssupermarkt* – was het minder waarschijnlijk dat specifieke voorkennis een rol zou spelen. Overigens is de voorkennis in alle gevallen vastgesteld met behulp van meerkeuzevragen, zodat de variabele beter aansluit bij de meerkeuzetoets over het onderwerp dan bij de reproductie. *Interesse* is vastgesteld voor alle zes de onderwerpen. Bij *Bosnië* gaat het om de interesse in buitenlands nieuws, bij *Gonsalves* om de interesse in binnenlandse politiek, bij de *ontsnapping* om de interesse in misdaad en misdaadbestrijding, bij de *avondssupermarkt* om de mate waarin men het belangrijk vindt dat er 's avonds meer winkels open gaan, bij *Nasrin* om de interesse in buitenlands nieuws, mensenrechten, en kunst en cultuur (gemiddelde van drie interessescores), en bij de *expositie* om de interesse in kunst en cultuur.

De resultaten van de meervoudige regressieanalyses zijn te vinden in de tabellen 2 en 3. Tabel 2 heeft betrekking op de reproductie van de informatie, tabel 3 op de resultaten van de meerkeuzetoets.

TABEL 2 Meervoudige regressieanalyse m.b.t. de reproductie van het nieuws (B's).

	Bosnië	Gonsalves	Ontsnapt	Super	Nasrin	Expositie
Geslacht (1=m, 2=v)	-.13	-.09	.14	.17*	.05	.11
Leeftijd	-.08	.10	-.10	-.06	-.16	-.07
Opleidingsniveau	.45***	.44***	.42***	.24**	.36***	.27**
Voorkennis	-.01	.13			.10	.04
Interesse	.11	.16*	.03	.12	.18*	.02
R	.55	.54	.45	.36	.52	.32
R ²	.30	.29	.20	.13	.27	.10

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

TABEL 3 Meervoudige regressieanalyse m.b.t. meerkeuzevragen over het nieuws (β 's).

	Bosnië	Gonsalves	Ontsnap	Super	Nasrin	Expositie
Geslacht (1=m, 2=v)	-.11	-.00	.06	-.06	.02	-.01
Leeftijd	-.05	-.04	-.08	-.35***	-.13	.04
Opleidingsniveau	.25**	.16	.10	-.08	.08	-.01
Voorkennis	.16*	.12			.21*	-.06
Interesse	.10	.12	.07	.11	-.08	.22*
R	.40	.27	.16	.37	.25	.21
R ²	.16	.07	.03	.14	.06	.04

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

In de meervoudige regressie-analyse verdwijnen de significante verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke kijkers op de onderwerpen *Bosnië* en *Gonsalves*. We zien echter wel een geslachtsverschil in de reproductie van het nieuws over de *avondsUPERmarkt*: vrouwen doen het relatief beter dan mannen. Voor de reproductie van het nieuws over *Gonsalves* is behalve het opleidingsniveau ook de interesse in binnenlands nieuws van belang, voor de meerkeuzetoets over *Bosnië* behalve het opleidingsniveau ook de voorkennis. Voor het verdwijnen van de verschillen tussen mannen en vrouwen in de herinnering van het nieuws is vooral de factor opleidingsniveau verantwoordelijk. Evenals bij de Nederlandse bevolking als geheel bestond er bij de groep die aan het onderzoek deelnam een verband tussen geslacht en opleiding: de mannen waren gemiddeld wat hoger opgeleid dan de vrouwen ($r = -.18$). De meervoudige regressieanalyse corrigeert voor dit verschil, zodat de significante sekseverschillen op de twee eerste items verdwijnen⁵.

Hendriks Vettehen, Hietbrink en Renckstorf hebben alleen hoger opgeleiden (studenten) onderzocht. Wanneer we alleen naar de resultaten van de hoger opgeleiden kijken (21 mannen en 24 vrouwen met opleidingen van HAVO-niveau en hoger) blijkt dat de mannen 83% van de vragen over *Bosnië* correct beantwoordden en de vrouwen 80% (tegenover 74% resp. 65% in de totale groep) en dat mannen gemiddeld 31% van de informatie-elementen over *Gonsalves* reproduceerden en vrouwen 28% (tegenover 25% resp. 19% in de totale groep).

Het hangt van het criterium, de wijze waarop de kennis getoetst wordt, af welke factoren van belang zijn voor het onthouden van nieuws. In het algemeen blijkt het opleidingsniveau belangrijker voor het reproduceren van de kennis dan voor het maken van een meerkeuzetoets. Het hangt ook van het onderwerp af welke factoren van belang zijn. Bij het nieuws over *Bosnië* is het opleidingsniveau de beste

voorspeller voor het resultaat op de meerkeuzetoets, bij het nieuws over de *avondsupermarkt* de leeftijd (jongeren doen het beter), bij het nieuws over *Nasrin* de voorkennis en bij de *expositie* de interesse (in kunst).

Conclusies

Uit ons onderzoek blijkt dat verschillen tussen kijkers in herinnering van televisienieuws afhankelijk zijn van de onderwerpen en de wijze van toetsing. Verschillen in onthouden van informatie uit afzonderlijke onderwerpen kunnen soms worden toegeschreven aan opleidingsverschillen, soms aan verschillen in voorkennis, soms aan leeftijd, soms aan interesse in het onderwerp, en soms ook aan een combinatie van factoren. Opvallend is dat de invloed van de factor geslacht wanneer gecorrigeerd wordt voor de andere factoren op slechts één onderwerp een significante waarde bereikte, en dan nog in het voordeel van de vrouwen. Bij twee onderwerpen vonden we aanvankelijk een verschil in onthouden ten voordele van de mannen, maar dat wordt veroorzaakt door het feit dat de mannen uit dit onderzoek gemiddeld gesproken wat hoger opgeleid zijn dan de vrouwen. In ieder geval blijkt uit ons onderzoek dat de stelling dat mannen televisienieuws beter onthouden dan vrouwen, in zijn algemeenheid niet kan worden gehandhaafd. Voorts blijken er verschillen tussen de invloed van factoren op te treden die samenhangen met de wijze van toetsing van de herinnering. Zo blijkt het opleidingsniveau van kijkers bij een reproductietoets van grotere invloed te zijn dan bij een herkenningstoets.

