

**DIE ROL VAN DIE PLAASLIKE KOERANT IN SY
GEMEENSKAP, MET SPESIFIEKE VERWYSING
NA DIE NOORDELIKE STEM**

deur

ILZA FRANCIS HUGO

DIE ROL VAN DIE PLAASLIKE KOERANT IN SY GEMEENSKAP, MET SPESIFIEKE VERWYSING NA DIE NOORDELIKE STEM

Verhandeling voorgelê ter voldoening aan die vereistes vir die graad

MAGISTER ARTIUM

KOMMUNIKASIEKUNDE

in die

FAKULTEIT LETTERE EN WYSBEGEERTE

aan die

UNIVERSITEIT VAN DIE ORANJE-VRYSTAAT

deur

ILZA FRANCIS HUGO

Studieleier: Dr. H.C. Marais
Medestudieleier: Prof. A.S. de Beer
KROONSTAD
Desember 1983

BEDANKINGS

Ek betuig graag my dank aan elkeen van die volgende persone wat op die een of ander manier bygedra het tot die voltooiing van hierdie studie:

- + Dr. H.C. Marais, studieleier, vir sy bekwame leiding, aanmoediging en bereidwilligheid om steeds as studieleier op te tree ten spyte van die feit dat hy 'n nuwe betrekking aanvaar het.
- + Prof. A.S. de Beer vir sy leiding as mede-studieleier.
- + Mnr. H.J. Engelbrecht wat aanvanklik as mede-studieleier opgetree het.
- + Mevv. Z. den Hartog, C. van Wyk, A. Wessels en H. Wessels vir hul hulp met die veldwerk van die empiriese studie.
- + Mev. S. Hugo van die Rekensentrum, Universiteit van die Oranje-Vrystaat, vir dataverwerking asook dr. N.A.S. Crowther en personeel van die Instituut vir Statistiese Navorsing van die Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing, Pretoria, vir hul advies en hulp met die statistiese verwerkings.
- + Personeel van Die Noordelike Stem en Perskor OVS Beperk vir hul tyd, hulpvaardigheid en veral verskaffing van noodsaaklike inligting. In hierdie verband dink ek veral aan mnre. L. Boshoff, F. Pretorius en B. Neethling en mevv. T. Serfontein en I. Coetsee.
- + Perskor OVS Beperk vir die kopieëring en bind van hierdie verhandeling.
- + Mej. T. Steenekamp vir die taalversorging en mevv. M. Hattingh en H. Wessels vir die proeflees van hierdie studie.
- + My ouers, skoonouers, familie en vriende vir hul belangstelling en aanmoediging. Ver al aan Wouter vir sy begrip, ondersteuning, goeie gesindheid en hulp met ons kleuters wat gedurende hierdie tydperk heelwat geduld en aandag moes ontbeer.
- + Ek aanvaar volle verantwoordelikheid vir alle foute of tekortkominge wat in hierdie studie mag voorkom.

Kroonstad

Desember 1983

INHOUDSOPGAWE

HOOFSTUK 1

INLEIDENDE OORSIG: DIE ROL VAN DIE PLAASLIKE KOERANT IN SY GEMEEN-
SKAP, MET SPESIFIEKE VERWYSING NA DIE NOORDELIKE STEM

1.1	Motivering en probleemstelling	1
1.2	Doelstellings	2
1.3	Strukturering	3
1.4	Samevatting	4

HOOFSTUK 2

ENKELE ASPEKTE VAN MASSAKOMMUNIKASIE	5
2.1 Inleiding	5
2.2 Massakommunikasie as proses	5
2.3 Kleinskalige massakommunikasie	6
2.4 Enkele komponente van massakommunikasie	7
2.4.1 Kommunikator	7
2.4.2 Ontvangers	7
2.4.3 Medium	8
2.5 Eienskappe van die media	9
2.5.1 Aktualiteit	9
2.5.2 Universaliteit	10
2.5.3 Periodisiteit	10
2.5.4 Openbaarheid	11
2.6 Enkele funksies van die media	11
2.6.1 Primêre funksies	12
2.6.1.1 Inligting	12
2.6.1.2 Vermaak/ontspanning	12
2.6.1.3 Tendensstelling	13
2.6.1.4 Opvoeding	13
2.6.3 Sekondêre funksies	13
2.6.2.1 Reklame	14
2.6.2.2 Vertolking	14
2.6.2.3 Polemiek	14
2.7 Die effek van massakommunikasie	15
2.8 Samevatting	15

HOOFSTUK 3

ENKELE ASPEKTE VAN DIE GEBRUIK-EN-BELONINGBENADERING	17
--	----

3.1	Inleiding	17
3.2	Die aktiewe rol van die bestemming	18
3.3	Funksionele benadering	19
3.4	Enkele uitgangspunte van die gebruik-en-beloningbenadering	20
3.4.1	Genotipiese versus fenotipiese behoeftes	21
3.4.2	Bevrediging gesoek versus bevrediging gevind	21
3.4.3	Algemene versus spesifieke mediagebruik	22
3.5	Behoeftbevreeding deur middel van mediagebruik	23
3.5.1	Eksterne bepaling van kommunikasieverbruik	25
3.5.2	Onbeduidenheid van bevrediging deur die media	25
3.5.3	Swak aanduiding van bevrediging deur die media	25
3.6	Enkele behoeftes van die mens	26
3.7	Enkele funksies van die media voortspruitend uit gebruik-en-beloningstudies	28
3.8	Enkele leemtes in die gebruik-en-beloningbenadering	30
3.9	Samevatting	32

HOOFSTUK 4

DIE PLAASLIKE KOERANT AS KOMMUNIKASIEMEDIUM	34
4.1 Inleiding	34
4.2 Verskyningsvorme van koerante	35
4.3 Omskrywing van die begrip "plaaslike koerant"	36
4.4 Die aard van die plaaslike koerant	37
4.5 Inhoud van die plaaslike koerant	38
4.6 Enkele spesifieke funksies van die plaaslike koerant	40
4.7 Advertensies	42
4.8 Beheer	44
4.8.1 Provinsiale Afdeling van die Persunie van Suid-Afrika	44
4.8.2 Capro Ltd.	45
4.9 Samevatting	45

HOOFSTUK 5

<u>DIE NOORDELIKE STEM (D N S)</u>	47
5.1 Ontstaan en ontwikkeling	47
5.2 <u>D N S</u> in sy huidige vorm	47
5.3 Struktuur	49
5.4 Beleid	49
5.5 Organisasie	50
5.6 Meningspeiling	50
5.7 Samevatting	52

HOOFSTUK 6

EMPIRIESE STUDIES	53
6.1 Inleiding en motivering	53
6.2 Literatuuroorsig	53
6.3 Doelstelling	56
6.4 Inhoudsontleding	56
6.5 Lesersopname	56
6.6 Samevatting	57

HOOFSTUK 7

INHOUDSONTLEDING VAN <u>DIE NOORDELIKE STEM</u>	58
7.1 Inleiding	58
7.2 Steekproef	58
7.3 Meeteenhede	58
7.4 Kategorieë	59
7.4.1 Misdaad (A)	60
7.4.2 Landbou (B)	60
7.4.3 Klein advertensies (C1)	60
7.4.4 Groot advertensies (C2)	60
7.4.5 Redaksionele advertensies (C3)	60
7.4.6 Sport (D)	60
7.4.7 Verenigingslewe (E)	61
7.4.8 Vermaak (F)	61
7.4.9 Skolenuus (G)	61
7.4.10 Munisipale nuus (H)	61
7.4.11 Nie-plaaslike nuus (I)	61
7.4.12 Algemene plaaslike nuus (J)	61
7.4.13 Redaksioneel (K)	61
7.4.14 Religieus (L)	62
7.4.15 Mashoof (M)	62
7.4.16 Rubrieke/artikelstof (N)	62
7.4.17 Totaal (O)	62
7.5 Prosedure	62
7.6 Betroubaarheid	63
7.7 Hipotese	64
7.8 Resultate	64
7.7.1 Groot advertensies (C2)	67
7.7.2 Algemene plaaslike nuus (J)	68
7.7.3 Sport (D)	68
7.7.4 Skolenuus (G)	69
7.7.5 Klein advertensies (C1)	70
7.7.6 Rubrieke /artikelstof	71
7.7.7 Landbou (B)	71
7.7.8 Verenigingslewe (E)	71
7.7.9 Vermaak	71

7.7.10	Redaksionele advertensies (C3)	71
7.7.11	Nie-plaaslike nuus (I)	72
7.7.12	Redaksioneel (K)	72
7.7.13	Misdaad (A)	72
7.7.14	Religieus (L)	73
7.7.15	Munisipale nuus (H)	73
7.7.16	Mashoof (M)	73
7.8	Besluit	73
7.9	Samevatting	74

HOOFSTUK 8

LESERSOPNAME	75
8.1 Inleiding	75
8.2 Prosedure	75
8.3 Konstruksie van die vraelys	75
8.4 Ontwerp	76
8.5 Onderhoudvoerders	77
8.6 Steekproef	77
8.7 Metode	77
8.8 Algemene probleme	78
8.9 Statistiese ontwerp	78
8.10 Samevatting	79

HOOFSTUK 9

RESULTATE	VAN	LESERSOPNAME	80
9.1	Betroubaarheid en geldigheid		80
9.1.1	Betroubaarheid		80
9.1.2	Geldigheid		82
	9.1.2.1	Gesigsgeldigheid	82
	9.1.2.2	Konvergerende geldigheid	82
9.1.3	Samevatting		84
9.2	Biografiese besonderhede		84
9.2.1	Samevatting		86
9.3	Blootstelling aan <u>D N S</u>		86
9.3.1	Afsonderlike veranderlikes		87
	9.3.1.1	Kooplek	87
	9.3.1.2	Lesers per kopie	88
	9.3.1.3	Wyse van lees	89
	9.3.1.4	Leesintensiteit	90
	9.3.1.5	Gehaltebeoordeling	92
	9.3.1.6	Kommunikasie	92
	9.3.1.7	Behoeftes aan D N S	93

9.3.1.8	<u>D N S</u> versus <u>Die Volksblad</u>	93
9.3.2	Samevatting	96
9.3.3	Gevolgtrekking	97
9.4	Relasie tussen veranderlikes	98
9.4.1	Frekwensie van blootstelling (vraag 8)	98
9.4.1.1	Beskrywing	98
9.4.1.2	Meervoudige regressie-analise	99
9.4.1.3	Chaid-analise	99
9.4.1.4	Gevolgtrekking	99
9.4.2	Deeglikheid (vraag 15)	99
9.4.2.1	Beskrywing	99
9.4.2.2	Meervoudige regressie-analise	99
9.4.2.3	Chaid-analise	102
9.4.2.4	Gevolgtrekking	102
9.4.3	Evaluasie van <u>D N S</u> (vraag 13)	103
9.4.3.1	Beskrywing	103
9.4.3.2	Meervoudige regressie-analise	103
9.4.3.3	Chaid-analise	103
9.4.3.4	Gevolgtrekking	103
9.4.4	Beoordeling van tevredenheid (vraag 19)	103
9.4.4.1	Beskrywing	103
9.4.4.2	Meervoudige regressie-analise	103
9.4.4.3	Chaid-analise	104
9.4.4.4	Gevolgtrekking	104
9.4.5	Beoordeling van noodsaaklikheid (vraag 22)	104
9.4.5.1	Beskrywing	104
9.4.5.2	Meervoudige regressie-analise	105
9.4.5.3	Chaid-analise	105
9.4.5.4	Gevolgtrekking	106
9.4.6	Samevatting	106
9.4.7	Gevolgtrekking	107
9.5	Gebruik en beloning van <u>D N S</u> (vrae 12 en 17)	107
9.5.1	Inleiding	107
9.5.2	Faktoranalise van vraag 12	108
9.5.3	Korrelasies tussen faktortellings van vraag 12 en ander vrae	111
9.5.4	Faktoranalise van vraag 17	112
9.5.5	Korrelasies tussen faktortellings van vraag 17 en ander vrae	115
9.5.6	Korrelasie tussen die faktore van vrae 12 en 17	115
9.5.7	Samevatting	117
9.6	Samevatting	117

HOOFSTUK 10

SAMEVATTING EN GEVOLGTREKKING	119
-------------------------------	-----

10.1 Doelwit

10.2	Teoretiese agtergrond	119
10.3	Empiriese studies	120
10.4	Inhoudsontleding	120
10.4.1	Beskrywing	120
10.4.2	Resultate	121
10.5	Lesersopname	122
10.5.1	Beskrywing	122
10.5.2	Resultate	123
10.6	Inhoudsontleding versus lesersopname	125
10.7	Beperkinge van huidige ondersoek	126
10.8	Toekomstige navorsing	127

LITERATUURLYS	128
---------------	-----

OPSOMMING VAN VERHANDELING	139
----------------------------	-----

BYLAES

DIE PLAASLIKE KOERANT AS KOMMUNIKASIEMEDIUM

4.1 INLEIDING

In die vorige hoofstukke is aangedui dat massakommunikasie verskeie funksies verrig omdat daar verskeie behoeftes by die mens bestaan. Sekere media is ook meer geskik om sekere behoeftes te bevredig as andere, soos Katz (aangehaal deur Dennis, 1978:14) dit stel: "... certain bodies of content serve certain functions, or one medium is deemed better at satisfying certain needs than another." Een van die massamedia wat besonder geskik is om 'n verskeidenheid van behoeftes te bevredig is die koerant.

Verskeie skrywers, onder andere Bradley (1965), De Volder (1952), Hiebert et al (1974), Sandman et al (1972) en Wolseley & Campbell (1957) het omskrywings van die koerant gegee, maar daar word volstaan met dié van McQuail (1983) en Bittner (1983). Bittner (1983:59) verwys na Groth se vereistes vir 'n ware koerant, naamlik "... being published periodically, mechanically reproduced, accessible, timely, and having varied content with continuity of organization." Hierdie vereistes is egter nie meer absoluut noodsaaklik nie, soos aangedui in Hoofstuk 2. Wat die plaaslike koerant betref, geld die eienskappe van periodisiteit (alhoewel hierdie koerant moontlik slegs weekliks uitgegee mag word) en dat dit meganies gereproduseer word. Hierdie koerant is egter nie toeganklik vir enige persoon nie as gevolg van sy spesifieke inhoud en beperkte verspreidingsgebied. Die eienskappe van aktualiteit en universaliteit kom (indien wel) in beperkte mate by die plaaslike koerant voor. Omdat hierdie blad hoofsaaklik slegs weekliks of twee keer per week verskyn, kan die nuus wat daarin verskyn nie werklik aktueel wees nie. As gevolg van die geografiese grense waarbinne hierdie koerant versprei word, dek dit uit die aard van die saak nie 'n groot verskeidenheid nuusaspekte nie, maar hoofsaaklik dit wat in daardie gebied van belang is. Kontinuiteit met betrekking tot organisasie is wel ter sprake.

Die lees van 'n koerant is 'n individuele, dog openbare aktiwiteit en vorm gevolglik 'n brug tussen die private en openbare. Dit kan ook 'n basis wees vir 'n sterk verhouding met die plaaslike gemeenskap, streek en land, soos later in hierdie hoofstuk aangedui sal word. Die koerant is boodskagesentreer, alhoewel die inhoud verskil ten opsigte van die verskillende tipes koerante (McQuail, 1983:29). Dit is dan juis hierdie verhouding en die inhoud van die plaaslike koerant wat in dié betrokke hoofstuk onder die soeklig kom.

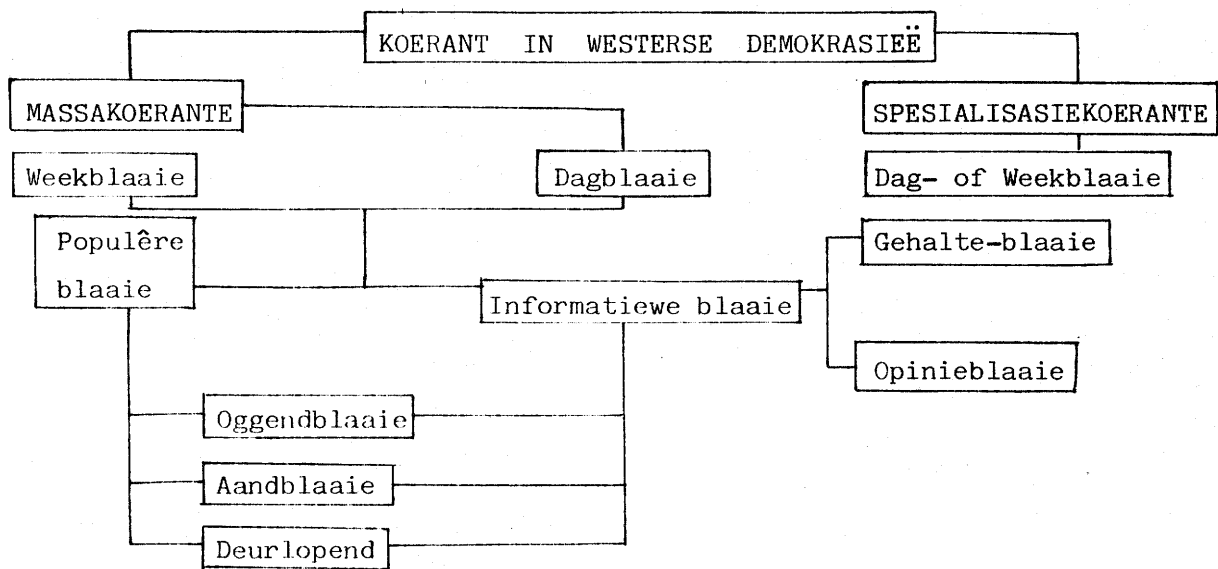
In Hoofstuk 2 is daarop gewys dat die plaaslike koerant 'n kleinskalige massamedium is. Ten einde die plaaslike koerant as 'n spesialisasie of kleinskalige massamedium te bespreek, moet kortliks gelet word op die verskyningsvorme van koerante om so- doende vas te stel waar die plaaslike koerant inpas. Daarna volg 'n omskrywing van die begrip plaaslike koerant en word die aard van die plaaslike koerant bespreek, sowel as sy inhoud, funksies, advertensies en laastens, beheer oor die plaaslike pers.

4.2 VERSKYNINGSVORME VAN KOERANTE

Skrywers het reeds 'n kwart eeu gelede daarop gewys dat koerante, afhange van hul inhoud en tipe lesers waarop die koerant gerig is, verskil (vgl. Mott, 1958:7-8) en Merton (1948) het toe reeds koerantlesers in twee groepe verdeel, naamlik plaaslike en kosmopolitaans (vgl. Weis & Stamm, 1982:60). Verskeie ander skrywers, onder andere McQuail (1983), Picard (1970), Sim (1969) en Vogel & Krabbe (1977) gee breedvoerige omskrywings van die verskillende verskyningsvorme van koerante. Vir die doel van hierdie studie word volstaan met die omskrywing van De Beer (1977).