Noten

- 1 Cilia Krüs (NOS-KLO) heeft in de veldwerkfase aan het onderzoek meegewerkt. Annelies Bokma (stagiaire bij NOS-KLO) is betrokken geweest bij de codering van de open vragen.
- 2 Er was nog een derde criterium. In vragenlijst 2, de eerste vragenlijst die na de vertoning van de journaaluitzending werd uitgereikt, werd gevraagd op te schrijven welke onderwerpen men zich kon herinneren. Bosnië werd genoemd door 97% van de mannen en 90% van de vrouwen. Bij Gonsalves was dat 75% resp. 80%, bij de ont-snapping 95% resp. 90%, bij de avondsuper voor beide groepen 56%, bij Nasrin 93% resp. 85%, en bij de tentoonstelling 84% resp. 80%. Gemiddeld noemden de mannen 83% van de hoofdonderwerpen en vrouwen 80%. Geen van deze verschillen is significant.
- 3 De codeur beschikte niet over gegevens van de respondenten. Zij wist bijvoorbeeld niet of een te coderen antwoord van een vrouwelijke of een mannelijke kijker afkomstig was.
- 4 Een informatie-element kon wel of niet (helemaal niet of op een onjuiste wijze) genoemd zijn. In sommige gevallen bestond er een tussenmogelijkheid: hier konden de deelnemers aan het onderzoek een half (en soms zelfs een of twee derde) punt scoren wanneer het element onvoldoende specifiek of slechts ten dele juist werd beschreven. Wanneer bij de resultaten wordt aangegeven hoeveel procent van de informatie-elementen is gereproduceerd zijn personen die een half punt scoorden voor de helft meegeteld.
- 5 Voorkennis en interesse zullen bij de onderzochte onderwerpen geen grote verschil-

len tussen mannen en vrouwen kunnen veroorzaken om de eenvoudige reden dat beide factoren weinig seksegebonden zijn. Er zijn slechts twee significante verbanden: vrouwen hebben minder interesse in onderwerpen die met de kwestie Nasrin te maken hebben ($r=-.29$) en juist meer in het onderwerp dat met de tentoonstelling van Frans Hals te maken heeft ($r=.30$). Verder is er een tendens ($.05 < p < .10$) dat vrouwen minder voorkennis hebben met betrekking tot Gonsalves ($r=-.16$) en meer met betrekking tot de tentoonstelling ($r=.16$).

Literatuur

- Craik, F.I.M.** (1979). Levels of processing: Overview and closing comments. In L.S. Cermak & F.I.M. Craik (Eds.), *Levels of processing in human memory* (pp. 447-462). Hillsdale: Erlbaum.
- Findahl, O., & Höijer, B.** (1985). Some characteristics of news memory and comprehension. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29, 379-396.
- Gunter, B.** (1987). *Poor reception: Misunderstanding and forgetting television news*. Hillsdale: Erlbaum.
- Hendriks Vettehen, P., Hietbrink, N., & Renckstorf, K.** (1995). De verklaring van verschillen in herinnering van televisieberichten door mannen en vrouwen. *Massacommunicatie*, 23, 96-113.
- Robinson, J.P., & Levy, M.R.** (1986). *The main source: Learning from television news*. New York: Sage.
- Singer, J.L.** (1980). The power and limitations of television: A cognitive-affective analysis. In P.H. Tannenbaum (Ed.), *The entertainment functions of television* (pp. 31-65). Hillsdale: Erlbaum.

Peter Jurg & Erik Zegwaart (1995)

**Het Internet als digitale snelweg.
De realiteit**

Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever
ISBN 90 718 9488 6; Prijs f 49,50/Bfr. 990;
204 pagina's

Patrice Flichy (1995)

Dynamics of modern communication. The shaping and impact of new communication technologies

London: Sage
ISBN 01 9876 987 X; Prijs £ 37,50;
192 pagina's

The amount of literature being published about the Internet is increasing almost at the same exponential rate as the Internet itself. Most of that literature even that at the 'better' or academic bookstores, however, is mainly popular and instructional in orientation. The number of scholarly or reflective studies about Internet or related communication-information networks is very limited. And, the number of publications oriented towards or based on European or – particularly – Dutch experiences is even less. However, in the course of the 'Year of Internet', as 1995 was proclaimed by various newsmagazines and commentators, several book-length publications were brought out. One of these¹ – *Het Internet als digitale snelweg, de realiteit* – was included in the releases of the major Dutch publisher of communication studies, Otto Cramwinckel. If for no other reason, then, the volume deserves examination within the pages of this journal.

For readers searching for an introductory text to the Internet, this volume can be of much service. It is a highly readable collection of topics which would be expected to be included in a primer. The first section of the book is devoted to the organization and various applications of the Internet. There is a

brief historical sketch, a chapter on some indicators of the network's growth, another on possibilities and services available, a profile (to the extent available data permit such) of users, chapters on the organization and economics of the Internet, and – never to be forgotten – speculation on the future of this 'network of networks'. Moreover, the book has a second section devoted to technical aspects of the Internet: network architecture, protocols, security systems. There is, unfortunately, no effort to link or integrate the information in these two sections.

One of the features of the book which is particularly unique and useful is the assemblage of addresses at the end of the chapters, related to topics discussed. This is especially valuable thanks to inclusion of Internet addresses from Dutch organizations which are usually missing from similar American compilations. And, for persons already competent at 'surfing' on the Internet, the online version of the book allows such adroit readers to 'cut and paste' these addresses into a file, and thereby save the time and trouble of retyping the information. Scholarly readers searching for insight into the place of Internet within a theoretical perspective, or readers looking for a critical or historical assessment of the phenomenon must, I am afraid, look elsewhere than to this publication. The presentation, albeit clear, is descriptive in nature; analysis, grounded critique or contributions to theoretical understanding are absent. With these considerations in mind, the book deserves no more than this brief mention in the pages of a journal like *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*.

The second book under consideration in this review, *Dynamics of modern communication*, provides a stark contrast with the publication noted above. It is everything *Het Internet* is not: a scholarly, analytical assessment which makes substantial contributions to our theoretical understanding of new communication technologies. The book originally appeared in French in 1991, and the editors of

the Media, Culture and Society series of Sage have done us a great service by arranging for the translation and re-publication of the volume.

The author, Patrice Flichy, examines the introduction and institutionalization of communication technologies across a timespan of two centuries. Although many of the chapters were originally prepared as separate papers and journal publications, the material is admirably integrated and illustrative of the theoretical vision of the author. Stated quite simply, Flichy's vision entails realization that communication technologies are products of societies situated in distinct historical contexts. The technologies and their applications, in other words, are substantially moulded by the societal and historical conditions under which they emerge. The volume represents a well-documented and powerfully argued case against technological determinism. Flichy begins his historical exodus in the late 1700s when telegraph systems and networks were emerging in various European countries. He sketches with rich detail the transition from state intervention in these developments to eventual market control. The second part of the book contains chapters on what he terms forms of family communication: photography, the gramophone, the telephone and in the early 1900s the coming of radio. With each of these technologies he illustrates development of a 'new family sphere' and how the technologies became components of family sociability.

The third section of the book, containing four chapters, brings us up to the 1990s and to the emergence of global modes of communication. Here, Flichy provides rich illustrative material of how communication forms were transformed from a public to private sphere of orientation, and how technologies such as the portable transistor radio, the multiplicity of television sets in the home and the walkman contributed to an almost paradoxical fusion of individual and collective communicative experiences - 'living apart together' as he terms it in one of the chapter subsections.