Volgens De Beer (1977:13-14) kan koerante in die algemeen verdeel word in massa-koerante (dag- en weekblaaie) en spesialisasiekoerante. Onder eersgenoemde word die sogenaamde gehalte-koerante (quality press) en die populêre of massapers (popular press) onderskei. Gehalte-koerante word weer verdeel in informatiewe koerante ("wat alles plaas wat van belang vir die publiek geag word") en opinie-koerante ("wat deur seleksie en aksentplasing hulle tot spesiale groepe rig"), hoewel hierdie verdeling, soos ook dié tussen gehalte- en populêre koerante, teoreties en dikwels vaag is. Die spesialisasie-koerante dien bepaalde streek- of groepbelange, byvoorbeeld plattelandse koerante, studente, finansiële en godsdienstige koerante. Meer resente skrywers soos Bierhoff (1983), Hollander & Stappers (1983), Knulst (1983) en Lichtenberg (1983) verwys egter na kleinskalige massamedia wanneer hulle van hierdie spesialisasieblaaie praat (vgl. Hoofstuk 2). De Beer (1977:14: 1982: 7) gee vervolgens 'n skematiese indeling van koerante wat op bladsy 36 aangedui word.

Uit die voorafgaande deel is dit duidelik dat daar verskille tussen die onderskeie koerante is. Dit is dus logies om te redeneer dat koerante verskil omdat daar 'n aanvraag na 'n spesifieke koerant met 'n spesifieke inhoud is, en as gevolg hiervan het die plaaslike koerant sy beslag gekry. Hierdie koerante het tot stand gekom omdat daar 'n aanvraag en behoefte in 'n sekere groep(e) van die bevolking is. Deur gebruik te maak van hierdie medium word behoefte(s) bevredig, anders sal die individu nie voortgaan om elke week hierdie spesifieke koerant te koop nie. In die volgende paar paragrawe word gepoog om 'n omskrywing van dié tipe koerant te gee.



4.3 OMSKRYWING VAN DIE BEGRIP "PLAASLIKE KOERANT"

Baie min inligting oor die plaaslike pers is beskikbaar. In die meeste handboeke en artikels oor kommunikasie, joernalistiek of die openbare media word die plaaslike koerant as nuusmedium baie kortliks behandel of selfs geïgnoreer. Die meeste inligting in hierdie verband word in buitelandse werke gevind en navorsingbevindings spruit uit buitelandse ondersoeke, maar hierdie inligting kan, met sterk voorbehoude, ook op die Suid-Afrikaanse plaaslike pers toegepas word. Vir die huidige studie kon slegs die proefskrif van De Jager (1979) opgespoor word wat as werklike wetenskaplike studie beskryf kan word. Daar word dikwels na hierdie studie (die eerste in sy soort wat in Suid-Afrika gedoen is) verwys.

In Hoofstuk 2 is reeds 'n onderskeid gemaak tussen grootskalige en kleinskalige massamedia (waaronder die plaaslike koerant as spesialisasiemedium ressorteer). Die kleinskalige massamedium, dit wil sê ook die plaaslike koerant, kan omskryf word as 'n publikasie wat op reëlmatige tye verskyn en wat gerig is op die grotere of kleinere deel van die lokale gemeenskap met die bedoeling om "een brede in de zin van niet thema-spesifieke aandacht te geven aan opvattingen en gebeurtenissen die plaatselijk adekwate publiciteit ontberen" (Bierhoff, 1983:137). Hierdie bepaling kan ook op die Suid-Afrikaanse situasie toegepas word en veral op die plaaslike koerant wat in hierdie studie ter sprake is. Daar kan aangeneem word dat D N S sy ontstaan te danke het aan 'n behoefte aan plaaslike nuusdekking wat nie in dagblaaie gevind word nie.

Robertson & Mott (1965:18) definieer die plaaslike koerante in Amerika as koerante wat gepubliseer word in dorpe met 'n bevolking van minder as 15 000 en Peterson (aangehaal deur Sim, 1969:8) stel dat 'n plaaslike koerant 'n sirkulasie van minder

as 10 000 moet hê. Hierdie bepaling dui eintlik die tipiese omvang en ander eienskappe van die plaaslike koerant aan en kan nie as die limiete van sodanige koerant beskou word nie.

Op eie bodem haal De Jager (1979:13) vir Du Plessis (1978) aan wat plaaslike koerante as volg definieer:

"Koerante wat daaglik, weeklik, of meer as een keer per week binne die grense van 'n bepaalde geografiese gebied uitgegee word, uitsluitlik vir die inwoners van dié geografiese gebied. Die benaming sluit dan 'n koerant in wat een of meer kere per week op 'n plattelandse dorp en onmiddellike distrik uitgegee word. Dit sluit dan ook in 'n koerant - een of meer keer per week uitgegee - vir 'n streek soos die Vaaldriehoek wat vier dorpe omvat, 'n koerant in 'n dorp in 'n stedelike gebied en 'n koerant byvoorbeeld in 'n voorstad van Johannesburg, wat net vir daardie voorstad se inwoners uitgegee word."

Vir die doel van hierdie studie word bogenoemde definisie van die plaaslike koerant aanvaar.

De Jager (1979:151) stel verder dat die plaaslike koerant 'n openbare medium is met dieselfde doelstellings, take en funksies as enige ander openbare medium. Die wesenlikste verskil blyk te wees die terrein waarop of gebied waarin die plaaslike koerant sy invloed laat geld. Hierdie koerant funksioneer en vervul behoeftes in die onmiddellike lewensfeer en dien as medium tot inligting, ordening, oriëntering en vir sekuriteit in daardie kring waarby en waarin die mens die nouste betrokke is, dit beïnvloed en verskaf vermaak (De Jager, 1979:151).

4.4 DIE AARD VAN DIE PLAASLIKE KOERANT

Van Niekerk (1981), Hoofbestuurder van Capro, stel dat die plattelandse pers in Suid-Afrika die voorafgaande 15 jaar dramaties ontwikkel het. Dié groei het ontstaan as gevolg van ontwikkeling in die plattelandse gebiede. Eers was daar sentralisasie en die ontstaan van groot gemeenskappe en toe desentralisasie en die verspreiding van gemeenskappe (vgl. ook De Jager, 1979). Desentralisasie het ook nuwe lewe in ou gevestigde plaaslike koerante geblaas. Plaaslike koerante in die buiteland het ook as gevolg van hierdie redes ontstaan (vgl. Janowitz, 1969; Ward & Gaziano, 1975).

Oys (1981) en Willis (1982) sê dat die plaaslike koerant 'n noodsaaklike kommunikasiemedium is, omdat dit die plattelander bedien in 'n wyse waarop die stedelike koerante nie kan nie, al verskaf hulle 'n bylae. Timbs (1982:4) sluit by hierdie beskouing aan: "Community newspapers have something that city dailies lack - nearness to people". Daarom dien die plaaslike koerant as 'n aanvullende medium en nie as

'n plaasvervangende medium vir die dagblad nie (Janowitz, 1969; Stone & Morrison, 1976).

Skrywers soos Janowitz (1967), Padgett (1982) en Uys (1981) stel dat die plaaslike koerant polities onpartydig staan en eerder as 'n agent vir gemeenskapswelsyn en vooruitgang gesien moet word. Hierdie koerante word hoofsaaklik op Woensdae en Donderdae versprei omdat Vrydae en Saterdag die belangrikste verkoopsdae vir plaaslike besighede is (Janowitz, 1967:41). Die plaaslike koerant wat in hierdie studie ter sprake is, word wel op 'n Woensdag versprei en voldoen gevolglik aan hierdie vereiste van Janowitz (1967).

Die geografiese gebondenheid van die plaaslike koerant (Janowitz, 1967; Olien et al, 1978) bepaal sy inhoud (Stone & Morrison, 1976), oplaag en periodisiteit (Du Plessis, 1974). As gevolg van hierdie gebondenheid word die bestemming van die plaaslike koerant as relatief homogeen beskou (vgl. De Jager, 1979; Janowitz, 1967; Olien et al, 1978; Sim, 1969), omdat die bestemming ongeag sosiale, ekonomiese, kulturele, opvoedkundige en godsdienstige verskille baie gemeen het.

Beperkinge van hierdie geografiese gebondenheid is onder andere 'n kleiner personeel, "verslaggewers" met min of geen joernalistieke opleiding nie, word aangestel (Stone & Morrison, 1976:495), min beskikbare kapitaal en 'n gebrek aan goedkoop langtermyn lenings (Sim, 1969:15).

Mott (1958:18) meen dat die redakteur van die plaaslike koerant minder druk ondervind ten opsigte van die gejaagdheid en druk van die stadskoerante, maar dat hy aan die ander kant streng moet let op plaaslike gebeure. Die redakteur moet sy bestemming gou leer ken, sodat hy hulle, benewens nuus, ook inligting, voorligting en ontspanning kan bied. Hy moet 'n koerant uitgee waarin die nuus en advertensies goed uiteengesit is en 'n sterk persoonlike aanslag het. Die redakteur moet egter altyd in gedagte hou dat hierdie koerant stadig en deeglik gelees word en dat foutte maklik raakgesien en lank onthou word (vgl. Janowitz, 1967:145). Vervolgens word kortliks aandag geskenk aan die inhoud van die plaaslike koerant.

4.5 INHOUD VAN DIE PLAASLIKE KOERANT

In die vorige hoofstukke is daarop gewys dat die koerant sekere funksies verrig om sekere behoeftes te bevredig. Daarom is die inhoud van die koerant weer verbind aan sekere behoeftes of belangstellings, soos bespreek in Hoofstuk 3.

Weis & Stamm (1982) sê dat daar 'n funksionele verwantskap tussen 'n persoon se nuusbelangstellings en sy verbintenis met die gemeenskap waarin hy bly, bestaan. Die

geografiese herkoms van die onderwerp en die relevansie daarvan sal beslissend wees in die vraag of iets van plaaslike belang is (Knulst, 1983:117). Daarom sê McQuail (1983:26) "The more local the connection, the closer the social relationship between receiver and source."

Aansluitend by bogenoemde beskouings, is die onderskeidings ten opsigte van nuuswaardes wat 'n rol speel by die bepaling van die plaaslike koerant se inhoud. De Beer (1977:39-45; 1982:4-6) dui aan dat nuuswaardes in sekere temas groepeer kan word. Die belangrikste hiervan kan gereduseer word tot twee dimensies, naamlik afstand en intensiteit, dit wil sê waar afstand (ontvanger-kant) beskryf kan word as die ontvanger se persepsie van sy betrokkenheid in terme van afstand in tyd, ruimte en sosio-psigiese sin van die gebeurtenis en intensiteit (gebeurtenis-kant) as die uitwerking van die gebeurtenis op die status quo van die samelewing, en die omvang en ongewoonheid daarvan in terme van die ontvanger se persepsie.

In hierdie studie het veral twee aspekte van nuuswaarde op die plaaslike koerant betrekking, naamlik afstandsdimensie in terme van ruimte en afstandsdimensie in sosio-psigiese sin. Beide dui op die belangrikheid van gebeurtenisse wat ná aan die ontvanger is. Omdat die plaaslike koerant daarop gerig is om die gemeenskap rondom hom te weerspieël, bepaal hierdie twee aspekte grootliks die inhoud van die koerant terwyl die intensiteitsdimensie bepaal hoeveel ruimte aan 'n berig afgestaan sal word.

Stone & Morrison (1976:494) sê dat die plaaslike koerant in voorkoms baie ooreenstem met die dagblad en dat die indeling van berigte en artikels dikwels ooreenstem. Hierdie bewering kom weer in Hoofstuk 7 ter sprake na afloop van die inhoudsontleding op D N S. Die inhoud hou egter verband met die belangstellings van die lesers: "To a large extent the tastes and interests of that wide audience determined the content of the media" (Rao, 1971:32). Gevolglik handel die meeste van die nuus oor sosiale gebeurtenisse en sport, met relatief min ruimte wat afgestaan word aan nasionale en internasionale nuus (Olien et al, 1978:449). Winford (1978:138) sluit hierby aan en het ook gevind dat lesers van die plaaslike koerant (a) hierdie koerant gereeld lees vir inligting oor plaaslike owerhede en dat (b) plaaslike koerante deur 'n groter persentasie as enige ander medium vir plaaslike nuus gebruik word.

In teenstelling met die opponerende, konfronterende en kompeterende aard van die dagblad, is die plaaslike koerant eerder positief interakterend. In dié verband formuleer Hollander & Stappers (1983:109) die styl van die plaaslike koerant as "articulering, meningsvorming, uitwisseling van ideë en discussie". Belangrik

egter is die feit dat hierdie blaaie meer persoonlik en informeel van aard is en grondig deur die hele gesin gelees word en die hele week lank in die huis bly rondlê (Lindsay, aangehaal deur Sim, 1969:43; Picard, 1970:70). Omdat die plaaslike koerant die leser as geheel in sy eie geografiese gebied as globale mens raak, het dit dus 'n meer intensiewe leser (De Jager, 1979:99).

Ten opsigte van die redaksionele gedeelte vestig Lichtenberg (1983:122) die aandag daarop dat hier nuus verskaf word en wel agtergrondinligting of kommentaar, met die klem op plaaslike gebeure of bepaalde maatskaplike vraagstukke of op bepaalde groepe in die samelewing. Myrick (1982:9) dui aan dat, indien die koerant wel 'n hoofartikel het, dit selde oor kontemporêre sake handel.

De Jager (1979:175) verwys na Roesgen (1972) wat beklemtoon dat persoonlike beriggies, sosiale nuus en motorongelukke nie meer die enigste is waaroor die plaaslike pers behoort te skryf nie. Glansberigte, kontroversiële nuus, ondersoekende beriggewing en lewendige plaaslike nuusfoto's moet ook in die plaaslike koerant verskyn.

4.6 ENKELE SPESIFIEKE FUNKSIES VAN DIE PLAASLIKE KOERANT

In die vorige hoofstukke is reeds na 'n hele aantal funksies wat die koerant kan verrig, verwys. Hierdie funksies is almal in 'n mindere of meerdere mate op die plaaslike koerant van toepassing. In die volgende paragrafe word 'n paar funksies, wat spesifiek betrekking het op die plaaslike koerant, uitgelig, aangesien dit 'n aanduiding gee van die rol van die plaaslike koerant in sy gemeenskap.

Volgens die Memorandum van die Provinsiale Pers Afdeling van die NPU van Suid-Afrika (1981:4) kan die rol van die plaaslike koerant as volg gesien word: "... to provide a forum for all local and regional news, to expose irregularities in local community life and local government, to publicise and promote matters beneficial to its community and to promote development for its area of coverage." Hierdie beskouing stem in wese ooreen met dié van Jackson (1971) soos aangehaal deur De Jager (1979:193).

Die vernaamste funksie van die plaaslike koerant bly egter om plaaslike gebeure te weerspieël, daarom kan dit gesien word as "holding up a mirror to the community" (Edelstein & Schulz, 1964:235). Verskeie skrywers, onder andere Adams (1981), Grotta et al, 1975, Jackson (1982), Olien et al (1978) en Willis (1982) onderskryf die belangrikheid van hierdie funksie om inligting oor plaaslike gebeure te verskaf. 'n Interessante bevinding van Grotta et al (1975) en Stone (1977) is dat advertensies ook as plaaslike nuus beskou word, omdat dit inligting gee oor waar om te

koop en die lesers ingelig hou oor gebeure en aktiwiteite van plaaslike aard.

De Jager (1979: 175 & 186) stel dat die plaaslike koerant, soos die dagblad, 'n invloed het op die gemeenskap se gespreksonderwerpe en ook 'n belangrike rol speel in die handhawing van openbare orde en bekamping van paniek in noodsituasies. Mott (1958:18) skryf die volgende funksies toe, naamlik die handhawing van 'n gelukkige gees in die gemeenskap en die verbetering en bevordering van die algemene publieke welsyn. Verskeie skrywers, onder andere Breed (1967), Donohue et al (1973), Dreschel, Netteburg & Aborisade (1980), Janowitz (1967), Lerner (1966), Olien et al (1978), Stone & Mazza (1977), Ward & Gaziano (1975) en Vidich & Bensman (1958) beklemtoon hierdie bevordering van konsensus en die vermyding om konflik te rapporteer.

Jackson (1982:57) het gevind dat voorstedelike koerantlesers hul kontak met die stad deur middel van dagblaaie behou. Indien hierdie persone wel 'n plaaslike koerant lees, toon hulle min belangstelling in verenigings, organisasies, formele aktiwiteite en ander sosiale instellings (skole uitgesluit) wat in hierdie plaaslike koerant gerapporteer word. Ondersoeke het ook getoon dat nuwe intrekkeers die plaaslike koerant lees om ingeskakel te word in die gemeenskap (vgl. Jackson, 1982; Janowitz, 1967; Weis & Stamm, 1982) en dat die hoogste gebruik van hierdie koerante deur getroude mense tussen 30 en 60 jaar en die laagste gebruik deur ongetroude persone jonger as 30 jaar, was (Adams, 1981).

Wat hofverslaggewing betref, het Ericson (1977:605) gevind dat hierdie verslaggewing onvoldoende was en dat lesers soms net een kwart van 'n storie kry. 'n Ander interessante bevinding was dié van Grotta et al (1975) dat die inhoud van die plaaslike koerante nie altyd korreleer met die respondente se siening van die funksies van die koerant nie, omdat dit baie nie-plaaslike nuus bevat het. Beide hierdie stellings van Ericson (1977) en Grotta et al (1975) kom weer ter sprake in Hoofstuk 7 na afloop van die inhoudsontleding wat op D N S gedoen is, om te bepaal of dit ook op hierdie plaaslike koerant van toepassing is.

Ten spyte van die funksies wat die plaaslike koerant verrig, is daar ook 'n leemte in hierdie verband, soos Olien et al (1978:446) dit stel: "With its nearly exclusive concentration on the local scene, the weekly community paper leaves a functional void in the reporting of the larger social systems." Hier hoef egter nie met Olien-hulle saamgestem te word nie, want die doel van die plaaslike koerant is dan juis om slegs die sosiale sisteem waarvan hy deel is, te bedien. Indien die plaaslike koerant die groter sosiale sisteem gaan betrek, dien hy nie meer sy doel as 'n koerant wat gerig is op 'n bepaalde bestemming binne sekere geografiese grense

nie, maar word dit 'n massakoerant wat hierdie groter sosiale sisteem (waarvan hy deel is) bedien.

'n Verdere belangrike funksie van die plaaslike koerant is dat dit 'n belangrike en noodsaaklike draer van advertensies is. De Jager (1979:8) stel dat die plaaslike koerant vanweë persoonlike aard en geografiese gebondenheid 'n eiesoortige rol in die bemarkingskommunikasie-opset van die land speel. Daarom word in die volgende afdeling aandag aan hierdie funksie gegee.

4.7 ADVERTENSIES

Burke (1973:7) definieer advertensies as 'n verkoopsgeselskap gerig op die massabestemming wat poog om deur middel van oorrading, goedere of dienste of idees te verkoop. Wolseley & Campbell (1957:115) sluit hulle hierby aan en stel dat koerantadvertensies baie effektief is om handelsware aan verbruikers te verkoop "wanneer hulle dit wil koop".