The *Dynamics of modern communication* is illustrative of what ethnographers call 'thick description', but then combined with a form of theoretically-grounded historical analysis seldom encountered in studies of communication technologies. The volume certainly lacks the currentness of publications concentrating on a single new communication technology such as the Internet, but the 'shelf life' and scholarly value of *Dynamics* will, without doubt, far surpass that of more fashionable publications.

Noot

- 1 Although the 'others' are not reviewed here, the bibliographic data of a few of them should at least be noted:
 - M. Bullinga (1995). *Spinnen in het digitale web; politieke en maatschappelijke gevolgen van de digitale snelweg*. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek;
 - F. van Jole (1995). *De Internet sensatie; een reisverslag uit cyberspace*. Amsterdam: Rainbow Pocketboeken;
 - E. Keus (1995). *Digitale steden aan de elektronische snelweg; een revolutie in communicatie*. 's-Gravenhage: Stichting Maatschapij en Onderneming;
 - M. Polman & P. van der Pouw Kraan (1995). *Van bolwerken tot netwerken. Datacommunicatie door maatschappelijke organisatie*. Amsterdam: Ravijn.

Nick Jankowski, vakgroep Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Nijmegen

Connie de Boer & Swantje Brennecke (1995) **Media en publiek. Theorieën over media-impact**

Amsterdam: Boom

ISBN 90 5352 214 X; Prijs f 37,50/Bfr. 750;
168 pagina's

In dit handzame boekwerkje willen de auteurs de belangrijkste communicatiewetenschappelijke theorieën bespreken die betrekking hebben op het verklaren van effecten van media op het publiek. Daarnaast worden 'theorieën (...) die de relatie tussen media en publiek meer vanuit het standpunt van het publiek bekijken en het mediagebruik onderzoeken' (sic) beschreven. Het boek bestaat - naast een inleiding en slotwoord -

uit drie delen, onderverdeeld in totaal acht hoofdstukken. In deel 1 – getiteld *Machtige media* – komen respectievelijk de ‘almacht van de media theorie’ (sic), ‘zwijgspiraaltheorie’ en de ideeën van Marshall McLuhan aan bod. Het tweede deel draagt de titel *Het actieve publiek* met daarin aandacht voor de ‘uses and gratificationsbenadering’ en de ‘media system dependency-theorie’. In het derde deel gaan de auteurs in op theorieën die ‘de inhoud van de mediaboodschap en het publiek in hun onderlinge samenhang’ bestuderen. De inhoud van het boek overziend, dekt de ondertitel *Theorieën over media-impact* weliswaar het grootste gedeelte van de behandelde theorieën, maar niet alle.

Voor de samenstelling van dit boek hebben de auteurs met name gebruik gemaakt van twee overzichtswerken: *De werking van massamedia* van Stappers, Reijnders en Möller uit 1983 en *Communication theories* van Severin en Tankard uit 1988. Daarnaast is teruggegrepen op oorspronkelijke publikaties vanaf Formans *Our movie-made children* uit 1933. Bij lezing valt direct op dat de auteurs zich voornamelijk baseren op de theorievorming binnen de Communicatiewetenschap voor zover die plaatsgevonden heeft aan de andere kant van de Atlantische Oceaan. Buiten drie artikelen van Elisabeth Noelle-Neumann en een artikel van de Brit David Morley wordt geen enkele oorspronkelijke theoretische bron uit Europa aangehaald; alsof daar niet is nagedacht en onderzocht met betrekking tot de door de auteurs behandelde thema’s! Mede daardoor vallen er enkele belangrijke hiaten in het betoog van De Boer en Brennecke. Enkele voorbeelden:

- de culturele-indicatorenbenadering krijgt uitgebreide aandacht, maar van een Europese variant van dit onderzoekprogramma (o.a. Rosengren) wordt niet ge-rept;
- bij de bespreking van de uses and gratificationsbenadering wordt niets vermeld over de dynamische transactiebenadering en de ‘Nützenansatz’;
- de cultural studiesbenadering wordt be-

sproken aan de hand van de positionering van de ‘Birmingham School’ in relatie tot de ideeën van de ‘Frankfurter Schule’. De juiste term ‘Centre for Contemporary Cultural Studies’ wordt echter niet gebruikt en het ‘Centre for Mass Communication Research’ in Leicester wordt helemaal nergens genoemd. Het hoofdstuk is louter gebaseerd op twee bronnen: een artikel van Morley en het reeds genoemde overzichtswerk van Stappers, Reijnders en Möller (1983) – waarom trouwens het WRR-rapport en niet de verbeterde en completere boekversie uit 1990 is gebruikt, is mij een raadsel;

- ondanks de nadruk op Amerikaanse literatuur ontbreken een opvallend aantal namen (studies): Bauer, Hovland, Lazarsfeld, Lewin, Merton, Rogers e.a.;
- diverse voor de publieksstudies belangrijke domeinen, ideeën, theorieën en onderzoeken blijven (vrijwel) onbesproken, zoals het kenniskloofonderzoek, de ‘two-step-flow’, ‘gatekeeping’, het verschil tussen ‘flow of influence’ en ‘flow of information’, (nieuws)diffusie, Mycelium-model, convergentie, communicatienetwerken, enz.

Het overzicht dat De Boer en Brennecke presenteren is geschreven voor studenten Communicatiewetenschap, maar met name voor studenten Publieksstudies bij de vakgroep Communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam, zo is uit de inleiding af te leiden. Het is een leerboek en met het oog daarop wordt ieder hoofdstuk afgesloten met handige en instructieve vragen en opdrachten over ‘de behandelde stof’. Helaas ontbreken een zaken- en personenregister.

Het boek is goed verzorgd en zonder meer zeer toegankelijk – theorieën worden ont-daan van onnodige franje en tot de kern teruggebracht – en dat is een winstpunt ten opzichte van veel andere overzichtswerken binnen de Communicatiewetenschap. Maar daarmee is het boek nog geen goed boek voor alle ‘studenten in het hoger onderwijs’.

Het overzicht dat geboden wordt is (te) beperkt. De Amerikaanse theorieën worden niet in volle noodzakelijke breedte behandeld en Europa komt er met slechts vier originele verwijzingen wel erg bekaaid van af. Nagenoeg ieder hoofdstuk wordt aan de hand van twee of drie bronnen – meestal alom bekende en veel (door studenten) gebruikte overzichtsboeken of -artikelen – opgebouwd. Een dergelijke wijze van omgaan met theorie en onderzoek – teruggrijpen op verwijzingen uit overzichtswerken (niet zelden zonder fouten) en slechts sporadisch terugkeren naar oorspronkelijke bronnen – is nu juist wat we studenten proberen af te leren. Is het van studenten wellicht nog te begrijpen (maar daarom nog niet correct) dat door toenemende studiedruk en teruglopende budgetten steeds vaker volstaan wordt met het raadplegen van readers en overzichtswerken, van auteurs van een 'overzichtswerk' verwacht ik meer. Het is jammer dat de auteurs hun overzichtswerk voornamelijk baseren op andere overzichtswerken. Overigens, het beste hoofdstuk van het boek is *hoofdstuk 3* over de zwijgspiraal. Eén van de weinige hoofdstukken waarvoor de auteurs teruggegaan zijn naar (meerdere) oorspronkelijke bronnen; het kan dus wel.

Media en publiek is een handzaam boekwerkje dat als inleiding op de behandelde theorieën dienst kan doen. Het is echter door de werkwijze van De Boer en Brennecke eerder een boek dat je in de propedeuse voorschrijft dan aan doctoraalstudenten (publieksstudies). Het boekje kan ook – in de vorm van een zelfstudie – voor bijvakstudenten van nut zijn als introductie op (een deel van) de communicatiewetenschappelijke theorievorming.

Coen van der Linden, vakgroep Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Nijmegen

Jean-Claude Burgelman, Yves Punie & Pascal Verhoest (1995)

Van telegraaf tot telenet. Naar een nieuw communicatiebestel in België en Vlaanderen?

Brussel: VUB Press

ISBN 90 5487 124 5; Prijs f 24,50/Bfr. 450;
246 pagina's

In dit boek analyseren de auteurs honderdvijftig jaar beleid ten aanzien van media en telecommunicatie in België en Vlaanderen. In een viertal – min of meer chronologisch opgebouwde en gerangschikte – hoofdstukken wordt een overzicht gegeven van het ontstaan, de huidige omvang en gedaante en mogelijke toekomstige ontwikkeling van de informatiemaatschappij. 'Informatie' wordt in de twintigste eeuw eenzelfde impact en rol toebedacht als de 'mechanisatie' in de negentiende eeuw. De auteurs willen met name de sociale, menselijke kant van deze ontwikkeling duidelijk maken. Zij kiezen voor een brede sociaalwetenschappelijke benadering van het thema. Zowel beleid als de implicaties van het beleid worden besproken. En passant worden concepten en verschijnselen als 'informatiemaatschappij', 'informatie-economie', 'deregulering', 'privatisering' en 'sociale isolering' besproken en wetenschappelijk becommentarieerd. In het laatste hoofdstuk wordt ingegaan op de positie van publieke communicatievormen en -modellen in een veranderende omgeving. In de laatste twee paragrafen worden de mogelijkheden en moeilijkheden van wetenschappelijk onderzoek naar (Europees beleid ten aanzien van) nieuwe diensten besproken. Een kritische vorm van zelfreflectie op de Communicatiewetenschap: 'Net zoals er nog geen eenheidsmarkt voor communicatie is, is er in het Europese communicatieonderzoek ook nog een grote mate van 'relatief isolationisme', en bestaan er nauwelijks gemeenschappelijke forums voor beleidsonderzoek'. Een inzicht verschaffend boekwerk in pocketformaat.

Bert Hogenkamp (red.) (1995)

Jaarboek 1994

Amsterdam: Stichting Film en Wetenschap/Audiovisueel Archief

ISBN 90 70 224 27 5; Prijs f 10,00/Bfr. 220;
135 pagina's

Reeds het vierde SWF-jaarverslag waaraan volgens beproefd 'recept' gewerkt is. De gebruikelijke jaarverslag-onderdelen vinden er hun plaats, maar ook zijn drie artikelen opgenomen die van waarde (kunnen) zijn voor filmhistorici. De eindredacteur vergast ons op een historisch overzicht van de wetenschappelijke vorsing naar film in Nederland in de jaren dertig tot en met zestig. Hoewel de *Stichting Film en Wetenschap* veertig jaar geleden is opgericht, is reeds in 1938 begonnen met het *Algemeen Nederlandsch Archief voor Taal en andere Uitingbewegingen*. Aan de hand van een – min of meer – chronologisch overzicht wordt duidelijk dat de archivering van beeld- en geluidsmateriaal en de wetenschappelijke bestudering ervan gekenmerkt is/wordt door hoge verwachtingen en weinig resultaat. De verwijtende blikken worden vervolgens naar de overheid gewend. In het tweede artikel, geschreven door Rian Romme, krijgen we inzicht in de filmpropaganda van de Sociaal-Democratische Arbeiderspartij in de jaren 1929-1939. De derde bijdrage is van de hand van Renate Bergsma en handelt over leven en werk van de katholieke cineast Piet van de Ham. Deze cineast maakte voornamelijk opdrachtfilms en genoot/geniet daarom geen grote bekendheid. Bergsma toont echter aan dat het werk van Van der Ham niet ongemerkt voorbij is gegaan aan andere cineasten en haar zelf. Eenmaal zich verdiepend in het beeldmateriaal is zij gegrepen door het werk van Van der Ham: 'Een goede filmer is iemand die alle filmische elementen weet te gebruiken. Piet van der Ham is zo iemand.' Het levert een beknopte, met smaak geschreven biografie op.

Ed Hollander, Coen van der Linden & Paul Ruten (red.) (1995)

Communication, culture, community. Liber Amicorum James Stappers

Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum
ISBN 90 313 2093 5; Prijs f 79,50/Bfr. 1910;
350 pagina's

Ter gelegenheid van het afscheid van professor James G. Stappers aan de Katholieke Universiteit Nijmegen is, zoals te doen gebruikelijk, hem een 'vriendenboek' aangeboden. Binnen- en buitenlandse vrienden en collega's – in totaal 35 – hebben Stappers geëerd door een bijdrage te leveren.

Het boek beslaat drie delen: 'communication', 'culture' en 'community'. Volgens de redactie omvatten deze drie termen de problematieken waar Stappers zich in zijn actieve wetenschappelijke loopbaan met name op geconcentreerd heeft. Als 'the Grand Old Man' van de Communicatiewetenschap in Nederland (aldus Jan van Cuilenburg) heeft Stappers zich immer ingespannen voor de wetenschappelijke erkenning die het vakgebied verdient. In zijn onderwijs en onderzoek heeft dat geresulteerd in een niet aflatende stroom publikaties over definities van (massa)communicatie en lezingen over grondvesten, grenzen en wetenschappelijk object van de Communicatiewetenschap en haar onderzoek. 'Massacommunicatie is openbare communicatie', een zin die iedereen die in Nijmegen gestudeerd heeft zijn hele leven met zich meedraagt.

Daarnaast heeft Stappers immer gestaan voor een bestudering van communicatieverschijnselen in een maatschappelijke, culturele omgeving. Dit heeft onder meer geresulteerd in een Nijmeegse variant van het cultural-indicators onderzoek en onderzoek naar kleinschalige (lokale) vormen van massacommunicatie.