Volgens De Jager (1979:65) is die doel van advertensies om:

"... sakedoelstellings in ooreenstemming met die onderneming se doelstellings - maksimumwins, stabiliteit, groei - te bereik, en om die produk of onderneming te bevorder (promote). Dit is om huidige of toekomstige verkope te bewerkstellig of moontlik te maak, of om die onderneming so bekend en hoog geag te maak dat dit beskou word as 'n goeie onderneming om sake mee te doen."

De Jager (1979:58) stel dit duidelik dat die plaaslike koerant as advertensiemedium 'n duidelik omskrewe rol in die opset van bemarkingskommunikasie het, 'n rol wat hy meer ekonomies en gevolglik meer doeltreffend as enige ander kommunikasie-medium kan vervul. Die rede hiervoor kan toegeskryf word aan die klein fisiese afstand tussen die adverteerder en die leser (De Jager, 1979:100).

By kleinskalige persorgane vorm die advertensie-opbrengs die belangrikste bron van inkomste (Lichtenberg, 1983:129) en is hierdie advertensie-inkomste gewoonlik hoog in verhouding met die sirkulasie (Stone & Morrison, 1976:495). Hohenberg (1973:44) stel dat 'n koerant uit ongeveer 60 % advertensies moet bestaan om ekonomies bedryfbaar te wees, maar dat hierdie beskikbare hoeveelheid advertensies weer die volume van die koerant bepaal. In die New Jersey Hooggeregshof is bepaal dat 'n kriteria van 35 % nuusinhoud nodig is om te onderskei tussen "bona fide" koerante en "advertensie-agente" (Hunt & Cheney, 1982:137). Dit blyk dat daar in Suid-Afrika geen bepaling is wat die persentasie advertensiebelading in 'n koerant bepaal nie, maar dat dit 'n interne reëling van die koerant self is. Die algemeen

aanvaarde verhouding is ongeveer 60 % en 65 % advertensies teenoor 40 % en 35 % nuus (vgl. bevindinge ten opsigte van D N S se nuusinhoud in Hoofstuk 7).

Drie soorte advertensies kom in plaaslike koerante voor, naamlik nasionale, plaaslike en geklassifiseerde advertensies. Nasionale advertensies beslaan heelwat ruimte, beteken groot kontrakte en hoë inkomste. Dié advertensies behels produkte of dienste wat landwyd verkrygbaar is, en word deesdae meer dikwels in plaaslike koerante aangetref omdat dié adverteerders al hoe meer bewus word van die belangrikheid van die plaaslike koerant as kommunikasiemedium. Die plaaslike pers kan gevolglik gesien word as "The ideal point of sale medium to back up national advertising" (Media Brief, 1981:16).

Van Niekerk (1981) rangskik die grootste nasionale adverteerders in die plaaslike pers in volgorde van belangrikheid, op die volgende wyse: (1) kettingwinkels, (2) motorhandelaars, (3) finansiële instansies, (4) werwingsadvertensies, (5) landbou en (6) algemeen. Dit blyk dus dat nasionale adverteerders die plaaslike koerant as 'n effektiewe advertensiemedium beskou, anders sou hulle nie daarin adverteer nie. Bittner (1983:55) het egter gevind dat motorvervaardigers in Amerika neig om hul advertensies te onttrek en meer te konsentreer op stedelike dagblaie en televisie. Hierdie tendens is nog nie in Suid-Afrika bespeur nie.

Engelbrecht (1973:9) stel dat plaaslike advertensies streekgebonde is en dus die meeste in die plaaslike koerant voorkom. Hier adverteer 'n plaaslike onderneming sy produk of dienste, omdat hy beperk is tot 'n spesifieke dorp of streek. Die landwyse koerant het 'n groter sirkulasie as die plaaslike koerant, maar binne sy sirkulasiegebied het die plaaslike koerant 'n groter getal lesers, terwyl sy advertensietariëwe laer is (Bittner, 1983:53; Engelbrecht, 1973:9). De Jager (1979) huldig dieselfde opinie as hierdie twee skrywers en beklemtoon die belangrikheid van die begeerte van die plaaslike handelaar om sy klante binne sekere geografiese grens(e) te bereik. Dit is belangrik dat die adverteerder fisies bereikbaar is (vgl. De Jager, 1979; Du Plessis, 1974; Olien et al, 1978).

'n Derde tipe advertensie wat in die plaaslike koerant voorkom, is die geklassifiseerde advertensies wat kan wissel van advertensies wat heelwat ruimte in beslag neem tot kleintjies. Hierdie advertensies val gewoonlik onder spesifieke hofies en lewer 'n betaalde diens aan lesers. Verpligte geregtelike advertensies val ook hieronder (Engelbrecht, 1973:9).

Media Brief (1981:16) stel dat die plaaslike pers een van die mediagroepes is wat die vinnigste groei. Dit omvat 4,6 % van die advertensiewese, dit wil sê ongeveer

R25 miljoen per jaar. Capro verteenwoordig sowat 90 % van hierdie ongeveer 125 publikasies in hierdie sektor, en is gevolglik die vernaamste nasionale advertensie-agente vir die plaaslike pers.

Verbandhoudend met die plaaslike pers is die verskynsels van weggeemedia wat in Suid-Afrika ook sterk na vore tree (vgl. Albrecht, 1982) maar nog nie naastenby die afmetings aanneem soos wat dit in Europa aangetref word nie (vgl. Hunt & Cheney, 1982; Ward & Gaziano, 1975; Sim, 1969). Aangesien hierdie medium egter 'n studieterrein in eie reg is, word dit slegs genoem dat dit met die plaaslike koerant verband hou. In hierdie studie gaan dit spesifiek om verkoopte plaaslike koerante wat deur sekere liggame beheer word, soos in die volgende paar paragrawe aangedui word.

4.8 BEHEER

Net soos by alle koerante is daar ook liggame wat die plaaslike koerante beheer en bemaking van advertensieruimte koördineer. In Suid-Afrika is daar twee organisasies wat na hierdie koerante se belange omsien. Dié organisasies is Capro Ltd., die Sentrale Bemakingsorganisasie van die Plaaslike Pers in Suid-Afrika en die Provinsiale Afdeling van die Persunie van Suid-Afrika.

4.8.1 Provinsiale Afdeling van die Persunie van Suid-Afrika

Lede van die Nuusblad-Persunie word onder die volgende afdelings geklassifiseer na aanleiding van die bepaalde publikasie(s):

- (a) Stedelike koerante
- (b) Provinsiale Pers wat beskou moet word as lede wat koerante druk buite die stedelike gebiede van Kaapstad, Port Elizabeth, Oos-Londen, Durban, Pietermaritzburg, Bloemfontein, Kimberley, Johannesburg en Pretoria
- (c) Tydskrifte en periodieke pers (periodicals) (Konstitusie van die NPU, 1978).

Volgens Uys (1981) is die Persunie verteenwoordigend van die Pers in Suid-Afrika, omdat byna alle koerante (stedelike dag- en weekblaaie, asook provinsiale koerante) en tydskrifte vrywillig aan dié organisasie behoort. (In hierdie studie word van plaaslike koerante en nie provinsiale koerante gepraat nie). Die NPU se oogmerk is om die belange van alle koerante en tydskrifte in die land te bevorder, terwyl die Provinsiale Afdeling spesifiek omsien na die belange van die plaaslike pers in Suid-Afrika. Dié afdeling word verteenwoordig deur verskillende afgevaardigdes van plaaslike koerante. Die hoofdoelstellings van hierdie afdeling van die NPU kan as volg omskryf word: (a) om die doelstellings en mikpunte van die NPU te bevorder

en aan te moedig (b) om die belange van die koerante, wat lid is van die Provinsiale Persafdeling, te bevorder en aan te moedig (Memorandum van die NPU, 1981).

Op 31 Maart 1983 was daar 81 koerante wat lid was van die Provinsiale Persafdeling van die NPU en die getalle ten opsigte van die verskillende provinsies is as volg: Kaapprovinsie: 29; Transvaal: 29; Natal: 10; Oranje-Vrystaat: 7 en Suidwes-Afrika: 6 (Ledelys van NPU soos op 31 Maart 1983).

4.8.2 Capro Ltd.

Die doel van Capro word duidelik in Media Brief (1981:16) uiteengesit:

"The original objective of Capro still remains: to canvass and administer national advertising on behalf of its members. In doing so Capro endeavours to provide a one stop/one copy instruction service for agencies and advertisers wishing to use Provincial newspapers."

Daarom meen Uys (1981) dat die toekoms van die plaaslike pers gegrond is op die advertensietoekoms wat onder andere in Capro se hande rus. Een voordeel wat hierdie pers teenoor die stedelike media het, is dat hulle nie soseer met die elektroniese media hoef mee te ding nie.

Capro Ltd. is 'n beperkte maatskappy waarvan die aandele gekoop moet word en dit verteenwoordig die koerante op 'n kommissiebasis. Dit is nie-winsgewend van aard in die opsig dat 'n rabat van die kommissie wat behaal is in goeie finansiële jare weer terugbetaal word, sê Van Niekerk (1981). Aandeelhouding in Capro is per koerant en nie per maatskappy nie, en 'n minimum van 50 aandele moet gehou word. Capro het die afgelope 10 jaar 'n gemiddelde groei van ongeveer 30 % per jaar gehandhaaf (Van Niekerk, 1981).

4.9 SAMEVATTING

Die plaaslike koerant beklee 'n belangrike rol in die massakommunikasiestruktuur van ons land, alhoewel sy potensiaal nog nie ten volle benut word nie. Dit is en bly 'n eiesoortige medium met 'n eiesoortige rol.

In die voorafgaande gedeelte is aangedui waar die plaaslike koerant inpas in die verskeie verskyningsvorme van koerante. Dit het ook geblyk dat die plaaslike koerant in 'n groot mate van ander koerante verskil ten opsigte van sy aard, inhoud en funksies wat dit verrig. Die plaaslike koerant speel 'n belangrike rol ten opsigte van advertensies in sy gemeenskap en dit blyk dat die weggeemedia in toenemende

mate 'n belangrike rol as advertensiemedium begin speel. Laastens is daarop gewys dat daar liggame is wat die plaaslike koerante beheer en bemarking van advertensieruimte koördineer. Hierdie twee liggame is die Provinsiale Afdeling van die Persunie van Suid-Afrika en Capro Ltd., die Sentrale Bemarkingsorganisasie van die Plaaslike Pers in Suid-Afrika.

DIE NOORDELIKE STEM (D N S)

5.1 ONTSTAAN EN ONTWIKKELING

Kroonstad en die omliggende dorpe beskik al meer as 80 jaar oor 'n eie koerant. Die spesifieke datum van die eerste uitgawe is onbekend aangesien 'n groot aantal van die eerste eksemplare vernietig is. Gevolglik was dit problematies om inligting oor die ontstaan en ontwikkeling van hierdie koerant te kry.

In 'n publikasie, Kroonstad Eeufees (Germishuys, 1955:107) ter viering van Kroonstad se 100-jarige bestaan, word die ontstaan en ontwikkeling van die koerant uiteengesit, alhoewel die datum van die eerste uitgawe onder verdenking staan.

"Die Kroonstad Times is in Maart 1903 deur C.A. Strecker gestig met geld wat hy uit 'n militêre kontrak gemaak het. Kort daarna het mnr. H. Dyter die destydse Kroonstad Gazette begin uitgee en in 1916 het hy die Kroonstad Times oorgeneem. Teen ongeveer 1922 is oorgeskakel van Hollands na Afrikaans as skryftaal, nadat hierdie koerante van beide Hollands en Engels as skryftaal gebruik gemaak het.

Met die eenwording van die Kroonstad Times en die Kroonstad Gazette, het Dyter 'n dubbelverdiepinggebou in Crossstraat aangekoop waarin dié koerant gehuisves is.

Die Kroonstad Times is in Januarie 1944 deur die OVS Afrikaanse Pers Beperk oorgeneem en die naam is verander na Die Noordelike Stem/The Northern Times, en sedert 1948 word hierdie koerant in tabletformaat uitgegee.

Op 8 Desember 1948 is die huidige gebou in Murraystraat betrek en in Julie 1950 is die Goudveldse Nuus/Goldfields Express in Odenaalsrus ook deur die OVS Afrikaanse Pers Beperk in Kroonstad uitgegee.

Hierdie weekblad het bestaan tot in Desember 1953 toe dit met Die Noordelike Stem/The Northern Times geamalgameer het. Hierdie geamalgameerde koerant, Die Noordelike Stem/Goudveldse Nuus het oorspronklik die Noord- en Noordwestelike Vrystaat op Dinsdae en Vrydae met plaaslike nuus in Afrikaans en Engels bedien."

Hierdie koerant is in 1966 deur Perskor Beperk oorgeneem.

5.2 D N S IN SY HUIDIGE VORM

Vandag is Die Noordelike Stem/The Northern Times, of die Stem/Times soos hy in die algemene spreektaal bekend staan, 'n plaaslike koerant wat 'n belangrike rol

in sy gemeenskap vervul. Hierdie tweetalige koerant (85 % Afrikaans en 15 % Engels, redaksioneel sowel as advertensies) word weekliks op Woensdae uitgegee en het 'n sirkulasie van ongeveer 4 400 eksemplare per week (Februarie 1983). Die sirkulasiegebied (soos aangedui op die voorblad van D N S) sluit die volgende Vrystaatse dorpe en distrikte in: Kroonstad, Viljoenskroon, Bothaville, Koppies, Lindley, Steynsrus, Edenville, Rooiwal en Bethlehem. By nadere ondersoek het dit egter geblyk dat geen eksemplare op Rooiwal en Bethlehem versprei word nie. ('n Voorbeeld van D N S se voorblad word as Bylae A getoon.)

Die koerant word hoofsaaklik in swart en wit gedruk, maar op 11 Augustus 1982 het die eerste volkleur foto op die voorblad verskyn - 'n geruime tyd voordat 'n dagblad soos Die Volksblad na kleur oorgeskakel het. Hierdie kleurgebruik is egter beperk tot die voorblad en enkele nasionale advertensies, aangesien kleurskeidings van Johannesburg afkomstig is omdat Perskor OVS Beperk nie oor die nodige toerusting beskik om die kleurskeidings plaaslik te doen nie. Hierdie kleurgebruik het 'n aanvanklike styging in sirkulasiesyfers veroorsaak, terwyl die koerante ook vinniger verkoop het. Die kleurfoto's wat hoofsaaklik op die voorblad gebruik was, was van jong dames in swemdrag, gevolglik kan die verhoogde sirkulasie nie suiwer aan die gebruik van kleur toegeskryf word nie. Hierdie foto's het tot groot polemik, wat etlike weke geduur het, gelei. Die polemik was nie tot die briewekolom beperk nie, aangesien die redaksie van hierdie koerant die voorblad gebruik het om hul standpunt te stel. Hierdie toutrekkery tussen die redaksie en die publiek (veral organisasies en verenigings) het groot belangstelling gaande gemaak en die bevinding van Janowitz (1967:77) gesteun dat die trefkrag van polemik verhoog wanneer die redaksie standpunt daaroor inneem.

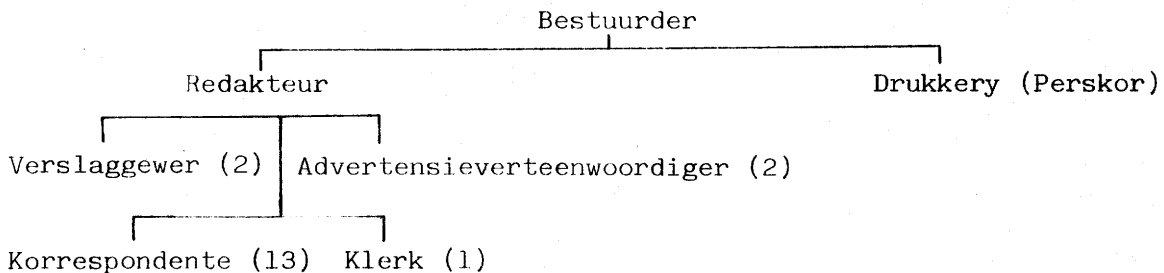
Die koerant in tabletformaat, was eers gedruk in ses kolom met 'n breedte van 10 ems en 'n lengte van 40 cm, maar op aanbeveling van die NPU is op 8 Januarie 1982 oorgeskakel na sewe kolom met 'n breedte van 8½ ems en 'n lengte van 40 cm. Die verkoopprijs (Februarie 1983) is 15c per eksemplaar, met 'n drukkoste van 86c per eksemplaar vir 4 400 eksemplare. Van die 4 400 koerante wat weekliks gedruk word, word ongeveer 50 % in kafees verkoop, 40 % deur straatverkopers, 5 % word aan dorpe buite Kroonstad versprei en 5 % van die koerante word aan intekenaars gelewer.

D N S is 'n koerant met 'n bestendige groei - 19 % sirkulasiegroei die afgelope tien jaar en 'n groei van 28 % in advertensie-inkomste sedert Augustus 1982 tot Februarie 1983, waarvan ongeveer 18 % nasionale en 10 % plaaslike advertensies verteenwoordig. Met die opening van die Pick-en-Pay kompleks in Oktober 1982, was daar 'n sirkulasiestyging van 9 % wat sedertdien weer gestabiliseer het.

5.3 STRUKTUUR

D N S se kantore is gesetel in 'n dubbelverdiepinggebou in Murraystraat, Kroonstad en die koerant word gedruk en versprei deur Perskor OVS Beperk wat in dieselfde gebou gehuisves word. Die personeelstruktuur van D N S word skematies in Figuur 5.1 aangedui (die aantal persone werksaam in elke afdeling word tussen hakies aangedui. Aangesien Perskor OVS Beperk, benewens koerante, ook kommersiële drukwerk onderneem, word dié betrokke maatskappy se personeelstruktuur nie uiteengesit nie.

Figuur 5.1
Personeelstruktuur van D N S



Uit bostaande figuur blyk dit dat D N S 'n klein personeel het, en dit strook met die stellings van onder andere De Jager (1979) en Stone & Morrison (1976) dat die plaaslike koerant 'n redelike klein redaksie het. Alhoewel hierdie 'n tweetalige koerant is, is die verslaggewers Afrikaanssprekend. Dertien korrespondente (waarvan sommige Engelssprekend is) doen vryskutwerk vir D N S. (Die Bestuurder is in diens van Perskor OVS Beperk).

5.4 BELEID

Volgens mnr. F.J. Pretorius (1982) voormalige algemene bestuurder van D N S, kan die beleid en uitgangspunt van die koerant as volg gesien word:

"Ons beleid is eenvoudig: om in elke opsig te veg vir die belange van ons eie gemeenskap. Vir sy sakemanne; vir sy boere; vir sy professionele mense; vir vakkliënte; kortom vir elke inwoner in Kroonstad en omliggende dorpe wat 'n spreekbuis nodig het om sy standpunt of idees of sy lofbetuiginge of sy griewe na buite te dra. En daarby nog om die streek se potensiaal bekend te stel; om die owerhede te wys op tekortkominge in die dienste in die streek; om 'n groepsgees te bevorder waardeur al die inwoners in noodsaaklike projekte kan saamwerk, tot voordeel van die hele gemeenskap."