Het *Liber Amicorum* bestaat uit een bontschakering van theoretische, beschouwende en empirische bijdragen die alle terug te

brengeen zijn tot één van de drie genoemde aandachtsvelden en als zodanig leveren de bijdragen een overzicht van de huidige stand van zaken van (een deel van) de Communicatiewetenschap.

Enkele auteurs: Lee Becker, Els De Bens, Harry Bouwman, Jan van Cuilenburg, George Gerbner, James Halloran, Monique Hamers-Regimbal, Denis McQuail, John Durham Peters en Ulrich Saxer.

Harry Hüttner, Karsten Renckstorf & Fred Wester (red.) (1995)

Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap

Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum
ISBN 90 313 1719 5; Prijs f 97,50/Bfr. 2340;
695 pagina's

Lijvig boek waarin de Nijmeegse vakgroep Communicatiewetenschap – in navolging van Amsterdam en in nauwe samenwerking met de vakgroep Methoden van Onderzoek – haar 'eigen' visie op communicatieonderzoek weergeeft. Uitgangspunt is de systematische bestudering van de werkelijkheid voor zover die betrekking heeft op 'de rol van de massamedia bij de productie en opslag van informatie en communicatie in het algemeen'.

De bundel geeft een overzicht van de meest gangbare onderzoeksontwerpen in het wetenschapsgebied. Aan bod komen: kwantitatief en kwalitatief survey, kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse, netwerkanalyse, contextuele analyse, panelonderzoek, analyse van tijdreeksen, laboratoriumexperiment, pre- en quasi-experiment, groepsinterview en -discussie, case study en etnografisch veldonderzoek. Van elk onderzoeksontwerp worden één of meerdere originele voorbeelden – vaak in de originele opmaak – gegeven die vervolgens uitgebreid besproken en becommentarieerd worden. Alle voorbeeldstudies zijn Amerikaans van herkomst en vaak te beschouwen als 'klassiekers', variërend van

The people's choice van Lazarsfeld, Berelson en Gaudet uit 1944 tot Rogers' *Network analysis in the diffusion of innovations* uit 1979. Naast de redacteurs hebben onder meer Bert Felling, Paul Nelissen, Leo van Snippenburg en Piet Verschuren deelgenomen aan dit project.

Memo de Jong & Peter Jan Schellens (1995)
Met het oog op de lezer.
Pretestmethoden voor schriftelijk voorlichtingsmateriaal

Amsterdam: Thesis Publishers
ISBN 90 5170 391 0; Prijs f 42,50/Bfr. 850; 211 pagina's

De auteurs zijn werkzaam bij de vakgroep Toegepaste Taalkunde van de Universiteit Twente en in het onderzoek richten zij zich voornamelijk op professionele testontwerp-processen en de ontwikkeling van methoden voor praktijkonderzoek. In dit gedegen boek stellen de auteurs één vorm van praktijkonderzoek centraal: de pretest. In opdracht van de Voorlichtingsraad is een uitgebreid literatuuronderzoek uitgevoerd naar pretestmethoden.

In vier korte hoofdstukken wordt ingegaan op de achtergronden van de pretest, de doelen die in het pretestonderzoek gesteld worden, de eisen waaraan het onderzoek moet voldoen en de verschillende vormen van pretestonderzoek. Het grootste gedeelte van het boek (119 pagina's) wordt in beslag genomen door de beschrijving en kritische beoordeling van veertien verschillende pretestmethoden (*hoofdstuk 5*). Zo komen onder meer aan de orde leesbaarheidsformules, cloze test, vragenlijst, groepsgesprek, hardop-werkmethode, oogbewegingsregistratie en portfolio-methode. Van alle pretestmethoden worden achtereenvolgens besproken toepasbaarheid, werkwijze, pretestdoelen waarvoor de methode geschikt is, betrouwbaarheid en steekproefomvang, validiteit, bruikbaarheid en uitvoerbaarheid. Op deze wijze ontstaat

een uiterst handzaam en overzichtelijk, veel omspannend boek, dat niet in de boekenkast van voorlichter, onderzoeker, communicatiemanager enzovoort mag ontbreken. De afsluitende beschouwing en conclusie in *hoofdstuk 6* dragen bij aan de bruikbaarheid van het boek voor (wetenschappelijk) onderzoeker en praktijkmens.

Otto Kroesen (1995)
Tegenwoordigheid van geest in het tijdperk van kritiek. Een inleiding in het werk van Eugen Rosenstock-Huessy

Zoetermeer: Meinema Uitgeverij
ISBN 90 211 3628 7; Prijs f 35,00/Bfr. 700; 228 pagina's

De technische dominantie in onze wereld roept de vraag op hoe wij onze menselijkheid kunnen behouden en wat mens-zijn is of kan zijn ten overstaan van het technisch kunnen. Zeker voor hen die vertrouwd zijn met de voortgang van de techniek, maar niet minder voor hen die onbewust en argeloos de invloeden van de techniek ondergaan, is het een uitdaging om de vraag te stellen: 'Wie ben ik?'

Deze vraag loopt als een soort rode draad door het boek van Kroesen, waarbij hij het werk van Rosenstock-Huessy over de samenwerking tussen maatschappij/cultuur en techniek als aanknopingspunt neemt. Deze filosoof, socioloog en rechtshistoricus (1888-1973) is in leven en werk op zoek gegaan naar antwoorden op de vraag hoe een samenleving van mensen bijeen kan blijven en een gemeenschap kan blijven vormen in een door de technische voortgang bepaalde context. Als zodanig is de verwantschap met Simmel, McLuhan en Bourdieu (om maar eens een vaatje open te trekken) zeker aanwezig. Mede gelet op discussie over Internet en andere nieuwe telecommunicatiediensten is het lezen van deze introductie op het werk van Rosenstock-Huessy zeker de moeite

waard. Kroesen slaagt erin de soms complexe gedachten van Rosenstock-Huussy in begrijpelijke taal en voorbeelden neer te zetten.

Betteke van Ruler (1996)

Communicatiemanagement in Nederland. Een verkenning naar de visie van communicatiemanagers op de inhoud van hun beroep

Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum
ISBN 90 313 1816 7; Prijs f 72,50/Bfr. 1740;
340 pagina's

Steeds vaker worden voorlichting, public relations, publiciteit en in- en externe betrekkingen aangeduid met de term 'communicatie'. De recente naamsveranderingen van *Vereniging van Voorlichtingsambtenaren bij lagere overheden* (VVA) in *Vereniging voor Overheidscommunicatie* (VVO) en *Vereniging voor Public Relations en Voorlichting* (NGPR) in *Beroepsvereniging voor Communicatie* lijken representaties van een algemene ontwikkeling te zijn. De hang naar onderlinge afstemming van alle uitingsbewegingen van een organisatie of bedrijf, de ontwikkeling van een - ter rechte - conceptie van het nut en de noodzaak van geïntegreerde communicatie, vindt haar neerslag in naamgeving en onderwerpsduiding. De voorlichter, tekstschrijver, publiciteitsmedewerker zijn allemaal communicatiemanager of -deskundige geworden. Is het alleen een naamsverandering of is de inhoud van de werkzaamheden ook veranderd? Sterker nog: is de naamsverandering gepaard gegaan met een andere visie op de werkzaamheden? Voorlichting is niet hetzelfde als communicatie; een shetlander is ook niet hetzelfde als een paard. In deze handelseditie van het gelijknamige proefschrift gaat Van Ruler onder andere na hoe in de praktijk wordt gedacht over de inhoud van het communicatiemanagement en welke visie communicatiemanagers zelf hebben op hun beroep. Als stelling poneert zij dat 'verwarring in visie op de inhoud van het

beroep samengaat met verwarring over communicatie, en dat verschillen in visie op het beroep samengaan met verschillen in opvatting over communicatie'. Het uitgebreide (kwalitatieve) onderzoek biedt antwoorden op de gestelde vragen en ondersteuning voor de genoemde stelling. Het is niet zozeer dat visie op het eigen vak ontbreekt, als wel dat er weinig eenduidigheid is in de verschillende visies. Promotor Stappers heeft eens 248 verschillende definities van 'communicatie' onderscheiden, promovenda Van Ruler weet de verschillende visies op 'communicatie' ten behoeve van het vak 'communicatiemanagement' terug te brengen tot drie: 'communicatie als een proces van (ongerichte) uitstoot', 'communicatie als een lineair verlopend (gericht) proces' en 'communicatie als een interactief proces'. De veronderstelling dat de verschillen in en verwarring over de inhoud van het beroep 'communicatiemanager' samenhangen met verschil in en gebrek aan theoretische fundering van de gangbare opvattingen over communicatie en gebrek aan institutionalisering binnen de beroepsgroep van theoretische noties hierover, wordt door het onderzoek van Van Ruler bevestigd, maar verdient verdere nuancerings. Voor deze nuancerings: men leze het boek.

Angharad N. Valdivia (Ed.) (1995)

Feminism, multiculturalism and the media

London: Sage
ISBN 0 8039 5775 0; Prijs £ 16,50; 332 pagina's

In dit boek pogen verschillende schrijfsters inzicht te geven in de huidige stand van zaken ten aanzien van empirisch onderzoek naar, theorievorming en (klasse)discussie over de samenhang tussen feminisme en multiculturalisme. Als centraal uitgangspunt wordt genomen dat vraagstukken zoals 'gender', ras, klasse, seksuele oriëntatie en etniciteit samenhangen en/of van invloed zijn op verslaggeving door journalisten, representatie

bij mediaproductie en perceptie van media-inhouden bij het publiek. Dit wordt onder meer gedemonstreerd in diverse case studies.

Het boek bestaat uit drie delen. In deel 1, *The production of interventions*, treffen we onder andere een essay van Marina Heung aan over films en video's gemaakt door Amerikaans-Aziatische vrouwen en een analyse van de aanwezigheid van de vrouw in de 'coverage' van het wereldnieuws door Carolyn M. Byerly. In *(Con)textual analyses* vinden we een vijftal (onderzoeks)verslagen terug die betrekking hebben op de representatie van de vrouw in diverse uitingen, waaronder reclame. *Combining methodologies and narratives*, het afsluitende deel van het boek, bevat onder meer een essay over 'African American women' in het tijdperk van de Hip-Hop-cultuur, geschreven door Kyra D. Gaunt.

Enkele andere schrijfsters: Katherine Toland Frith, Isabel Molina Guzmán, Bette J. Kauffman en Susan Kray.

Cees van Woerkum & D. Kuiper (1995)

Voorlichtingskunde, een inleiding

Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum
ISBN 90 313 1964 2; Prijs f 51,95/Bfr. 1245;
196 pagina's

De auteurs willen met dit boek een eerste verkenning bieden van de voorlichtingskunde. Zij beperken zich daarbij tot de principes van het vak: 'Het is werkelijk een inleiding en geen compendium van wat er allemaal in het vak aan de orde komt'.

Het boek heeft alles wat een inleiding behoort te hebben: toegankelijk taalgebruik, overzichtelijke opbouw, heldere modellen, duidelijke voorbeelden, wars van 'verwetenschappelijking', trefwoorden in de kantlijn en een overzichtelijk zakenregister.

In de inleiding wordt goed uitgelegd in welke onderdelen het vak voorlichting(skunde) uiteen te rafelen is. De diverse aspecten die daar benoemd worden, dienen vervolgens

als leidraad voor de thematische hoofdstukken. Van Woerkum en Kuiper onderscheiden achtereenvolgens 'doelgroep', 'beleid', 'kennis', 'de voorlichter', 'typen voorlichting' (informatief, persuasief en educatief) en 'voorlichtingsmethodiek'. Dit levert negen hoofdstukken op, die aangevuld worden met een hoofdstuk over de definiëring en ethiek van de voorlichting. Hierdoor ontstaat een afgerond geheel.

Als kennismaking met voorlichting(skunde) is dit boek goed te gebruiken in het hoger (en middelbaar) beroepsonderwijs en als basisliteratuur ook in het wetenschappelijk onderwijs. Het is in ieder geval een prima vervanging voor *Massamediale voorlichting: Een werkplan* (1987²), eveneens van Van Woerkum.

Oproep voor papers

Vijftiende Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap 22 oktober 1996
Vrije Universiteit Brussel, Sectie Communicatiewetenschappen

Thema: De rol van de media in de multiculturele samenleving

Contacten met andere culturen en met beelden van andere culteren zijn tegenwoordig heel gewoon. Zowel oude als nieuwe media spelen een belangrijke rol bij de verspreiding van deze beelden. Anderzijds is het juist tegen de achtergrond van en in wisselwerking met de multiculturele samenleving dat de media ontstaan, bestaan en evolueren. Vanuit een sociologische invalshoek gaat de aandacht tijdens dit congres uit naar de maatschappelijke rol van de media in de communicatiestructuren, -stromen en –strategieën tussen verschillende culturele groepen. Tijdens het congres wordt niet alleen aandacht besteed aan de sociale dimensie van multiculturele communicatie, maar zullen ook de symbolische aspecten, de beeldvorming, aan bod komen.

Het dagprogramma bestaat uit twee delen:

In de voormiddag zijn plenaire sessies gepland waarin enkele op dit terrein gerenommeerde communicatiewetenschappers aan bod komen. Toezeggingen zijn ontvangen van:

- **Jesus Martin Barbero**, Escuela de Comunicacion Social, Universidad del Valle, Colombia;
- **Philip Schlessinger**, Department of Film and Media, University of Stirling, Verenigd Koninkrijk;
- **Pieter Fourie**, UNISA, Zuid-Afrika (ovb).