Pretorius (1982) meen ook dat dit vir die ontwikkeling van elke streek nodig is om die potensiaal te hê vir ontginning; tweedens dat hy opgerolde moue moet hê,

en derdens dat hy 'n sterk spreekbuis moet hê. Veral in hierdie opsig is die Noord-Vrystaat goed voorsien in die sin van 'n koerant soos D N S. Min mense besef egter dat hulle met groot vrug van hierdie koerant gebruik kan maak. Hierdie koerant wil hê dat elke leser van sy streek dié koerant as 'n vriend beskou, want "hoe groter ons leserskring, hoe groter word ons trefwydte, hoe invloedryker ons stem" (Pretorius, 1982).

5.5 ORGANISASIE

As 'n mens kyk na die organisasie van die koerant, stem dit in wese ooreen met die groter dagblad, alhoewel daar verskille voorkom as gevolg van die klein personeel, kleiner sirkulasie en omdat dit slegs weekliks verskyn.

Benewens sy eie verslaggewers maak D N S gebruik van 'n aantal korrespondente op omliggende dorpe wat die nuuswaardighede en foto's per pos of trein aan die koerant stuur. Soms word dringende berigte per telefoon aan die redaksielede oorge- dra.

Wat advertensies betref, word nasionale advertensies deur Capro Ltd. gewerf (Hoof- stuk 4) terwyl plaaslike advertensies van plaaslike besighede soms outomaties na die koerant kom, óf deur die advertensieverteenwoordiger gewerf word. Hierdie advertensieverteenwoordiger besoek soms die dorpe binne die sirkulasiegebied om advertensies te werf, maar handel soms hierdie taak telefonies af. Geklassifiseer- de advertensies word gewoonlik deur die lesers self geplaas.

Die koerant maak 'n geruime tyd reeds gebruik van die litho-drukproses, maar die loodproses word nog gebruik vir die proewe van advertensies. Die koerant word ge- durende Dinsdae (ook snags) gedruk en op Woensdae om ongeveer 08h00 begin die verspreiding daarvan.

Benewens D N S en Vista (plaaslike koerant vir Welkom en die Goudveld) onderneem Perskor OVS Beperk ook kommersiële drukwerk wat 'n verdere bron van inkomste is.

5.6 MENINGSPEILING

'n Aantal leiersfigure in Kroonstad is genader om 'n opinie te lug oor die plek en rol van D N S as plaaslike koerant in hierdie bepaalde dorp. Hul reaksies word kortliks uiteengesit:

Die stadsklerk van Kroonstad:

"Die plaaslike koerant vervul basies twee funksies: eerstens om primêr plaaslike nuus onder die aandag van die plaaslike gemeenskap te bring en tweedens dien dit as 'n advertensiemedium. As advertensiemedium vervul dit sy funksie goed, maar as 'n inligtingsmedium faal D N S in sy berigging. Te veel aandag word aan sosiale nuus gegee, terwyl die werklik aktuele nuus vir die gemeenskap nie geplaas word nie. Die munisipaliteit is die plaaslike regering en die welsyn van die plaaslike gemeenskap hang daarvan af. Die munisipaliteit beskik nie oor die middele om belangrike nuus aan die gemeenskap oor te dra nie, daarom maak hy van die plaaslike koerant gebruik. Die koerant publiseer egter baie min van hierdie inligting."

Ouditeur en voorsitter van die Afrikaanse Sakekamer:

"Die doel van D N S is om plaaslike nuus oor te dra aan die gemeenskap waarin hy funksioneer. Ek lees nie hierdie koerant nie, omdat dit te veel aandag aan sosiale nuus gee. My tyd is beperk en daarom lees ek Die Volksblad wat die nuus bied waarin ek belang stel, naamlik nasionale en internasionale nuus, asook finansiële nuus."

Prokureur, verbonde aan kulturele verenigings en sportklubs:

"Uit professionele oogpunt lewer D N S 'n diens ten opsigte van die plasing van geregtelike- en eiendomsadvertensies, alhoewel hofverslaggewing ondoeltreffend is. Die verslaggewers woon nie die sake by nie, maar kry die inligting uit klagstate wat veroorsaak dat daar nie volledige berigging plaasvind nie. Meer aandag moet aan munisipale nuus gegee word, aangesien die publiek nie kennis dra van Raadsbesluite nie. Ek verkies egter Die Volksblad as gevolg van die wyer nuusdekking wat dit bied."

Skoolhoof en oud-burgemeester:

"Die berigging in D N S was nog altyd objektief en wanneer kritiek uitgespreek is, was dit opbouend en nie afbrekend nie. Hierdie koerant dien as skakel tussen die Stadsraad en die publiek - 'n funksie wat op baie doeltreffende wyse vervul word. Dit is egter jammer dat mens van sommige organisasies en verenigings, minder as van ander lees, aangesien die publiek deur middel van die koerant op die hoogte wil kom van al die aktiwiteite van al die organisasies en verenigings in die dorp. Wat skolenus betref, dra D N S 'n groot deel by om die beeld van skole uit te dra na die breë publiek. D N S verrig egter sy primêre taak en funksie, naamlik om 'n diens in Kroonstad te lewer, na die beste van sy vermoë en lewer 'n waardevolle diens aan Kroonstad en al sy inwoners."

Uit die voorafgaande gedeelte kan afgelei word dat, alhoewel D N S sekere beperkinge het, dit nogtans gesien word as 'n medium wat sekere belangrike funksies in sy gemeenskap verrig.

5.7 SAMEVATTING

In hierdie hoofstuk is kortliks gelet op die ontstaan en ontwikkeling van D N S en hoe hierdie plaaslike koerant in sy gemeenskap funksioneer. Uit 'n kort meningspeiling kon afgelei word dat hierdie koerant wel sekere leemtes openbaar, maar dat dit nogtans gesien word as 'n belangrike kommunikasiemedium in sy betrokke verspreidingsgebied.

In die volgende hoofstuk word 'n bondige literatuuroorsig en uiteensetting van die empiriese studies gegee, en daarna word 'n inhoudsontleding en lesersopname van D N S bespreek.

EMPIRIESE STUDIES

6.1 INLEIDING EN MOTIVERING

Uit 'n literatuurondersoek het dit geblyk dat daar in Suid-Afrika nog nie 'n empiriese bestekopname van 'n gegewe plaaslike koerant gemaak is nie en ook nie in watter mate dit aan die teoretiese vereistes, van toepassing op die plaaslike koerant, voldoen nie. Verskeie soortgelyke studies is reeds in die buiteland onderneem en die beskikbare literatuur toon interessante bevindinge en veronderstellinge.

Om dus te bepaal of die literatuur van die buitelandse teoretiese en empiriese studies, asook beperkte inligting op plaaslike vlak, empiries gesubstansieer kan word, is in hierdie betrokke studie twee empiriese ondersoeke, naamlik 'n inhoudsontleding en lesersopname van 'n gegewe plaaslike koerant, geloods.

In die volgende aantal paragrawe word kortliks gewys op bevindinge en veronderstellinge soos voortspruitend uit die eerste vier hoofstukke. Daarna word kortliks gelet op die uitgangspunte met betrekking tot die inhoudsontleding en die lesersopname. Aangesien daar in die voorafgaande hoofstukke noukeurige verwysings van bronne aangedui is, word dit in hierdie hoofstuk, wat as 'n bondige samevatting gesien kan word, nie herhaal nie.

6.2 LITERATUUROORSIG

Uit die voorafgaande literatuuroorsig het dit in Hoofstuk 2 geblyk dat die plaaslike koerant 'n vorm van kleinskalige massakommunikasie is. Hierdie kleinskalige massakommunikasievorme is blaai wat minder gereeld en in 'n gebied met 'n kleiner omvang as dagblaaie, verskyn. Dit verskil gevolglik van grootskalige massakommunikasievorme ten opsigte van hul verspreidingsgebied, inhoud van hul boodskappe en doel van die kommunikasie.

By beide grootskalige en kleinskalige massakommunikasievorme het 'n mens te doen met 'n institusionele kommunikator, 'n bestemming en medium wat belangrike komponente van die kommunikasieproses vorm. Daarbenewens is eienskappe soos aktualiteit, universaliteit, periodisiteit en openbaarheid by beide kommunikasievorme teenwoordig, alhoewel duidelike aksentverskille voorkom.

Die media verrig 'n groot verskeidenheid funksies wat 'n effek op die ontvangers van die boodskap kan hê, alhoewel dit ook verskil ten opsigte van die plaaslike koerant. So kan verwag word dat die plaaslike koerant ten opsigte van inligting hoofsaaklik plaaslike nuus sal verskaf en min of geen nasionale en internasionale nuus nie en ontspanningsmateriaal sal minder voorkom. Indien tendensstelling voorkom, sal dit handel oor plaaslike sake en gebeure, omdat die plaaslike koerant hoofsaaklik polities neutraal staan. Wat die opvoedingsfunksie betref, speel die plaaslike koerant 'n belangrike rol ten opsigte van sosialisering; advertensies (reklame) is 'n belangrike bron van inkomste en word gesien as "nuus" oor plaaslike gebeure; vertolking mag voorkom in hoofberigte of verskuil in die berigte self, terwyl polemieë in 'n groot mate vermy word.

Die effek van massakommunikasie verwys na die gevolge van hierdie tipe kommunikasie. Massakommunikasie word as 'n bydraende en nie as 'n enkele oorsaak in die proses om bestaande omstandighede te versterk, beskou nie. Daarom is selektiewe blootstelling en versterking nou verbonde aan mekaar.

Uit die oorsig van die gebruik-en-beloningbenadering het dit geblyk dat die media ten dele hul voortbestaan te danke het aan die feit dat dit 'n wye verskeidenheid (en in sommige gevalle spesifieke) behoeftes in die samelewing bevredig. So kan gestel word dat die plaaslike koerant sy voortbestaan te danke het aan die behoefte aan plaaslike nuus.

Dit het ook geblyk dat die bestemming van 'n massamedium, hierdie spesifieke medium selektief, aktief gekies het om enige behoefte of behoeftes te bevredig en ook moet daar in 'n mindere of meerdere mate motivering aanwesig wees as hy hom, in die meeste gevalle, aan die massamedia blootstel. Daarbenewens kan positiewe versterking (dit wil sê bevrediging wat gekry is) moontlik 'n bepalende rol speel wanneer besluit moet word of die bevrediging weer in die toekoms gesoek gaan word. Dit kan uiteindelik veroorsaak dat die gebruik van 'n spesifieke medium 'n gewoonte raak.

Dit het ook na vore gekom dat dieselfde soort materiaal wat deur die media gebruik word, in staat is om 'n verskeidenheid van behoeftes te bevredig en om verskeie funksies te vervul, maar dat die media nie 'n enkele behoefte eksklusief bevredig nie, want hierdie behoeftes verskil van mens tot mens, in kulture, in groepe, ens.

Sekere breë veralgemenings, ten opsigte van media-gebruik, het ook uit verskeie studies gespruit, onder andere dat

(a) seleksie van ernstige en inligtinggewende materiaal, sowel as die gebruik

INLEIDENDE OORSIG: DIE ROL VAN DIE PLAASLIKE KOERANT IN SY GEMEENSKAP,
MET SPESIFIEKE VERWYSING NA DIE NOORDELIKE STEM

1.1 MOTIVERING EN PROBLEEMSTELLING

Die nuusmedia (in hierdie ondersoek dag- en weekblaaie) speel al langer as 'n eeu (vgl. Luykx, 1978) 'n belangrike rol in die gemeenskappe waarin hulle funksioneer. Tog lok dié media steeds negatiewe reaksie uit oor die wyse waarop hulle hul funksie in dié gemeenskappe verrig en die effek wat hulle op die ontvangers en samelewingsverband het (Dennis, 1978). Aan die een kant word veral klem gelê op die opvoedkundige en inligtingswaarde van dié media, en aan die ander kant word getuienis gelewer van die skadelike effekte wat dié media op die gemeenskap, en veral kinders, het (Schramm, 1972). Hoe dit ook al sy, die massamedia, en veral die nuusmedia, is deel van ons daaglikse lewe en is kragtige instrumente wat tot groot voordeel of nadeel van hul bestemming gebruik kan word (Wright, 1964).

Byna elke mens in die moderne kapitalistiese Westerse wêreld word daaglik aan minstens een van die nuusmedia blootgestel wat die gebruiker kan inlig, rig, vermaak en opvoed (Hiebert, Ungurait & Bohn, 1975). Soos uit die begrip massamedia afgelei kan word, is die meeste van dié inligting eerder gerig op die breë publiek en dek dit hoofsaaklik sake van nasionale en internasionale belang.

Tog is die mens se behoeftes in 'n baie groot mate persoonlik gesentreer (McGuire, 1974, in Blumler & Katz). Hy wil wel weet wat in die wêreld, maar veral ook wat in sy gemeenskap gebeur. Aan laasgenoemde behoefte voldoen die algemene nuusmedia (met uitsondering van streekbylae of streekuitsendings) nie voldoende nie. Die nasionale nuusmedia stel weinig belang in plaaslike gebeure, tensy dit werklik nuuswaardig is.

Om in die behoeftes van bepaalde gemeenskappe te voorsien, het plaaslike en streekgebonde radio- en televisie-uitsendings (laasgenoemde in die buiteland) hul beslag as spesialisasie-afdelings van die algemene nuusmedia gekry (vgl. Hollander & Stappers, 1983). In Suid-Afrika voorsien die plaaslike koerante en streekgebonde radio-uitsendings in hierdie behoefte van plaaslike nuus.

In hierdie ondersoek val die klem in die algemeen op die koerant as massamedium en dan veral spesifiek op die plaaslike koerant as spesialisasiemedium.

In Suid-Afrika word 114 koerante wat op die blanke leser gerig is, uitgegee. Hiervan is 33 dagblaaie en weekblaaie en 81 is plaaslike koerante (NPU-lidmaatskap soos op 31 Maart 1983).

Die groot aantal plaaslike koerante wat in hierdie land, met 'n betreklike klein bevolking in vergelyking met die Europese lande, versprei word, is opvallend hoog. Die vraag kan gevolglik gevra word waaraan hierdie koerantjies, wat ten opsigte van nuusinhoud hemelsbreed van die nasionale dagblaaie verskil, hul ontstaan te danke het. Wat regverdig die bestaan van hierdie plaaslike koerante en waarom word hulle gekoop? Wat word in hierdie koerante gedruk, wat lees die lesers en hoe lees hulle hierdie koerante? Dit is maar enkele van die vrae wat in hierdie ondersoek aandag geniet.

Inligting oor die plaaslike pers in Suid-Afrika is relatief beperk. Die belangrikste wetenskaplike navorsing is dié van De Jager (1979). Hierdie ondersoek het die plaaslike pers in Suid-Afrika in die algemeen betrek. Die huidige ondersoek verskil van De Jager (1979) s'n in die sin dat die klem op 'n enkele plaaslike koerant, naamlik Die Noordelike Stem, val.

1.2 DOELSTELLINGS

Die algemene doelstelling van hierdie ondersoek is om deur 'n oorsig en integrasie van literatuur meer lig te werp op die plaaslike koerant se rol in sy gemeenskap:

- (a) deur eerstens te bepaal waar die plaaslike koerant by massakommunikasie inpas, aangesien baie van sy doelstellings, funksies, werkswyses, ens. met die massamedia (in hierdie geval die nuusmedia) ooreenstem;
- (b) tweedens, om vas te stel of sekere behoeftes van die mens aanleiding gegee het tot die totstandkoming van die plaaslike koerant; en
- (c) om te bepaal wat die eienskappe van die plaaslike koerant is en hoe dit van die massakoerant verskil.

Die spesifieke doelstellings is:

- (a) om deur middel van 'n inhoudsontleding en 'n lesersopname vas te stel wat in die spesifieke plaaslike koerant (Die Noordelike Stem) verskyn en hoe sy lesers die koerant benut en beoordeel;
- (b) om te bepaal of dié plaaslike koerant voldoen aan die vereistes van 'n plaaslike nuusmedium, soos in Hoofstuk 4 bespreek; en
- (c) wat sy rol in sy spesifieke gemeenskap is.

1.3 STRUKTURERING

Die studie bestaan uit 'n teoretiese en 'n veldondersoek.

Die navorsing, wat die tydperk 1 April 1981 tot 31 Mei 1983 dek, word in twee afdelings behandel. In die eerste afdeling, naamlik Hoofstukke 2, 3, 4, 5 en 6 word die teoretiese grondslae vir hierdie ondersoek gelê, terwyl die empiriese ondersoek in die tweede afdeling, in Hoofstukke 7, 8 en 9 behandel word. 'n Bondige uiteensetting van die afsonderlike hoofstukke word vervolgens gegee.

Om by die plaaslike koerant as nuusmedium uit te kom, was dit nodig om eers massakommunikasie as verskynsel te ondersoek, aangesien die plaaslike pers deel hiervan uitmaak. Hoofstuk 2 handel oor massakommunikasie, sy kenmerke, die verskillende nuusmedia, hul funksies, ens.

In Hoofstuk 3 word 'n uiteensetting van die gebruik-en-beloningbenadering gegee. Die uitgangspunt in hierdie hoofstuk is dat daar behoeftes by die mens aanwesig moet wees wat aanleiding daartoe gee dat hy hom na die nuusmedia wend ter bevrediging van hierdie behoeftes. Daar word ook aangeneem dat daar spesifieke behoeftes by die mens bestaan wat aanleiding daartoe gegee het dat spesifieke media (byvoorbeeld die plaaslike koerant), ontstaan het om in hierdie behoeftes te voorsien.

In Hoofstuk 4 kom hierdie spesifieke medium, naamlik die plaaslike koerant, ter sprake. Daar word in hierdie hoofstuk gepoog om die plaaslike koerant te definieer en om onder andere te let op sy aard, inhoud, funksies en hoe hy van die massakoerant verskil.

In Hoofstuk 5 volg 'n bondige agtergrondskeets van die ontstaan en funksionering van die spesifieke plaaslike koerant wat in dié ondersoek betrek is, naamlik Die Noordelike Stem. Hierdie koerant se sirkulasiegebied is hoofsaaklik Kroonstad en distrik, en die Noord-Vrystaat met uitsluiting van die Goudveld. Daar word vervolgens slegs van die afkorting D N S gebruik gemaak wanneer na Die Noordelike Stem verwys word.

Hoofstuk 6 gee 'n bondige samevatting van die belangrikste teoretiese uitgangspunte wat in die voorafgaande literatuuroorsig gevind is. Enkele veronderstellings ten opsigte van die moontlike bevindinge van die empiriese studie, wat tydens hierdie ondersoek uitgevoer is, word aangedui.

Die laaste hoofstuk, naamlik Hoofstuk 10, behels 'n samevatting en gevolgtrekking van die teoretiese en empiriese ondersoek. Die verband tussen die twee aspekte word bespreek, enkele leemtes word uitgelig en voorstelle vir verdere navorsing word aan die orde gestel.

1.4 SAMEVATTING

Hierdie studie behels 'n ondersoek na die plek en rol van die plaaslike koerant in sy gemeenskap, met besondere verwysing na Die Noordelike Stem (vervolgens D N S genoem).

In hierdie hoofstuk is 'n motivering, probleemstelling en strukturering gegee van wat in die ondersoek gedoen is.

ENKELE ASPEKTE VAN MASSAKOMMUNIKASIE

2.1 INLEIDING

Die koerant as kommunikasiemedium vorm deel van die massakommunikasieproses. Daarom is dit noodsaaklik om eers na dié kommunikasieproses te kyk voordat die plaaslike koerant as medium bespreek word.

Daar word vervolgens aan die volgende aspekte aandag gegee: massakommunikasie as proses; kleinskalige massakommunikasie; enkele komponente van massakommunikasie; die eienskappe en enkele funksies van die media, en laastens, die effek van massamedia.

2.2 MASSAKOMMUNIKASIE AS PROSES

Kommunikasie as sosiale proses (Fauconnier, 1975:11) is 'n onontbeerlike deel van die mens se daaglikse bestaan. Soos Wright (1975:3) dit stel: "Communication is a social process that is fundamental and vital to human survival". As sodanig is direkte kommunikasie tussen mense die primêre vorm van kommunikasie, maar dit word aangevul deur meer indirekte vorms, soos byvoorbeeld massakommunikasie (Fauconnier, 1975:15). Die mens se kommunikasiebehoeftes kan vandag nie net deur interpersoonlike kommunikasie bevredig word nie en daarom word massakommunikasie dikwels as plaasvervanger vir persoonlike kommunikasie gebruik (De Jager, 1979:136; Du Toit & Nel, 1975:10).

Volgens De Jager (1979:131-132) het interpersoonlike kommunikasie die grootste kans op welslae. Daarom dat die soort kommunikasie wat die grootste ooreenkoms met interpersoonlike kommunikasie toon, die grootste kans het om te slaag (vgl. ook Barker & Kibler, 1971; Fauconnier, 1973; Wenburg & Wilmot, 1973). Die plaaslike koerant kan beskou word as die persoonlikste en intiemste van die openbare kommunikasiemedie omdat dit bestaan binne die mens se onmiddellike lewensfeer (De Jager, 1979:132). Hierdie persoonlike en intieme aard van die plaaslike koerant word ook deur meer resente skrywers soos Hollander & Stappers (1983) en Timbs (1982) beklemtoon.

Soos ook in Hoofstuk 4 aangedui sal word, blyk dit dat massakommunikasie gekenmerk word deur die grootte en aard van die bestemming (Tubbs & Moss, 1980:11; Wright, 1975:5), maar dat die boodskap deur middel van 'n medium aan die bestemming oorgedra word (Sommerlad, 1975:12). Hiebert, Ungurait & Bohn (1974:20) wys daarop dat die verhouding tussen die media en die samelewing wederkerig en nie-staties is.

Gevolgtlik het hulle (Hiebert et al, 1974) 'n media-sisteem-paradigma ontwerp wat 'n aksie-georiënteerde model is. Dit impliseer dat daar in elke land sosiale faktore is wat op 'n unieke wyse met mekaar in interaksie is om sodoende 'n nasionale media-sisteem te skep wat 'n verskeidenheid funksies verrig en uiteindelik help om die samelewingsisteem te modifiseer.

Hollander & Stappers (1983:112) steun hierdie beskouing van Hiebert et al (1974) en stel dat dit by die massakommunikasieproses nie gaan om geïsoleerde media-aktiwiteit nie, maar om 'n samehangende geheel van informasieverskaffing en informasie-inwinning. Hierdie samehang is op klein skaal makliker om te bestudeer waar dit gaan om gemeenskaplike belange en gemeenskaplike belangstelling van alle betrokkenes. Daarom onderskei hulle tussen grootskalige massakommunikasie en kleinskalige massakommunikasie en meen dat 'n uitvoerige bestudering van kleinskalige massakommunikasie kan lei tot meer en beter insig in hoe massakommunikasie werk. Dit is noodsaaklik om dus 'n onderskeid te tref tussen grootskalige en kleinskalige massakommunikasie, aangesien dit in hierdie studie hoofsaaklik oor die plaaslike koerant as 'n kleinskalige vorm van massakommunikasie gaan.

2.3 KLEINSKALIGE MASSAKOMMUNIKASIE

Verskeie skrywers, onder andere Bierhoff (1983), Hollander & Stappers (1983), Knulst (1983) en Lichtenberg (1983) verdeel massakommunikasie in grootskalige en kleinskalige massakommunikasie.

Hollander & Stappers (1983:107) verwys na kleinskalige massakommunikasie as kleinskalige vorme van openbare (massa=) kommunikasie, terwyl Lichtenberg (1983:112) stel dat kleinskalige pers geografiese en/of funksionele kleinskalige persorgane impliseer. Dit is blaaie wat minder gereeld en in 'n gebied met 'n kleiner omvang as dagblaaie verskyn. Daarom sê Hollander & Stappers (1983:108) "... het gaat hier om een variëteit aan media en andere communicatievormen."

Hierdie persorgane ontstaan in baie gevalle uit 'n ontevredenheid wat by die gemeenskap bestaan oor die wyse waarop die bestaande grootskalige media hul funksies vervul, asook uit 'n ontevredenheid oor 'n gebrek aan uitingsmoontlikhede van bepaalde groepe in die samelewing binne die bestaande media. 'n Verdere rede is ook die behoefte aan 'n blad waarin die eie identiteit van klein groeperinge in die samelewing gemanifesteer kan word (Lichtenberg, 1983:124). Daar is dus sprake van 'n gespesialiseerde publiek wat by voorbaat geïnteresseerd is in bepaalde onderwerpe, en só ontstaan gespesialiseerde media soos die plaaslike koerant (Hollander & Stappers, 1983:108).

Die plaaslike koerant kan dus weens sy geografiese afgebakenheid en doelstelling, naamlik om te voorsien in 'n bepaalde groep(e) mense se belangstellings, as 'n kleinskalige massamedium beskou word. Hoe hierdie medium by die groot spektrum van massakommunikasie inpas, word in Hoofstuk 4 uiteengesit.

Omdat die plaaslike koerant 'n kleinskalige vorm van massakommunikasie is, beteken dit dat dié kommunikasievorm steeds beskou kan word as 'n sisteem wat bestaan uit 'n struktuur en 'n proses wat dinamies en deurlopend van aard is (vgl. model van Hiebert et al, 1974). Sonder om die indruk van 'n liniêre kommunikasieproses te skep, is daar sekere komponente in die massakommunikasieproses wat kortliks van naderby beskou moet word, naamlik die kommunikator, die ontvangers en die medium, aangesien elk van hierdie komponente 'n belangrike rol in die plaaslike koerant speel.

2.4 ENKELE KOMPONENTE VAN MASSAKOMMUNIKASIE

2.4.1 Kommunikator

Die kommunikator is in die massakommunikasieproses gesetel binne die struktuur van 'n organisasie of korporatiewe instelling (Hiebert et al, 1974:78; Tubbs & Moss, 1980:11) en dit is soms as gevolg van hierdie korporatiewe aard van die instellings moeilik om die kommunikator met sekerheid te identifiseer. In die meeste gevalle van massakommunikasie kan gevolglik verwys word na 'n korporatiewe, samegestelde of institusionele kommunikator (Puth, 1980:31).

Die beskouing van 'n institusionele kommunikator geld ook in die plaaslike pers aangesien 'n organisasie, bestaande uit verskeie redaksielede, vryskutverslaggewers, advertensierwerwers, ens., vir die samestelling en versending van die boodskap verantwoordelik is. By die plaaslike koerant is die institusionele kommunikator in 'n meer direkte verhouding tot sy lesers betrokke in die bepaling van die medium se boodskapformulering (vgl. Hollander & Stappers, 1983:113). Dit kan toegeskryf word aan beperkende biografiese faktore wat 'n groter rol speel by die plaaslike koerant as byvoorbeeld by 'n dagblad met 'n groot sirkulasiegebied. Daarom sê Hollander & Stappers (1983:113) dat daar by kleinskalige massakommunikasie, dit wil sê by die plaaslike koerant, nie meer sprake is van die streng skeiding tussen sender en afwagtende ontvangers nie. Meer lede van die samelewing word betrek by die inligtingverskaffing en meer mense is nie alleen ontvangers nie, maar ook senders.

2.4.2 Ontvangers

Wat die ontvangers van massakommunikasie betref, stel verskeie skrywers, onder

andere Fauconnier (1973), Golding (1977), Hiebert et al (1974) en Wright (1975), dat massakommunikasie gerig is op 'n relatief groot, heterogene en anonieme bestemming.

Wat groot betref, sê Wright (1975:5-6) dat dit 'n voorvereiste is dat die kommunikator nie van aangesig tot aangesig met die bestemming kommunikeer nie, daarom praat Maletzke (aangehaal deur Fauconnier, 1973:4) gevolglik van 'n verspreide publiek. Hierdie grootheid van die bestemming word beklemtoon deur Fauconnier (1975:33) wat stel dat massakommunikasie gedefinieer kan word in terme van die bedoeling van die kommunikator om niemand te verhinder om sy boodskap te ontvang nie (vgl. Hollander & Stappers, 1983:107). By kleinskalige massakommunikasie is daar wel ook sprake van 'n relatief groot bestemming alhoewel hierdie bestemming hoofsaaklik binne bepaalde geografiese grense val.

'n Tweede kenmerk wat aan die ontvangers toegeskryf word, is heterogeniteit. Blumler (1969:86), Moeller (1979:18) en Wright (1975:6) omskryf hierdie heterogeniteit as 'n bestemming wat verteenwoordig word deur 'n groot verskeidenheid van mense ten opsigte van ouderdom, geslag, beroep, ekonomiese status en geografiese ligging (laasgenoemde 'n verspreide geografiese gebied teenoor die beperkte geografiese verspreidingsgebied van die plaaslike koerant). Wright (1975:6) sê dat kommunikasie wat gerig is op 'n eksklusiewe of elite-bestemming nie as massakommunikasie beskou kan word nie. Hierdie siening van heterogeniteit is verouderd, aangesien 'n massamedium (byvoorbeeld 'n vrouetydskrif soos SARIE) op 'n redelik homogene bestemming gerig kan wees. Moeller (1979:18) verwys daarom na gespesialiseerde belangstelling en dit maak gevolglik voorsiening vir die plaaslike koerant waar sprake is van 'n meer homogene bestemming met 'n gespesialiseerde belangstellingsveld, naamlik die plaaslike gebeure binne bepaalde geografiese grense.

Die laaste kenmerk van die massabestemming is anonimiteit, dit wil sê dat die individuele lede van die bestemming gewoonlik onbekend aan die kommunikator is. (In Hoofstuk 4 word daarop gewys dat die bestemming van die plaaslike koerant relatief bekend aan die kommunikator is). Wright (1975:6) sê dat hierdie persone nie sosiaal geïsoleerd is nie, aangesien heelwat blootstelling aan massakommunikasie binne klein groepe plaasvind. Die individu is lid van 'n netwerk van primêre en sekondêre groepe wat op hul beurt sy/haar opinies en houdings beïnvloed (Johnstone, 1974, in Blumler & Katz:35; Wright, 1975:6). Hierdie beïnvloeding van die individu deur die groepe waaraan hy/sy behoort, speel ook 'n belangrike rol by die plaaslike koerant wat gewoonlik gerig is op bepaalde gemeenskappe.

2.4.3 Medium

Die massamedia vorm 'n belangrike deel van die mens se daaglikse lewe, en het 'n integrerende deel van sy bestaan geword. Hierdie media funksioneer in 'n subsisteem van die groter sosiale sisteem waarmee die bestemming verband hou. Die drie sisteme, naamlik media, gemeenskap en bestemming is in 'n dinamiese staat van afhanklikheid en interafhanklikheid (De Fleur & Ball-Rokeach, 1975:276).

Elke medium het egter sekere voordele en beperkinge wat die aard en struktuur van die boodskap bepaal (Die inhoud van die plaaslike koerant word byvoorbeeld bepaal deur die beperkende geografiese grense waarbinne hierdie koerant uitgegee word). Sandman, Rubin & Sachsman (1972:227) wys daarop dat hierdie media radikaal van mekaar verskil ten opsigte van die funksies wat hulle vervul (die vertolkende funksie word byvoorbeeld in 'n groot mate by die dagblad aangetref, teenoor die plaaslike koerant wat baie min, en in sommige gevalle nooit, van hierdie funksie gebruik maak nie), asook hul werkswyse, inhoud (hoofsaaklik nasionale en internasionale nuusdekking by die dagblad teenoor plaaslike nuusdekking by die plaaslike koerant), voorkoms (die meeste plaaslike koerante verskyn in tabletformaat), ens. Daarom kan die een medium nie 'n ander vervang nie (Cherry, 1978:43) soos ook bevestig word deur die resultate van die lesersopname in Hoofstuk 9. Die een medium kan gevolglik ook nie aan die hand van 'n ander beoordeel word nie (Sandman et al, 1972:284).

Dit is egter belangrik om daarop te let dat daar by die mens 'n bepaalde idee of siening omtrent 'n spesifieke medium, waarvoor dit gebruik word, is; hoe dit in ons daaglikse lewe inpas en hoe dit verband hou met ander essensiële aspekte van die sosiale ervaring (McQuail, 1983:17). Daarom kan aangeneem word dat daar tereg by die mens 'n idee bestaan dat die plaaslike koerant hoofsaaklik plaaslike nuus bevat teenoor die dagblad se nasionale en internasionale nuus (vgl. bevindinge van lesersopname in Hoofstuk 9).

2.5 EIENSKAPPE VAN DIE MEDIA

Daar is sekere eienskappe wat eie aan elke massamedium is en dit van die ander media onderskei. Hierdie eienskappe, naamlik aktualiteit, universaliteit, periodisiteit en openbaarheid, speel 'n rol by die funksiebepaling van die medium en bepaal die individualiteit van die betrokke medium (De Volder, 1952; Engelbrecht, 1980). Die onderskeie eienskappe word kortliks beskryf.

2.5.1 Aktualiteit

Engelbrecht (1980:82) en De Volder (1952:16) stel dat die hele organisasie van die massamedia ten sterkste gerig is op aktualiteit wat dui op die mens se

belangstelling in huidige, kontemporêre, meesal buitengewone of seldsame en kontroverses wat kommunikatief deur die massamedia bevredig kan word. Hoe seldsamer die nuus, hoe langer gaan die aktualiteit van die nuus voortduur. Stappers (1975:163-165) onderskei dan verder tussen primêre, sekondêre en kunsmatige aktualiteit.

Aktualiteit is nie soseer 'n eienskap van die plaaslike koerant nie, aangesien hierdie koerant nie daagliks verskyn nie en baie van die nuus reeds verouderd is wanneer die koerant versprei word. Hierdie medium maak redelik baie gebruik van artikelstof wat nie aktueel in die ware sin van die woord is nie (vgl. bevindinge van inhoudsontleding in Hoofstuk 7).

2.5.2 Universaliteit

Wat universaliteit betref, skryf Engelbrecht (1980:84) dat dit op allesdekkendheid dui, terwyl De Volder (1952:24) meen dat die kiem van universaliteit in aktualiteit en openbaarheid lê. Snyman (1971:216) stel dat daar by die koerant twee betekenis van universaliteit ter sprake is. Eerstens is daar die verband wat die hoeveelheid lesers met die openbaarheid het, en tweedens die veelsydigheid van inhoud op grond van die lesers se leesbehoefte. Wat die plaaslike koerant betref, is daar weinig sprake van universaliteit aangesien dié koerant spesifiek gerig is op bepaalde groep(e) mense terwyl die inhoud van hierdie blad verband hou met gebeure binne die bepaalde verspreidingsgebied (vgl. bevindinge van inhoudsontleding in Hoofstuk 7).

2.5.3 Periodisiteit

Periodisiteit hang saam met die opeenvolging van die kontingente, aktuele en nuwe gebeurtenisse. Die periodisiteit vloei dus uit die aard van die nuus en die daarmee verbandhoudende noodsaaklike taak van die media (pers), naamlik om nuus gereeld aan te bied (Snyman, 1971:236). Periodisiteit oorheers die organisasie van die media, terwyl die organisatoriese aspekte weer 'n belangrike invloed op periodisiteit het (De Beer, 1982:8; Engelbrecht, 1980:87-89; Stappers, 1975:165). De Volder (1952:20) meen dat periodisiteit aanleiding gee dat die gebruik van 'n medium 'n gewoonte by die mens raak en dat hy ongeduldig raak as die koerant laat verskyn.

In vergelyking met grootskalige massamedia waar die tydintervalle tussen nuusaanbiedings betreklik kort is, is periodisiteit as kenmerk van die kleinskalige massamedia (in hierdie geval die plaaslike koerant), nie so 'n belangrike faktor nie, aangesien die lewensduur van die plaaslike koerant baie langer as 'n dagblad is. Dit is egter belangrik dat selfs dié medium op vasgestelde tye, dit wil sê op bepaalde

dae, moet verskyn.

2.5.4 Openbaarheid

Openbaarheid of publisiteit dui daarop dat die media openbaarders is van die universele waaroor potensieel gekommunikeer kan word (Engelbrecht, 1980:89-94). Dit behels die algemene toeganklikheid, oopheid en beskikbaarheid van die media (De Beer, 1982:8; Engelbrecht, 1980:89-94; Snyman, 1971, 213). Snyman (1971:213) beklemtoon dat, vir die doel van publisistiese mededelings, private aangeleenthede in beginsel uitgesluit word. Ten opsigte van die plaaslike koerant, stel Norman (1982:6) dat privaatheid nie bedreig moet word nie en dat die gebeurtenis in openbare belang moet wees.

Openbaarheid as kenmerk van die media is onderworpe aan beperkinge. By die plaaslike koerant is daar weinig van openbaarheid sprake, aangesien dié koerant slegs vir 'n beperkte leserskring gedruk en versprei word. Hierdie eienskappe van aktualiteit, universaliteit, periodisiteit en openbaarheid, soos veral beskryf deur De Volder (1952), was oorspronklik die kenmerke van die media en veral die pers, maar veranderende omstandighede, soos weggeekoerante, die ontwikkeling van die plaaslike pers en die elektroniese media, verander hierdie basiese konsepte. Om te kwalifiseer as 'n massamedium (byvoorbeeld 'n plaaslike koerant) is dit nie nodig om aan al hierdie eienskappe te voldoen nie.

2.6 ENKELE FUNKSIES VAN DIE MEDIA

Wat die funksies van die massamedia betref, meen Fauconnier (1973:53-64) dat dit gesien kan word vanuit die oogpunt van die bestemming, die kommunikator en die sosiale sisteem. Hy lê hom egter toe op 'n tweevoudige funksiebepaling: die funksies van die massamedia vanuit die bedoeling van die kommunikator en die funksies van die massamedia gesien as nuttig of skadelik met betrekking tot die gevolge vir die bestemming. Die funksiebepaling met betrekking tot die bestemming word gesteun deur verskeie ondersoeke soos byvoorbeeld Merton (1957) (eufunksies en disfunksies), Lasswell (1948) (waarneming, meningsvorming en sosialisering), Wright (1964) (latente en manifeste funksies), ens.

Die media kan 'n groot verskeidenheid funksies verrig (vgl. De Jager, 1979:147; Fauconnier, 1973:82), maar Fauconnier (1973:82) sê dat die media ongetwyfeld enkele of alle bekende funksies vervul, maar op diverse wyse en met verskillende intensiteit. Bogard & Orenstein (1965) meen dat die media komplementêre eerder as komplementêre funksies vervul. So is die plaaslike koerant nie in kompetisie met die

dagblad nie, want dit verskaf 'n ander tipe nuusdekking en het 'n ander belangstellingsveld as die dagblad.