In de namiddag vinden twee à drie parallelsessies plaats waarin een deelaspect van het algemene congres-thema aan bod komt en waarin papers gepresenteerd en besproken worden.

In het licht van het algemene congres-thema worden de volgende onderwerpen voorgesteld:

- interculturele communicatie;
- culturele stereotypering;
- verschillende culturen, verschillende publieksgroepen?;
- media-educatie: beeldopvoeding;
- technologie en culturele diversificatie;
- beleidsaspecten i.v.m. internationale communicatie;
- participatie van culturele minderheden;
- enzovoort.

Een abstract (maximaal 1 pagina A4) van het voor te stellen paper dient uiterlijk voor 15 april 1996 ingediend te zijn bij het Centrum voor Mediasociologie (CeMeSo) van de Vrije Universiteit Brussel.

Voor meer informatie:

Centrum voor Mediasociologie (CeMeSo), Vrije Universiteit Brussel, Pleinlaan 2, B-1050 Brussel.
Tel. +2 629 36 25, fax: +2 629 26 90, E-mail: hverstra@vnet3.vub.ac.be, Internet: <http://www.vub.ac.be/scom/cemeso/cemeso.html>

Vereniging voor Studie en Onderzoek van Massacommunicatie Dutch Society for Communication and Mediastudies

Bestuur:

prof. dr. J. Groebel (vz.), drs. P. Bakker, dr. J. Bosman, drs. F. Hartkamp, drs. P. Hendricks, drs. T. van Hulst, dr. J. Kleinnijenhuis, drs. A. Mol.

Activiteiten:

De vereniging vertegenwoordigt het communicatie- en mediaonderzoek in Nederland. We werken samen met soortgelijke organisaties in andere landen en wisselen informatie en ideeën uit.

Door het organiseren van het jaarlijkse congres 'SOMMATIE' proberen wij de wetenschappelijke kennis in ons vakgebied te vergroten. Rond belangrijke onderwerpen zoals 'public relations' en 'onderwijs' zijn afzonderlijke werkgroepen opgericht die eigen activiteiten organiseren. Naast het congres worden per jaar drie programmabijeenkomsten georganiseerd over diverse onderwerpen. Hoofddoel van de bijeenkomsten is het uitwisselen van informatie, maar ze bieden ook de gelegenheid om vakgenoten informeel te ontmoeten.

Iedereen die zich bezighoudt met communicatie- en mediaonderzoek of werkzaam is op

gerelateerde terreinen is welkom als lid. Onze leden zijn werkzaam bij universiteiten, hogescholen, overheid en bedrijfsleven. Leden krijgen een gratis abonnement op *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*.

Eerstvolgende bijeenkomst:

Op 1 maart 1996 heeft de jaarlijkse bestuursvergadering plaatsgevonden; tevens is er een programmabijeenkomst geweest met als onderwerp *De kwaliteit van het onderwijsaanbod*. Bij dit schrijven stonden onderwerp, datum en plaats van de eerstvolgende programmabijeenkomst nog niet vast. Leden zullen hierover tijdig worden geïnformeerd.

Lidmaatschap:

De jaarlijkse contributie bedraagt f 195,-. Voor studenten, AIO's en OIO's geldt een tarief van f 95,-.

Voor verdere informatie/lidmaatschap kan contact worden opgenomen met:
Marie-José Martens
Postbus 15051
1001 MB Amsterdam
tel. +20 627 89 49
fax +20 627 03 22

Symposium 'Krant en kwaliteit'

Wat is een goede krant?

De Tilburgse Academie voor Journalistiek en Voorlichting (AJV) organiseert in samenwerking met het Katholiek Instituut voor Massamedia (KIM) een symposium met als thema 'Krant en kwaliteit'. Twee feiten geven hiertoe aanleiding.

Binnenkort verschijnt bij Bohn Stafleu Van Loghum het boek *Krant en kwaliteit. Verkenningen rond de onderzoekbaarheid van journalistiek*. Daarin staan bijdragen van prof.dr. J.G. Stappers (KUN/KIM), prof.dr. A.A.L.G. Wentink (KUB/KIM), dr. H.J. Evers (AJV/KIM), drs. A.A.M. Rennen (AJV/KUN), mevr.drs. A.M.J. van Hoof (KUN) en prof.dr. S. Ruß-Mohl (Berlijn). De Nederlandse auteurs werken samen in een KIM-projectgroep, die zich bezighoudt met de vraag of kwaliteit van de krant te onderzoeken respectievelijk te meten is en zo ja, hoe. Het boek is een tussenrapportage.

De tweede aanleiding is het 15-jarig bestaan van de Academie. Bezinning op veranderingen in de journalistiek vormt het studieuze element van de lustrumviering.

Datum: Vrijdag 31 mei 1996, van 13.30-17.00 uur.

Plaats: Academie voor Journalistiek en Voorlichting, Prof. Grimbrèrelaan 16, Tilburg.

Programma

13.30-14.00 uur	Ontvangst
14.00 uur	Welkom door dagvoorzitter dr. H.J. Evers, lid KIM-bestuur, docent AJV
14.05 uur	Overhandiging van boek door R.H.G. Schoonhoven, voorzitter KIM, aan de voorzitters van het Genootschap van Hoofdredacteuren, de NDP en de NVJ
14.10 uur	Inleiding door drs. A.A.M. Rennen, docent AJV, medewerker KUN
14.30 uur	Beschouwing door prof.dr. J.J. van Cuilenburg, hoogleraar communicatiewetenschap UvA, over het thema 'krant en kwaliteit'
14.50 uur	Videopresentatie met drie hoofdredacteuren van regionale kranten
15.00 uur	pauze
15.20 uur	Beschouwing door A.A.M. Schuurmans, directeur/hoofdredacteur van het Nieuwsblad van het Noorden, over het thema 'krant en kwaliteit'
15.40 uur	Vertegenwoordiger van de Consumentenbond over de vraag of de krant zich leent voor een vergelijkend warenonderzoek
16.00 uur	Forum en Zaal
16.30 uur	Borrel

Belangstellenden wordt verzocht telefonisch te reageren vóór 15 mei: (013) 539 48 00. Deelname is gratis.

James Stappers

Mass communication and other paradoxes

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 24, 3-28.

Mass communication research is sometimes said to have no face. Three reasons for such an impression are explored. 1 'Communication' is an ambiguous term. The word became enormously popular in Europe only after World War Two, through the American use of it. Now it means many things: related, but quite different. Thus, the word became unsuitable for scientific (and professional) use. Usually it refers to a process of transmission, less often to a process of community-building and creating reality. (Carey calls this the 'ritual' vision.) 2 'Mass communication' was never properly defined by American authors; they tend to use it as a synonym for public communication. The part 'mass' brings a lot of confusion. Thus this word also is not very well suited. 3 In 1958 Schramm defended communication research, saying it was a field, not a discipline. Once something is defined as a field, one will see all kinds of disciplines busy in that field. Nevertheless it is possible that one specific discipline calls itself – for whatever reason – 'Communication Science':

other disciplines also do not have necessary or logically inevitable names. Such a discipline cannot pretend to be the only discipline in communications, nor to study all that is called communication. Several disciplines look at communication. Mostly, they adhere to the transmission view and they generate conclusions that belittle media effects. A general feeling is that they are both correct and wrong – because incomplete. Communication Science, looking more at the 'ritual' vision, should endeavor to explain this paradox.