Vir die doel van hierdie studie word slegs na die mees algemene funksies van die massamedia gekyk, naamlik inligting, vermaak, opvoeding en tendensstelling (primêre funksies) en vertolking, reklame en polemieë (sekondêre funksies). Die primêre funksies kan afsonderlik of in verskillende kombinasies voorkom. In Hoofstukke 3 en 4 word na verdere spesifieke funksies van die media verwys, gevolglik word dit nie in hierdie gedeelte aangedui nie, alhoewel dit uiteraard van belang is.

2.6.1 Primêre funksies

2.6.1.1 Inligting

Feitelike inligting, gegewens of bewussynsinhoude word in die algemeen verskaf om iets toe te voeg aan die kennis van die bestemming en dit veronderstel 'n voorafgaande toestand van onsekerheid (Fauconnier, 1973:117-118).

Volgens Geens (1969:10) is die hoofdoel van die oordra van inligting om die werklikheid om die mens te weerspieël. Fauconnier (1973:117-118) wys daarop dat dit gaan om die suiwere, naakte weergawe van feite sonder enige persoonlike beskouing of interpretasie van die kommunikator en sonder enige intensie tot beïnvloeding (vgl. Dennis, 1978:11).

Wright (1975:9) praat nie van inligting nie, maar van "surveillance" en omskryf dit as die insameling en verspreiding van inligting rakende gebeure in die omgewing, beide in en buite 'n spesifieke gemeenskap (vgl. De Beer, 1982). By die plaaslike koerant word spesifiek gekonsentreer op inligting binne 'n bepaalde gemeenskap en nie op nasionale en internasionale nuus nie. Die primêre funksie van die plaaslike koerant bly egter om inligting (nuus) te verskaf.

2.6.1.2 Vermaak/ontspanning

Engelbrecht & Herbst (1980:3) skryf dat die massakommunikasieproses die bestemming laat verpoos en ontspan, in die algemeen deur te luister, te kyk en te lees (passiewe reaksies) en verder deur byvoorbeeld sang, dans en spel (aktiewe reaksies). Die kommunikasieboodskap neem die aandag van die bestemming aangenaam en onderhoudend in beslag (vgl. Dennis, 1979:12; Hiebert et al, 1974:417; Wright, 1975:9). Moeller (1979:21), Sandman et al (1972:10 & 229) en Voyenne (aangehaal deur Fauconnier 1973:81) skryf 'n verdere belangrike variansie aan ontspanning toe, naamlik

die verligting van spanning.

Vermaak kan terselfdertyd inliggend, opvoedkundig en kultureel wees en sodoende 'n ernstige doelstelling hê (Sommerlad, 1975:9). Die plaaslike koerant maak baie minder as die dagblad van ontspanningsmateriaal gebruik, alhoewel heelwat meer artikelstof in die plaaslike koerant voorkom. Hierdie stof kan as ontspanningsmateriaal gesien word wat 'n inliggende, opvoedkundige en kulturele karakter openbaar.

2.6.1.3 Tendensstelling

Tendensstelling word gesien as 'n proses van oorrëding wat bestaan uit die bekendstelling van inligting wat daartoe lei dat die ontvanger sy behoeftes en die wyses om dit te bevredig, of sy sosiale verhoudinge, of sy oortuigings en houdings sal herwaardeer (Fauconnier, 1973:125, Rivers & Schramm, 1973, in Casty:10).

De Beer (1982:9) meen dat dit die taak van die koerant is om tendensies aan te dui, standpunt in te neem en sy lesers op te voed. Dit word in die hoofartikels, spotprente, agtergrond- en kommentaarartikels gedoen (vgl. Geens, 1969:12; Sandman et al, 1972:12). Die plaaslike koerant maak egter nie gereeld hiervan gebruik nie omdat hierdie blad dikwels nie 'n hoofartikel het nie. Indien tendensstelling wel voorkom, handel dit oor plaaslike sake en gebeure omdat die plaaslike pers hoofsaaklik politiek neutraal staan.

2.6.1.4 Opvoeding

Die massamedia vervul twee belangrike opvoedkundige funksies, naamlik sosialisasie en formele opleiding (Hiebert et al, 1974:371). Die opvoedingsfunksie in kommunikasie moet sorg vir 'n goed ingeligte, goed gevormde openbare mening. Verhaege (1969:89) meen dat selfs goeie ontspanning 'n doeltreffende en broodnodige vorm van opvoeding is. Wat die plaaslike pers betref, speel dit veral 'n groot rol ten opsigte van sosialisering, aangesien dit mense (veral nuwe intrekkers) meer van die dorp(e) en gemeenskap(pe) vertel.

Die voorafgaande vier funksies word as die primêre funksies van die massamedia beskou, terwyl drie sekondêre funksies naamlik reklame, vertolking en polemieë, vervolgens kortliks bespreek word.

2.6.2 Sekondêre funksies

2.6.2.1 Reklame

Fauconnier (1973:132) stel dat reklame kommunikasie is met die intensie om die aandag, houdinge of gedrag van die ontvangers te beïnvloed, daarom kan wilsbeïnvloeding as die hoofkenmerk van reklame gesien word. Moeller (1979, in Budd & Ruben: 23) stel dat reklame produk-inligting bevat, wat nuttig vir beide die gebruiker as die vervaardiger van die produk is, aangesien dit, volgens Sommerlad (1975:9-10) reageer op die wet van aanbod en aanvraag. Advertensies is uiteraard vir die media 'n vername bron van inkomste (Lichtenberg, 1983:129) terwyl navorsers gevind het dat hierdie funksie 'n belangrike rol by die plaaslike koerant speel, aangesien lesers advertensies as 'n bron van "nuus" sien (Grotta et al, 1975, aangehaal deur Stone, 1977:509-514). Reklame as funksie van die plaaslike koerant word in meer besonderhede in Hoofstuk 4 beskryf.

2.6.2.2 Vertolking

Hiebert et al (1975:360) meen dat dit nie genoeg is om slegs feite eerlik weer te gee nie, maar dat dit noodsaaklik is om die waarheid oor die feite te rapporteer. De Beer (1982:8) stel dat dit nodig is om oor die hêr en die nou verslag te doen, en dat daar oor hierdie sake kommentaar gelewer moet word.

Volgens Moeller (1979:21) kan dié funksie gesien word as die interpretasie van inligting en soms ook as "voorskrywing" in die sin dat die medium vir die leser voorskryf wat om te dink en watter gedrag hy moet openbaar. Die advies kom gewoonlik voor in hoofartikels, en soms ook verskuil in die nuusberig self. In die geval van die plaaslike koerant wat nie 'n hoofberig het nie (byvoorbeeld Die Noorde-lyke Stem) word vertolking gevolglik verskuil in die berig aangetref.

2.6.2.3 Polemiek

Sekere Sondagkoerante en televisieprogramme stel hulle daarop in om polemieke (deur middel van skokmetodes) te begin met die doel om die aandag op hulle te vestig, in die nuus te bly en die kommunikasie as't ware aan die gang te hou (Engelbrecht & Herbst, 1980:5). Die plaaslike koerant kan ook van hierdie skokmetodes gebruik maak (vgl. Hoofstuk 5) maar dit moet versigtig hanteer word aangesien dit kan lei tot "skeuring" in die gemeenskap. Spankle (aangehaal deur Myrick, 1982:9) meen dat die plaaslike koerant nie van polemiek gebruik moet maak om sodoende die koerant te laat verkoop nie.

In die voorafgaande gedeelte is kortliks gewys op 'n aantal funksies wat die

massamedia kan verrig. Omdat die media sekere funksies het, beteken dit noodwendig dat dit 'n effek op die gebruiker van die medium/media sal hê. Daar word vervolgens kortliks aandag aan hierdie aspek gegee.

2.7 DIE EFFEK VAN MASSAKOMMUNIKASIE

Marais (1980:60) stel dat die effek van massakommunikasie verwys na die gevolge van dié tipe kommunikasie, ongeag of dit bedoel of onbedoel is. Die primêre doel van massakommunikasie is dat mense blootgestel moet word aan boodskappe.

Klapper (1960:8) se opsomming van die bevindinge van honderde kleinere studies oor die effekte van massakommunikasie is vandag nog geldig. Hy meen dat massakommunikasie nie gewoonlik dien as 'n noodsaaklike en voldoende oorsaak vir die effek op die bestemming nie, maar funksioneer eerder tussen en deur 'n skakel van tussenkomende faktore en invloede. Daarom word massakommunikasie as 'n bydraende faktor en nie as 'n enkele oorsaak beskou in die proses om bestaande omstandighede te versterk nie.

Die meeste kritici van die media meen dat dit gedrag kan versterk en beïnvloed (selfs in 'n negatiewe rigting) terwyl dit ook 'n invloed uitoefen op die vorming en versterking van houdings. Die media verander nie maklik 'n bestaande houding nie, maar neig om dit te versterk. Bettinghaus (1973:175) stel dat versterking en selektiewe blootstelling nou saamhang.

Cassata & Asante (1979:102) meen dat die persoon wat gebruik maak van 'n sekere medium, in 'n groot mate die effek daarvan bepaal. Die media kanaliseer gevolglik gedrag in 'n sekere rigting, eerder as om houdinge te vorm of te verander. Daar is egter sekere gevalle waar houdings wel verander of gevorm word. So het Kraus & Davis (1976) en Hur & Robinson (1981) gevind dat die media help om nuwe houdings te vorm, waar dit inligting oor nuwe onderwerpe verskaf. Ook in situasies waar daar onsekerheid, verwarring en selfs 'n krisis bestaan, is beïnvloeding deur die massamedia besonder doeltreffend. Daarom sê Berelson (1949, in Schramm:500) tereg: "Some kinds of communication of some kinds of issues, brought to the attention of some kinds of people under some kinds of conditions, have some kinds of effects." Die inhoud van die plaaslike koerant sal ook 'n moontlike effek op die lesers hê en kan gebruik word om houdings en opinies te verander of te versterk byvoorbeeld oor groter betrokkenheid by die gemeenskap.

2.8 SAMEVATTING

Massakommunikasie is 'n proses wat omskryf kan word op grond van die wisselwerking tussen die strukturele komponente van 'n sisteem. Hierdie tipe kommunikasie kan verdeel word in grootskalige en kleinskalige massakommunikasie wat verskil ten opsigte van hul verspreidingsgebied, inhoud van hul boodskappe en doel van kommunikasie. So is die plaaslike koerant, as 'n kleinskalige massamedium, beperk tot sekere geografiese grense, die inhoud van die boodskappe is hoofsaaklik plaaslike nuus en die doel van die kommunikasie is hoofsaaklik om die plaaslike gemeenskap te weerspieël.

Massakommunikasie het sekere eienskappe soos aktualiteit, universaliteit, periodisiteit en openbaarheid wat in wisselende mate by grootskalige en kleinskalige massamedia voorkom. So verskil die dagblad as grootskalige massamedium radikaal van die plaaslike koerant, as kleinskalige massamedium, wat hierdie eienskappe betref. Dieselfde geld vir die groot verskeidenheid funksies wat hierdie media kan verrig.

Dit is egter belangrik om in gedagte te hou dat die plaaslike koerant steeds massakommunikasie is, alhoewel sy eienskappe en funksies sowel as die effek wat dit op die leser(s) het, in 'n groot mate van die ander media verskil. Die feit dat die massamedia (en in hierdie geval die plaaslike koerant) sekere funksies verrig, impliseer dat daar sekere behoeftes by die mens aanwesig is en dat gebruik van die massamedia hierdie behoeftes ten dele kan bevredig. Daarom word in Hoofstuk 3 kortliks die gebruik-en-beloningbenadering ondersoek, aangesien dit lig werp op die behoeftes wat by die mens aanwesig is, asook sy motivering om van 'n spesifieke medium gebruik te maak om hierdie behoeftes te bevredig.

ENKELE ASPEKTE VAN DIE GEBRUIK-EN-BELONINGBENADERING

3.1 INLEIDING

In beskouings oor die verhouding tussen die mens en die media, kan oppervlakkig tussen twee benaderings onderskei word. Die een benadering - wat eerste prominent was - stel die media as 'n magtige verskynsel voor, met die mens in 'n afhanklike en 'n ontvangersrol. Die ander, en meer resente benadering, heg meer waarde aan die aktiewe rol van die mens en die vraag waarom hy hoegenaamd die media gebruik, staan sentraal.

In die voorafgaande hoofstuk is daarop gewys dat daar verskeie tipes massamedia (onder andere ook kleinskalige massamedia) bestaan en dat hulle oor sekere eienskappe beskik en as gevolg van die funksies wat hulle verrig, geskik is om sekere groepe te bedien. Byvoorbeeld die plaaslike koerant, as kleinskalige massamedium, is geskik om sekere geografies-afgebakende groepe van nuus en advertensies te voorsien. Verskeie beskouinge, wat veral georiënteerd was ten opsigte van "wat doen die media met die mens", het as gevolg van hierdie funksies die lig gesien.

Wanneer die massamedia, soos byvoorbeeld die radio, televisie en koerant, in oënskyn geneem word, blyk dit dat hulle baie strategieë aanwend om luisteraars, kykers en lesers te trek. Dit kan wissel in aanbiedingswyse van die werklike inhoud, maar ook in lokmiddels soos groot kompetisies. Die vraag is egter hoekom of waarom prolefireer die plaaslike koerant. Waarom gedy die plaaslike koerant dan wel ten spyte van al die aantreklikhede van hierdie media? Anders gestel, waarom koop en lees mense dan wel hierdie plaaslike koerant? Intuïtief moet 'n mens aflei dat die plaaslike koerant bepaalde behoeftes bevredig anders sou dit nie bestaan nie. Die gebruik-en-beloningbenadering bied 'n teoretiese raamwerk waarbinne 'n mens kan gaan soek na antwoorde op hierdie vraag.

Uit die voorafgaande hoofstukke kan afgelei word dat die media, sonder inagneming van die mense wat daaraan blootgestel word, nie sinvol is nie. Die media is alleen sinvol in verhouding tot mense. Volgens Golding (1977:10) kan die ontstaan van hierdie gebruik-en-beloningbenadering toegeskryf word aan die feit dat een skool van denke wegbeweeg het van die gedagte dat die media se funksies sekere effekte op die gebruikers daarvan het, en begin kyk na die redes waarom die mens die medium/media gebruik. Hulle het gekyk na "not what the media do to the people, but what people do with the media" (Golding, 1977:10). Hierdie beskouing dat die mens

aktief betrokke is by die hele proses van mediagebruik, het in die laaste paar jare meer veld gewen sodat vandag gepraat kan word van 'n gebruik-en-beloningbenadering.

Katz, Blumler & Gurevitch (1974:20) stel dat vroeëre studies gelei het tot 'n groter belangstelling ten opsigte van die bevrediging wat die massamedia die gebruiker kan verskaf. Dié studies word goed verteenwoordig in die navorsing wat gedoen is deur onder andere Lazarsfeld-Stanton (1942, 1944, 1949), Hertzog (1942), Suchman (1942), Wolfe en Fiske (1949) en Berelson (1949) (Katz et al, 1974:20). Sedertdien het hierdie benadering in belangrikheid toegeneem en al meer aandag geniet.

Om uiteindelik die rol van die plaaslike koerant in sy gemeenskap te bepaal, is dit noodsaaklik om te let op enkele uitgangspunte van die gebruik-en-beloningbenadering. Daar word vervolgens gelet op die aktiewe rol wat die bestemming speel; die funksionele benadering; enkele uitgangspunte met betrekking tot die gebruik-en-beloningbenadering; waarom die mens die massamedia gebruik om sy behoeftes te bevredig; enkele behoeftes van die mens; enkele funksies van die media voortspruitend uit gebruik-en-beloningstudies en laastens, enkele leemtes in die gebruik-en-beloningbenadering.

3.2 DIE AKTIEWE ROL VAN DIE BESTEMMING

Volgens Marais (1979:1) is die gebruik-en-beloningbenadering in die studie van massakommunikasie een van die gewildste en belangrikste benaderings in massakommunikasienavorsing. Marais (1979:1) en ook Blumler & Katz (1974) stel dat die mens aktief soek na bevrediging van behoeftes en dat sosiale en psigologiese behoeftes die individu lei in sy blootstelling aan kommunikasiemedie en kommunikasie-inhoude. Aan die ander kant kan gestel word dat die inslag van die media direk verband hou met die intensiteit van die behoefte van die gebruiker. Die navorsingsvraag is gevolglik nie meer "hoe affekteer die media die bestemming" nie, maar eerder "wat doen die bestemming met die media".

Dennis (1978:14) stel dat die navorser van die gebruik-en-beloningbenadering die bestemming as aktief en doelgerig ("goal-orientated") moet sien (vgl. Groenewald, 1980:51-52). Die individuele ontvanger word beskou as iemand wat mediaboodskappe selekteer, wat nie slegs 'n spesifieke nuttigheidsgebruik het nie, maar wat ook bevrediging verskaf. Kippax & Murray (1980:358) het gevolglik in hul studie oor die gebruik van die massamedia gevind dat die bestemming selektief, aktief 'n spesifieke medium gekies het om enige spesifieke behoefte of behoeftes te bevredig, byvoorbeeld koerante vir inligting. Rao (1971:27) sluit by hierdie gedagte aan en meen dat die verhouding tussen die media en sy bestemming, elk deur die ander beïnvloed word.

Ook Katz (aangehaal deur Dennis, 1978:14) stel dat die gebruik-en-beloningbenadering die mediagebruiker eerder as die mediaboodskap as uitgangspunt het, en sy kommunikasiegedrag word in terme van sy direkte ondervinding met die media ontleed.

Uit die voorafgaande is dit duidelik dat daar by verskeie navorsers eenstemmigheid bestaan oor die rol van die bestemming by die kommunikasieproses. Die bestemming word gesien as aktiewe deelnemers aan die proses en nie as ontvangers wat passief sekere boodskapinhoud ontvang nie. Daarom word aangeneem dat die lesers van 'n plaaslike koerant ook aktiewe deelnemers aan die kommunikasieproses is, wat selektief, aktief 'n spesifieke medium (die plaaslike koerant) kies om spesifieke behoefte(s) te bevredig (onder andere die behoefte aan inligting oor plaaslike gebeure).

3.3 FUNKSIONELE BENADERING

Volgens Wright (1960) en McQuail & Gurevitch (1974, in Blumler & Katz) is die gebruik-en-beloningbenadering tot massakommunikasie funksioneel van aard. Katz, Gurevitch & Haas (1973:165) meen dat, as 'n mens die media op hierdie manier beskou, kan die vraag gevra word hoe die media die individu beïnvloed en beloon, maar ook hoe die media in sosiale instellings geïntegreer is. Anders gestel: enersyds kan die moontlike koppeling tussen die media en menslike behoeftes nagespoor word, en andersyds kan die media se posisie te midde van ander instellings, as behoeftebevredigers, bepaal word. As individue gevolglik sekere media selekteer, of sekere tipes inhoud, word insig verkry in die verhouding tussen die eienskappe ("attribute") van die media en die sosiale en psigologiese funksies wat hulle vervul (Katz et al, 1973:165).

Alhoewel daar in die voorafgaande gedeelte gepraat word van 'n gebruik-en-beloningbenadering, moet gelet word op Blumler (soos aangehaal deur Palmgreen, Wenner & Rayburn, 1980:162) se stelling dat daar nie gepraat kan word van n of die gebruik-en-beloningteorie nie, maar eerder van 'n gebruik-en-beloningbenadering, omdat daar verskeie teorieë oor die gebruik-en-beloningverskynsel is, wat in verskeie opsigte van mekaar mag verskil.

Elke belangrike gebruik-en-beloningnavorsingsprojek het sy eie geklassifiseerde skema van bestemmingsfunksies, alhoewel sekere gemeenskaplike aspekte by die meerderheid ooreenstem. Die verskille is egter daaraan te wyte dat die navorsers op verskillende aspekte klem gelê het, byvoorbeeld die medium of die inhoud, verskillende programme of programtipes en die verskillende kulture.

Studies betreffende gebruike en beloning let veral, volgens Katz et al (1974:20-

21) op (a) die sosiale en psigologiese oorsprong van (b) behoeftes wat (c) verwagtinge skep van (d) die massamedia of ander bronne, wat op hul beurt lei tot (e) verskillende patrone van blootstelling aan die media (f) wat lei tot behoeftebevrediging en (g) ander, meestal onbedoelde, gevolge.

Vervolgens kan 'n paar uitgangspunte betreffende dié benadering uitgelig word. Die uitgangspunte is gegrond op verskeie studies wat oor die verloop van 'n aantal jare gedoen is, en gevolglik die grondslag vir die gebruik-en-beloningbenadering gelê het. Hierdie uitgangspunte speel uiteindelik ook 'n rol in die bepaling van die plek en rol van die plaaslike koerant in sy gemeenskap en die benutting van hierdie koerant deur sy lesers.

3.4 ENKELE UITGANGSPUNTE VAN DIE GEBRUIK-EN-BELONINGBENADERING

Katz et al (1974:21-22) het 'n insiggewende "gebruik-en-beloningmodel" saamgestel wat as volg kortliks uiteengesit kan word:

- (a) Die bestemming word as aktief waargeneem. Dit is 'n belangrike aspek van massamediagebruik as aangeneem word dat hierdie aktiewe betrokkenheid daarop gerig is om 'n sekere doelwit te bereik. Mediablootstelling is egter dikwels ook toevallig. Die vraag is of die patrone van mediagebruik gevorm word deur min of meer definitiewe verwagtinge by spesifieke individue, oor wat sekere media-inhoude aan hom kan gee, te skep.
- (b) In die massakommunikasieproses lê die inisiatief vir behoeftebevrediging en mediakeuse by die bestemming self.
- (c) Die media ding met ander bronne van behoeftebevrediging mee. Die behoeftes wat deur die media bevredig word, maak net 'n klein deeltjie uit van die groot spektrum van menslike behoeftes, en die graad waarin hulle bevredig kan word, varieer ook. Daarom moet daar ook gelet word op ander maniere van behoeftebevrediging (vgl. ook Rosengren & Windahl, 1972)
- (d) Metodologies gesien, kan baie van die doelwitte van massamediagebruik verkry word van data verskaf deur individuele lede van die bestemming self.
- (e) Waarde-oordele oor die kulturele betekenis van massakommunikasie behoort opgeskort te word, terwyl ontvangers-oriëntasies op hul eie meriete beoordeel moet word.

Marais (1979) en ook Palmgreen et al (1980) benader egter die hele kwessie van gebruike en beloning vanuit drie oogmerke, naamlik genotipiese versus fenotipiese behoeftes; bevrediging gesoek versus bevrediging gevind; en algemene versus

spesifieke mediagebruik. In die lig van die feit dat hierdie aspekte fyner nuanseeringe in die andersins simplistiese benadering teweegbring, word hulle kortliks uiteengesit.

3.4.1 Genotipiese versus fenotipiese behoeftes

'n Inherente probleem in die gebruik-en-beloningbenadering is volgens Marais (1979: 1) die neiging om ellemalige lys van gebruike en bevredigers, dit wil sê behoeftes en bevredigers, saam te stel. Die lys van behoeftes en bevredigers kan potensieel eindeloos word en McQuail (1979) het gewaarsku teen die neiging om die lys van moontlike gebruike of funksies te vergroot.

Marais (1979:1) wys daarop dat verskillende strategieë gevolg is om 'n genotipiese stel behoeftes vas te stel, en dat daar aanduidings is dat sekere persoonlikheids-eienskappe van mense hul meer ontvanklik maak vir invloede van die omgewing. So is ekstern-georiënteerde individue meer afhanklik van omgewingsbronne, waaronder die media, vir die bevrediging van hul behoeftes.

3.4.2 Bevrediging gesoek versus bevrediging gevind

Een van die grootste probleme in die meeste studies oor gebruike en beloning is dat daar nie genoegsaam onderskei word tussen bevrediging gesoek en bevrediging gevind nie. Katz et al (1973:25) stel dat daar in beginsel 'n onderskeid getref kan word tussen (a) verwagtinge oor die inhoud wat gevorm word voor blootstelling daaraan, en (b) bevrediging wat gevolglik verkry word ná gebruik daarvan (vgl. Greenberg, 1964:89). Hierdie teenstrydigheid is ondersoek deur onder andere Palmgreen & Rayburn (1979) en Lee & Brown (1982), alhoewel beide studies oor die gebruik van televisie gehandel het.

Lometti, Reeves & Bybee (1977:337) wys daarop dat die verhouding tussen die bevrediging wat gesoek word en die bevrediging wat gekry is, betreklik onbekend is: "Do they come equivalent through some trial and error learning process, where over time one knows what to expect from a given channel and subsequently receives it". Dié onderskeiding is baie belangrik, omdat positiewe versterking (dit wil sê die bevrediging wat gekry is), moontlik 'n bepalende rol kan speel wanneer besluit moet word of bevrediging weer in die toekoms gesoek gaan word, dit wil sê blootstelling aan die media. Hierdie stelling kan toegepas word op die plaaslike koerant, aangesien aangeneem word dat die leser(s) wel bevrediging uit die plaaslike koerant moes kry, anders sou hulle hulself nie weer daaraan blootstel nie (vgl. resultate van lesersopname, Hoofstuk 9).

Uit Palmgreen et al (1980:183-184) se studie oor bevrediging gesoek en gevind met betrekking tot televisienuus, blyk die volgende bevindinge: (a) Individuele belonings wat gesoek word, hou redelik tot baie verband met die ooreenkomstige belonings wat gevind is; (b) die graad van afhanklikheid van 'n spesifieke program hou positief verband met die sterkte van die beloning gesoek versus beloning gevind=verhouding. Kykers wat na meer as een program kyk, kry beloning uit 'n groter verskeidenheid van bronne, gevolglik blyk 'n enkele program redelik onvoldoende te wees om al die verbandhoudende beloning te verskaf wat hierdie individue soek, en (c) die dimensies van beloning gesoek en gevind in televisienuus verskil op belangrike punte. 'n Studie deur Wenner (1982) oor bevrediging gesoek en gevind in televisienuus, steun hierdie bevindinge van Palmgreen et al (1980). Alhoewel hierdie bevindinge gebasseer is op televisie-ondersoeke, kan dit moontlik ook toegepas word op algemene mediagebruik, dit wil sê ook op die plaaslike koerant.

3.4.3 Algemene versus spesifieke mediagebruik

Groenewald (1980:52) stel dat die gebruik-en-beloningbenadering berus op die aanname dat daar belangrike verskille tussen mediagebruikers, ten opsigte van die oriëntering tot die massamedia, bestaan. Relevante faktore, soos mense se sosiale omstandighede en rolle, hul persoonlike disposisies en moontlikhede, hul werklike patrone van mediagebruik en die proses van effekte, behoort belangrik te wees vir die bevrediging van spesifieke behoeftes (vgl. ook Katz et al, 1974:25-26) terwyl Marais (1979:3) op die feit wys dat individue dikwels 'n spesifieke medium gebruik omdat dit al 'n gewoonte geraak het.

Wanneer, in ruimer perspektief, gekyk word na gebruik en beloning as 'n komponent of subproses in 'n groter geheel, word Blumler (1978) se siening van tussenkomende veranderlikes heel interessant. Volgens Blumler (1978) is die gebruik en bevrediging wat deur die ontvangers ervaar word, tussenkomende veranderlikes tussen die boodskappe en die effek daarvan op die bestemming. Vir hom is die effek van massakommunikasie afhanklik van die moontlike invloed van tussenkomende veranderlikes en dit word op tweeërlei wyses bepaal. Eerstens word dit gestel dat die gebruik van die massamedia afhanklik is van die sosiale milieu van die ontvangers en in die besonder die struktuur van groepe en die sosiale konteks van die ontvangers. Die benadering steun tweedens op die psigologiese beginsel dat persepsie nie 'n passiewe ontvangproses is nie, maar aktiewe organisasie en strukturering behels (Groenewald, 1980:52).

Navorsing oor gebruike en beloning wys daarop dat sekere dele van die inhoud sekere funksies vervul of dat een medium meer daarin slaag om sekere behoeftes te bevredig

as ander (vgl. Lichtenstein & Rosenfeld, 1983:97). Die vraag is egter watter kenmerke van sommige media maak hulle meer bevorderlik as ander om spesifieke behoeftes te bevredig; en ook watter elemente van die inhoud help om die verwagtinge, waarvoor die media blykbaar voorsiening maak, te skep, volgens Katz et al (1974:25).

Katz et al (1974:25) sê voorts dat dit moontlik is om die werking, van 'n soort verdeling van arbeid onder die media, ten opsigte van die bevrediging van die bestemming se behoeftes, te postuleer. Dit kan op twee wyses verwerk word: indien media-eienskappe as uitgangspunt geneem word, is die veronderstelling dat daardie media, wat verskil (of ooreenstem) ten opsigte van hul eienskappe, waarskynlik verskillende (of ooreenstemmende) behoeftes sal dien; óf as die latente struktuur van behoeftes as uitgangspunt geneem word, is die implikasie dat behoeftes wat psigologies verband hou met, of konseptueel ooreenstem, ewe goed gedien sal word deur dieselfde media (of deur media met dieselfde eienskappe).

Uit die voorafgaande gedeelte het dit geblyk dat die mens aktief soek na "inligting" en gevolglik maak hy gebruik van die media om sy doel te bereik. Omdat die ontvanger 'n aktiewe gebruiker van die media-inhoud is, kan hy dié inhoude uit verskeie media selekteer. 'n Feit wat egter nie geïgnoreer kan word nie, is dat die mens 'n behoefte(s) ervaar en daarom wend hy hom tot die media vir die bevrediging van hierdie behoefte(s). Die vraag is egter wat die sosiale oorsprong van die bestemming se behoeftes is, en wat sy motivering is om hom tot die media te wend om sodoende bevrediging te kry. In die volgende paragrafe word kortliks hieraan aandag gegee.

3.5 BEHOEFTEBEVREDIGING DEUR MIDDEL VAN MEDIAGEBRUIK

Die sosiale en omgewingsomstandighede wat mense daartoe lei om bevrediging by die massamedia te gaan soek, word selfs vandag nog nie heeltemal verstaan nie, maar Katz et al (1974:25-26) meen dat "here one may postulate that it is the combined product of psychological dispositions, sociological factors, and environmental conditions that determines the specific uses of the media by members of the audience". Daarom is dit op sekere vlakke nie moeilik om hipoteses omtrent sulke verhoudings saam te stel nie. So kan byvoorbeeld verwag word dat "substituut-geselskap" gesoek sal word deur veral individue met beperkte geleenthede vir sosiale kontak, soos invalides, geskeides, bejaardes, ens.

Op 'n ander vlak is dit egter moeilik om 'n algemene teorie daar te stel wat die verskeie prosesse sal verklaar wat enige van dié spesifieke verhoudinge kan

verduidelik. Katz et al (1974:27) maak die stelling dat 'n voorlopige strukture-ring van die moontlikhede veronderstel dat sosiale faktore betrokke mag wees in die ontwikkeling van media-verbandhoudende behoeftes op enige van die volgende vyf maniere:

- (a) sosiale situasies veroorsaak spanning en konflikte wat lei tot druk vir die verligting daarvoor deur middel van die gebruik van massamedia;
- (b) sosiale situasies skep 'n bewuswording van probleme wat aandag eis, en inligting daarvoor kan in die media gesoek word;
- (c) sosiale situasies bied verarmde reële geleenthede om sekere behoeftes, wat gerig word op die massamedia vir komplementêre, supplementêre of substituent diens ("servicing"), te bevredig;
- (d) sosiale situasies verhoog sekere waardes, en word bevestig en versterk deur die gebruik van ooreenstemmende mediamateriaal; en
- (e) sosiale situasies skep verwagtinge deur bekendheid van sekere mediamateriaal. Dit kan dan so gemonitor word dat gewaardeerde sosiale groeperinge gehandhaaf word.

Rosengren & Windahl (1972) meen dat daar 'n sekere aantal metodes (genoem funksionele alternatiewe) is om 'n sekere behoefte te bevredig. As 'n persoon in staat is om sy behoeftes op 'n natuurlike manier te bevredig, is hy in 'n mindere mate op hierdie funksionele alternatiewe aangewys.

Daar is wel sekere faktore wat behoeftes beïnvloed. McGuire (1974:167) neem die aard van menslike motivering in sy studie van behoeftes en die daaropvolgende bevrediging, as uitgangspunt. Vanuit die analise van die mens se behoeftes en die kenmerkende maniere waarop dit bevredig word, ondersoek hy die moontlike bevrediging wat die individu uit die massamedia kan kry. Die grootste deel van sy ondersoek is gerig op hoe elk van 'n reeks van fundamentele menslike motiewe relevant is tot massamedia gebruik.

Ten spyte van voorafgaande uitgangspunte oor die motivering vir mediagebruik, relativeer McGuire (1974:168) die kwessie van behoeftes en mediagebruik baie sterk en wel in drie opsigte, naamlik: (a) Mediablootstelling is nie soseer 'n doelbewuste proses wat spruit uit innerlike motivering nie, maar eerder lukraak, en as gevolg van toeval en eksterne omstandighede; (b) die bevrediging wat deur die media verskaf word, is so nietig in vergelyking met die bestemming se werklike behoeftes dat die motiveringsfaktor nie bepalend is in die vasstelling van blootstelling nie; en (c) waar mediabevrediging wel beskikbaar is, sal 'n mens die redelikheid

van die bestemming vergroot en die aanduiding van die media om te veronderstel dat daardie bevredigings doeltreffend gevind kan word. Daar word kortliks na elk van hierdie aspekte soos beskryf deur McGuire (1974:167-170), tensy anders vermeld, gekyk.

3.5.1 Eksterne bepaling van kommunikasieverbruik

Bogard (soos aangehaal deur McGuire, 1974:168) wys op die feit dat keuse dalk 'n belangrike invloed kan hê massamedia-gebruik. Hierdie eksterne omstandighede kan beperkend inwerk op die keuse wat die mens uitoefen wanneer hy gebruik maak van die massamedia, so byvoorbeeld kan 'n mens se leesgewoontes van die koerant bepaal word deur die beskikbare afleweringdiens. Die mens toon egter duidelike en lojale voorkeure ten opsigte van ooreenstemmende massakommunikasie.

3.5.2 Onbeduidenheid van bevrediging deur die media

'n Tweede argument teen die verklaring van massakommunikasie-blootstelling in terme van menslike motivering, is dat die bevrediging wat uit die media verkry word, baie onbeduidend is in verhouding met die meer dwingende behoeftes van die individu. Die omvang van massakommunikasie-gebruik dui nogtans daarop dat die media tog in behoeftes moet voorsien en dat hierdie media beter alternatiewe tot behoeftebevrediging as die lewe self, verskaf (vgl. ondersoek deur Miyazaki, 1981).

3.5.3 Swak aanduiding van bevrediging deur die media

Volgens McGuire (1974:169) is 'n derde argument teen die motiveringsbenadering tot mediablootstelling dat, alhoewel daar potensiële bevrediging gevind word in massakommunikasie, die probleem nog bestaan dat dié bevrediging nie effektief gevind word nie en dat die media hierdie potensiële bevredigings nie goed aandui nie. Daarom is dit belangrik om te onderskei tussen die krag (force) wat die oorspronklike blootstelling aan 'n sekere medium bepaal en die kragte wat die blootstelling aan die medium of program, wanneer dit aangebied word, handhaaf. Vir volgehoue blootstelling is dit noodsaaklik dat daar motiewe en belonings moet wees om hierdie respons te handhaaf (by die plaaslike koerant gevolglik die aksie om gereeld of dikwels die koerant te koop).

Ten slotte stel McGuire (1974:169) dat die gebruik-en-beloningbenadering wel belangriker kan word in gevalle van volgehoue blootstelling sodra die massakommunikasiemateriaal wat die meeste bevredig, gevind is. Hierdie beskouing word gesteun deur die bevindings van Galloway & Meek (1981:445) wat daarop neerkom dat

blootstelling aan die media of media-inhoud meer waarskynlik is indien dit beide "highly expected and highly valued" is.

Dit is duidelik dat daar wel 'n mindere of meerdere mate van motivering aanwesig is wanneer die mens hom in die meeste gevalle aan die massamedia blootstel (toevallike blootstelling is nie hier ter sprake nie). Gevolglik kan geredeneer word dat daar wel 'n motivering is waarom hy hom aan sekere massakommunikasie-boodskappe blootstel, en dat hierdie motivering uit bepaalde behoeftes spruit. Hierdie behoeftes motiveer hom om hom na die massamedia te wend om hierdie behoeftes te bevredig. Dit is eweneens duidelik dat die verband tussen behoeftebevrediging en mediagebruik in die algemeen nie baie groot is nie. Die vraag is wat hierdie behoeftes is.

3.6 ENKELE BEHOEFTE VAN DIE MENS

Om te sê dat 'n mens bevrediging deur middel van massakommunikasie kry, vereis 'n kennis van die behoeftes van die mens en die potensiële belonings wat deur die media gebied word.

Waar hierdie teorie dan sterk steun (by implikasie of eksplikasie) op aannames oor die behoeftes van die mens, beteken dit noodwendig dat daar ook aandag aan teorieë oor motivering geskenk moet word. 'n Klaarblyklike implikasie hiervan is dat die Sosiale Sielkunde se teorieë oor motivering hier betrek moet word. In dié verband blyk dit waarskynlik reeds uit die voorafgaande paragrafe dat die gebruik-en-beloning teoretici nie veel aandag aan basiese motiveringsteorieë geskenk het nie. 'n Verdere staving van hierdie gevolgtrekking kan gevind word in 'n ontleding van die literatuurverwysings wat in die bronne hierbo aangehaal is: baie min, indien enige, verwysings na basiese teorieë kom daarin voor. Trouens, soos later aangedui sal word, kan hierdie gebrek moontlik nog as een van die grootste tekortkominge van die gebruik-en-beloningbenadering beskou word.