Emil van Schie, Oene Wiegman, Margôt

Kuttschreuter & Henk Boer

Videogames. Children's frequency of playing, leisure activities and social integration

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 24, 29-39.

A survey was conducted among 346 children from the seventh and eighth grade of seven elementary schools to examine possible positive and negative effects of playing videogames. Frequency of playing videogames and its relations to other types of leisure activities and social isolation, loneliness, popularity and social status were analyzed. Playing videogames does not appear to take place at the expense of other leisure activities. Indeed, the frequency with which children played videogames corresponded directly with the frequency with which they partook in activities like watching television, reading comics, listening to music, non-organized sports, round games and indoor playing. Boys more often played videogames than girls. Videogames were most frequently played with friends; only a small number of children went to videogame-arcades. No relation was found between playing videogames and children's social integration.

Jan Van den Bulck

Heavy viewers versus frequent viewers. Reliability and validity in viewing volume measurement

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 24, 40-56.

There are a number of ways to measure the 'use' of television. Even though such measures are often called 'viewing volume', the operationalization differs to such an extent that they may not measure the same thing. First, not every index of viewing is equally re-

liable. People-meter methods are very accurate in measuring viewing behaviour, but there is no a priori reason to accept them as reliable indicators of viewing attitudes or habits. Second, in a lot of survey-based research different measurements of these habits are used based on self-reports. The reliability and validity of these variables is often poor. Quite a number of authors have assumed implicitly that heavy viewers are also frequent viewers, by multiplying the number of hours watched on an average day with a fixed weight (e.g. seven) to obtain an estimate of weekly viewing. This article shows that heavy viewers are not necessarily frequent viewers and vice versa. Third, as a result many results in television research based on different operationalizations of the viewing variable are not necessarily comparable. Each variable represents a theoretical construct. It is important to define this construct correctly and explicitly. It is a step towards making television research more reliable, valid and comparable.

Herre van Oostendorp & Christiaan Bonebakker

Holding on to misinformation during processing newsreports

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 24, 57-74.

Previous studies have found that the influence of incorrect or obsolete information in newsarticles on the situation models that readers build during reading is hard to eradicate from memory by discrediting information. The experiment described here confirms this effect. Subjects read a series of messages, and in the experimental conditions one message is corrected. The performance on an inference judgement task showed that subjects in the experimental conditions more often reasoned on the basis of the incorrect (discredited) scenario than subjects in the control condition, who did

not receive the incorrect information. It also appeared that a correction that replaces the incorrect fact by a plausible causal alternative, rather than simply negating misinformation, did not improve the performance. Finally, also repeating a correction did not improve the performance, which suggests the plausibility of a rejection process: information that contradicts a previously constructed situation model is apparently neglected.

Allerd Peeters & Ard Heuvelman
Is there a weaker sex when it concerns television news?

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 24, 75-85.

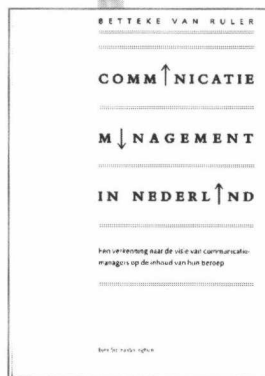
From several experiments with television news it can be concluded that men remember the news better than women do. A number of explanations for this phenomenon have been formulated, all of which are, in our view, insufficient. We investigated the relative impact of sexual difference with a heterogeneous audience who watched a semi-actual version of the NOS eight o' clock news. Our results show that differences in retention of the news between viewers depend on the subject matter of the items and on the way of testing. These differences can sometimes be attributed to level of education, sometimes to prior knowledge, sometimes to age, sometimes to interest in the subject matter, sometimes to sexual difference, and also sometimes to a combination of these factors. The factor sexual difference contributes significantly a difference in retention on only one item, and even in the advantage of the women. We found initially a difference in retention in the advantage of the men, but this is caused by the fact that the men in our study have on the average a higher level of education than the women. Therefore, the proposition, that men remember television news better than women do, is untenable.

Wat voor kort public relations en/of voorlichting heette, wordt steeds vaker communicatie-management genoemd. Dit beleidsterrein wordt in toenemende mate gezien als kritisch onderdeel van succesvolle bedrijfsvoering. Over communicatie in de context van een organisatie wordt veel geschreven en gesproken, maar zelden wordt uitgelegd wat precies wordt bedoeld.

Betteke van Ruler presenteert in haar boek

Communicatiemanagement in Nederland

een analyse van de visie van de top in dit vakgebied op de inhoud van hun beroep. De bijdrage die de beroepsgroep zegt te bieden aan de verwezenlijking van de doelstellingen van de organisatie, blijkt onhelder en gebrekkig onderbouwd. Zowel de beroepspraktijk als de vakliteratuur kenmerken zich door onduidelijkheid over wat communicatie is en hoe communicatie werkt. In deze studie wordt een communicatie-wetenschappelijke visie op deze problematiek geboden.



Communicatiemanagement in Nederland (ISBN 90 313 1816 7)
telt 338 pagina's en kost f 72,50 (incl. BTW en excl. verzendkosten).
Verkrijgbaar via de boekhandel en bij Bohn Stafleu Van Loghum,
antwoordnummer 10154, 2400 VB Alphen a/d Rijn,
tel. 0172-466811, fax 0172-466770. In België: Kouterveld 2,
1831 Diegem, tel. 02-7191511, fax 02-7191519.



Bohn
Stafleu
Van Loghum

Redactioneel	1
Artikelen	
<i>James Stappers</i> Massacommunicatie en andere paradoxen	3
<i>Emil van Schie, Oene Wiegman, Margôt Kuttschreuter & Henk Boer</i> Speelfrequentie, vrijetijdsbesteding en sociale integratie bij computerspelen	29
<i>Jan Van den Bulck</i> Veelkijkers versus vaakkijkers. Betrouwbaarheid en validiteit bij het meten van kijkvolume	40
<i>Herre van Oostendorp & Christiaan Bonebakker</i> Het vasthouden aan incorrecte informatie bij het verwerken van nieuwsberichten	57
<i>Allerd Peeters & Ard Heuvelman</i> Is er een zwakker geslacht als het om televisienieuws gaat?	75
Recensies	86
Gesignaleerd	90
Mededelingen	95
Summaries	98