Wanneer daar in die volgende paragrafe kortliks aandag geskenk word aan die behoeftes van die mens, moet in gedagte gehou word dat hier slegs gekyk word na die beskouinge van die teoretici wat oorspronklik die gebruik-en-beloningbenadering getuiseer het. Aangesien hierdie studie nie 'n kritiese evaluasie van die teorie behels nie, is dit nie nodig geag om na die fundamentele motiveringsgrondslae te kyk nie. Katz et al (1974:24) het reeds tien jaar gelede beklemtoon dat daar 'n gebrek aan 'n relevante teorie van sosiale en psigologiese behoeftes is.

Katz et al (1973:166-167) het in hul studie, om te bepaal wat die verhouding tussen

behoefte en bevrediging deur die media is, die volgende vyf groeperinge van behoeftes gegee:

- (a) behoeftes wat inligting, kennis en begrip versterk (kognitiewe behoeftes);
- (b) behoeftes wat estetiese, genotvolle en emosionele ervarings versterk (affektiewe behoeftes);
- (c) behoeftes gerig daarop om geloofwaardigheid, vertroue, stabiliteit en status te versterk (Dit kombineer beide kognitiewe en affektiewe elemente en kan integrerende behoeftes genoem word);
- (d) behoeftes gerig daarop om kontak met die familie, vriende en die wêreld (kan ook gesien word as 'n integrerende behoefte) te versterk; en
- (e) behoeftes wat verband hou met ontvlugting of die vermindering van spanning wat hulle definieer in terme van die verslapping van kontak met die self en die mens se sosiale rolle.

Volgens Katz et al (1974:24-25) kan bestemmingsbevrediging verkry word uit ten minste drie duidelike bronne, naamlik media-inhoud, blootstelling aan die media op sigself en die sosiale konteks wat die situasie van blootstelling aan die verskillende media tipeer. Heelwat aandag is in navorsing aan media-inhoud as bron van bevrediging gegee, terwyl die ander twee bronne minder aandag geniet het.

De Jager (1979:115) verwys na Maslow se tipering van behoeftes en meen dat die mens direk of indirek kommunikeer ter bevrediging van sy behoeftes wat psigies, fisies, emosioneel of rasioneel kan wees. As verantwoordelike, denkende wese is die mens nie die slaaf van hierdie behoeftes nie, maar kan hy sy omwêreld ook selfwillend, selfbeslissend en selfbepalend hanteer (De Jager, 1979:131).

Katz et al (1974:24) stel dat 'n mens eerder behoort terug te werk, dit wil sê, van beloning na behoefte. Ten opsigte van inligting kan die waarnemingsfunksie ("surveillance") teruggevoer word na 'n behoefte aan sekuriteit of die bevrediging van nuuskierigheid. Versterking van waardes en houdinge mag spruit uit 'n behoefte vir verskering dat jy reg het; en pogings om inligting te korreleer mag spruit uit 'n meer basiese behoefte om jou kognitiewe vaardighede ten opsigte van die omgewing te ontwikkel. "Similarly, the use of fictional (and other) media materials for 'personal reference' may spring from a need for self-esteem; social utility functions may be traced to the need for affiliation; and escape functions may be related to the need to release tension and reduce anxiety" (Katz et al, 1974:24).

'n Belangrike bevinding van Katz et al (1973:176) is dat die media nie 'n enkele

behoefte eksklusief bevredig nie. Verder skryf Katz et al (1974:75) dat dieselfde soort materiaal ("same set of materials") wat deur die media gebruik word, in staat is om 'n verskeidenheid van behoeftes en funksies van die bestemming te vervul. Omgekeerd kan sekere behoeftes deur verskillende media bevredig word (Becker, 1979: 72).

Katz et al (1973:167) het ook gevind dat die belangrikheid van behoeftes van mens tot mens en tussen subgroepe en kulture verskil, en Moeller (1979) glo ook dat behoeftes nie uitsluitlik deur die media bevredig kan word nie. Sodra persoonlike kontak, primêr met vriende, in belangrikheid toeneem, neem die rol van die media, om behoefte te bevredig, af (Katz et al, 1973; Moeller, 1979).

Katz et al (1974:26) maak verder die stelling dat, as mense byvoorbeeld die lees van koerante assosieer met die behoefte om ingeskakel te voel by die groter gemeenskap, dit moeilik is om die waarneembare kwaliteite van die media te skei van die intrinsieke kwaliteite. Becker (1979), Katz et al (1974) en Lichtenstein & Rosenfeld (1983) beklemtoon 'n belangrike aspek wat hier ter sprake is, naamlik dat daar by die mens 'n sekere beeld van die media bestaan. Hierdie medium word gebruik ter bevrediging van 'n behoefte en nie noodwendig ter wille van die inhoud daarvan nie - gevolglik speel die inhoud 'n sekondêre rol.

Uit die voorafgaande paragrafe het geblyk dat daar verskeie behoeftes by die mens bestaan, maar die doel was egter nie om hier 'n lys van behoeftes saam te stel nie, maar slegs te wys op 'n aantal behoeftes wat dominant was in gebruik-en-beloningstudies. Die belangrikste aspekte wat in gedagte gehou moet word, is dat daar sekere behoeftes by die mens bestaan; hierdie behoeftes verskil van mens tot mens, kulture, groepe, ens.; die massamedia is wel in staat om verskeie van hierdie behoeftes te bevredig (alhoewel nie almal nie); en dat een medium ook verskeie behoeftes kan bevredig. Daarom is dit nou nodig om kortliks op 'n aantal funksies van die massamedia te let.

3.7 FUNKSIES VAN DIE MEDIA VOORTSPRUITEND UIT GEBRUIK-EN-BELONINGSTUDIES

In die voorafgaande deel is gewys op die behoeftes wat by die mens bestaan en hoe die media hierdie behoeftes kan bevredig. In Hoofstuk 2, wat die medium as uitgangspunt het, is daar gewys op die belangrikste primêre en sekondêre funksies wat die media verrig. Die doel van hierdie afdeling is nie om 'n lys van funksies saam te stel nie, maar om slegs 'n aantal van hierdie funksies, soos hoofsaaklik voortspuitend uit studies betreffende die gebruik-en-beloningbeandering, uit te lig. Verskeie van hierdie funksies oorvleuel mekaar egter en stem ooreen met die funksies wat in Hoofstuk 2 aangedui is.

Blumler (1979) se benadering tot die funksies van die media stem baie ooreen met dié van Golding (1977) en McQuail, Blumler & Brown (1972). Palmgreen et al (1980: 167-168) beskryf dit as (a) kognitief, (b) ontspanning en (c) persoonlike identiteit. Die kognitiewe oriëntasie sluit "waarneming" en "verkenning van die werklikheid" in. Beide dié funksies reflekteer die algemene soeke na inligting (vgl. studies van Dotan & Cohen, 1976; Klapper, 1960; Peled & Katz, 1974) en is ooreenstemmend met Lasswell (1948) se idee van waarneming van die omgewing. (By die plaaslike koerant gaan dit om waarneming van plaaslike gebeure). "Ontspanning" sluit in ontvlugting, vermaak en opwekkingsfunksies en kan direk verbind word met Wright (1960) se vermaakfunksie. (By die plaaslike koerant kom hierdie funksie in 'n mindere mate as by die dagblad voor). Die "persoonlike identiteitsfunksie" kan verbind word met Lasswell (1948) se beskouing van korrelasie tussen die dele van die gemeenskap en sosiale oorerwing. Hierdie funksie help die individu om 'n "sosiale plasing" in verhouding met andere daar te stel deur middel van twee interaktiewe teenstrydige prosesse wat afgelei word uit ervaring met die media. Skrywers soos Elliot (1974), Johnstone (1974) en Nordenstreng (1969) steun laasgenoemde stelling en is van mening dat die basiese motivering vir die gebruik van die media uit 'n behoefte aan sosiale kontak spruit. (In Hoofstuk 4 word aangedui dat die lesers van die plaaslike koerant hierdie medium gebruik om ingeskakel te word by die gemeenskap).

Die funksies van vermaak en kompensasie vir gebrek aan vriende word gesteun deur bevindinge van studies deur Blumler, Brown & McQuail (1972), Compesi (1980) en Warner & Henry (1948). Die belangrikheid van die funksies van ontvlugting en inligting/opvoeding word beklemtoon deur die studie van Weis (1971). Wat politiek betref, het Katz et al (1973) gevind dat die media 'n belangrike rol vervul om sosio-politieke behoeftes te bevredig en Rubin (1978) stel dat televisie belangrike agente vir politieke sosialisasie is. Laasgenoemde twee stellings kan nie op die plaaslike koerant toegepas word nie, aangesien hierdie medium hoofsaaklik politiek neutraal staan.

In 'n hele aantal studies het verskeie faktore wat verband hou met mediagebruik na vore getree. Die bevindinge van navorsers soos Abel & Wirth (1977); Burgoon, Burgoon & Wilkinson (1981); Cassata & Asante (1979); Chaffee & Choe (1981); Katz et al (1973); Kippax & Murray (1980); Mulder (1980); Rao (1977); Singletary & Lipsky (1977) en Tillinghast (1981) het aanleiding gegee tot breë veralgemenings ten opsigte van mediagebruik soos blyk uit die volgende punte. (Hierdie bevindinge is belangrik aangesien dit uiteindelik weer met die bevindinge van die lesersopname in Hoofstuk 9 in verband gebring word).

- (a) Seleksie van ernstige en inligtinggewende materiaal styg met toename in ouderdom en opleiding;
- (b) gebruik van die gedrukte media styg met toename in opleiding;
- (c) as 'n persoon se verantwoordelikhede meer word en die tyd wat hy aan die media spandeer minder, wend hy hom meer tot die gedrukte media vir inligtingsmateriaal - veral tot die koerant wat vrylik beskikbaar is;
- (d) die ontspanningsdeel van die media ondergaan nie sulke veranderinge nie. Die meeste mense stel hulle vir hul hele lewe bloot aan die audio-visuele media vir ontspanning/vermaak;
- (e) mense met 'n hoër sosio-ekonomiese status en persone wat aktief na nuus soek, sien die gedrukte media as meer geloofwaardig as byvoorbeeld televisie;
- (f) om koerant te lees is 'n sterker gesosialiseerde gewoonte, hoewel minder universeel as om televisie te kyk.

Uit die voorafgaande is dit duidelik dat die mens sekere behoeftes het en dat die massamedia sekere funksies verrig om hierdie behoeftes te bevredig. Uit verskeie studies het dit egter geblyk dat die media op verskillende wyses deur die individu gebruik kan word, en dat die benutting van die media deur 'n hele aantal faktore beïnvloed kan word. Toggerson (1981:89) het gevind dat 'n gekombineerde media-aanslag 'n groter effek op die individu se gedrag het, en dat reaksies vinniger was en langer geduur het in onderwerpe wat deur gekombineerde media aangebied is. Hy het gevind dat die bron van mediaboodskappe 'n verskil kan maak aan die "magnitude, delay and duration of audience behaviour" (Toggerson, 1981:89). Hierdie uitwerking van boodskappe sal egter nie by die Suid-Afrikaanse plaaslike koerant gevind word nie, aangesien dit boodskappe is wat slegs in een medium voorkom en nie gesteun word deur ander nie (behalwe waar meer as een plaaslike koerant in een geografiese gebied uitgegee word).

3.8 ENKELE LEENTES IN DIE GEBRUIK-EN-BELONINGBENADERING

Hoewel die gebruik-en-beloningbenadering redelik gewild is, bestaan daar teoretiese leentes wat nie maklik geïgnoreer kan word nie. Die afgelope tien jaar het kritici reeds op beperkinge van die benadering gewys en hierdie beperkinge is vandag nog ewe opvallend. Elliot (1974) wys daarop dat die benadering inderdaad a-teoreties is en Swanson (1978) stem hiermee saam. Swanson (1978) verwys na vier konsepsuele probleme soos 'n vae konsepsuele raamwerk, 'n gebrek aan duidelike gespesifiseerde konsepte, verwarring oor die onderliggende apparatuur en 'n onvermoë om persepsie as 'n aktiewe proses te verreken. Daar word kortliks na hierdie vier

probleme, soos beskryf deur Swanson (1978:11-16), gekyk.

- (a) Die eerste belangrike probleem is 'n vae konsepsuele raamwerk. Daar is reeds vroeër daarop gewys dat die gebruik-en-beloningbenadering funksioneel van aard is, soos bepaal deur Wright (1960). Swanson (1978) sê egter dat 'n aantal navorsers op die gebied van gebruike en beloning die noodwendige verhouding tussen die benadering en die funksionalisme misken. Hulle beskou die benadering as 'n navorsingstrategie wat verskeie nie-funksionele posisies kan inneem. Om dié teenstrydige opinies op te los, behoort onomwonde gesê te word wat die konsepsuele grondslae van die gebruik-en-beloning navorsing is.
- (b) Die tweede probleem is 'n gebrek aan duidelik gespesifiseerde konsepte, byvoorbeeld in die betekenis van sommige terme soos "funksie", "gebruik", "bevrediging", "motief" en "behoefte". Daar bestaan 'n neiging om slegs funksies te vind sonder dat hulle enige spesifieke verband hou met die handhawing van die sisteem en min aandag word aan disfunksies gegee. Hierdie bogenoemde terme moet gespesifiseer word in terme van die gebruik-en-beloningbenadering en ook hul verhouding moet in een of ander bewyskrachtige teoretiese struktuur gespesifiseer word (Swanson, 1978:12).
- (c) Volgens Swanson (1978:13) is die derde probleem verwarring oor die onderliggende apparatuur. Dit is nog nie duidelik (1) wat die noodsaaklike komponente van die gebruik-en-beloningverklaring is nie; (2) hoe hierdie komponente te werk gaan om 'n bevredigende verklaring te gee nie; of (3) hoe 'n gebruik-en-beloningverklaring van 'n ander verklaring, waarvan 'n mens dalk dieselfde gedrag kan verduidelik, verskil nie.
- (d) Die laaste konsepsuele probleem volgens Swanson (1978:13) is 'n onvermoë om persepsie as 'n aktiewe proses te verreken: "... a curious failure to take seriously what is perhaps the approach's most basic tenet, that persons are active rather than passive mechanical responders assumed by earlier effects approaches."

Wanneer 'n mens gevolglik die gebruik-en-beloningbenadering ondersoek, blyk dit dat daar nie gelet is op werklike motivering wat by die gebruiker van die massamedium bestaan nie. Die wyse waarop Blumler-hulle ongeag, en selfs ten spyte van, bestaande kennis van motiveringstrukture voortgaan om uit te brei op die ontdekking van behoeftes, herinner onwillekeurig aan McDougal se instinkteleer. Tydens die eerste dekades van hierdie eeu het hy die mens se gedrag probeer verklaar aan die hand van immer uitbreidende reekse instinkte. Alhoewel die psigologie tog

uiteindelik tot 'n finale ordening van behoeftes gekom het, lyk dit in hierdie stadium nie of die gebruik-en-beloningbenadering 'n herontdekking ten opsigte van motivering gemaak het nie.

Daar is dus nie sprake van 'n teorie nie. As hierdie werkswyse in oënskou geneem word, moet tot die gevolgtrekking gekom word dat hierdie benadering as 'n induktiewe teorie beskou moet word (vgl. byvoorbeeld Marx, 1973). Dit is naamlik so dat die "teorie" vandag bestaan uit 'n opsomming van die bevindings van die verskillende empiriese studies.

3.9 SAMEVATTING

Wanneer die voorafgaande gegewens in ag geneem word, word gevind dat die gebruik-en-beloningbenadering 'n belangrike rol speel om die gebruik van die media te verklaar. Groenewald (1980:52-53) som die benadering soos volg op:

"... mense se gebruik van massamedia berus op die keuse om persoonlike doelstellings te bereik soos begrip en die oplossing van probleme. Gebruikers neem inisiatief om massakommunikasie met individuele behoeftes te korreleer. Ontvangers van massakommunikasie is nie onkrities of word nie passief beïnvloed deur boodskappe nie. Individuele en publieke opinies dien as 'n balanserende faktor teenoor die massamedia. Laasgenoemde ding ook met ander bronne mee om die bevrediging van ontvangers se behoeftes. Mense ondervind 'n hele spektrum van behoeftes waarvan slegs sommige deur massakommunikasie bevredig kan word."

Dit is dus logies om te redeneer dat die mens gebruik maak van massakommunikasie omdat hy iets daaruit wil put. Gevolglik kan gesê word dat die mens spesifieke behoefte(s) het en dat hy om dié rede van sekere media gebruik maak. Dié spesifieke medium of media bied aan hom die "inligting" wat die meeste voorsien in sy behoefte(s), daarom vervul dié medium spesifieke funksies.

Dit het uit verskeie studies geblyk dat daar 'n groot aantal behoeftes bestaan wat deur verskeie funksies bevredig kan word. Net so ook is daar gewys dat een medium of medium-inhoud verskeie behoeftes kan bevredig en dat een behoefte deur verskeie media bevredig kan word. Wat egter vir die doel van hierdie studie van belang is, is die feit dat verskeie studies wel getoon het dat daar tog definitiewe behoeftes by die mens bestaan en dat hierdie behoeftes in sekere gevalle meesal deur massakommunikasie bevredig kan word. Ook is daar sekere behoeftes wat hoofsaaklik deur spesifieke media vervul kan word, en dit is hier waar die plaaslike koerant as kommunikasiemedium ter sprake kom. Die plaaslike koerant, so word aangeneem, het sy ontstaan te danke aan spesifieke behoeftes wat by sekere groep(e) mense bestaan en

die inhoud van hierdie koerant voorsien in die betrokke behoeftes.

Ondanks die leemtes wat die gebruik-en-beloningbenadering openbaar, het dit daarin geslaag om die fokus skerp te laat val op die standpunt dat die mens aktief betrokke is by die hele kommunikasieproses. Dit gaan vandag oor "wat doen die mens met die media" en nie meer "wat doen die media aan die mens" nie. As sodanig bied hierdie benadering 'n heuristiese raamwerk vir die empiriese studie wat gemik is op die behoeftes van die plaaslike koerant se lesers en hoe hierdie medium hierdie behoeftes bevredig (indien wel).

In die volgende hoofstuk kom die plaaslike koerant as kommunikasiemedium onder die soeklig en in Hoofstuk 5 word 'n spesifieke plaaslike koerant, Die Noordelike Stem (D N S), aan die orde gestel. In die daaropvolgende hoofstuk word 'n kort literatuuroorsig en uiteensetting van die empiriese studies gegee. In Hoofstuk 7 word die inhoudsontleding wat op 27 uitgawes van hierdie koerant gedoen is, behandel. In Hoofstuk 8 en 9 word die lesers van hierdie plaaslike koerant betrek wanneer die resultate, verkry uit 250 vraelyste, bespreek word. Uiteindelik word gepoog om die bevindinge van die teoretiese gedeelte in verband te bring met die empiriese bevindinge.

van gedrukte media, met toename in ouderdom en opleiding styg;

- (b) as 'n persoon se verantwoordelikhede meer word en die tyd wat hy aan die media kan spandeer minder, wend hy hom meer tot die gedrukte media vir inligtingsmateriaal; en laastens,
- (c) om koerant te lees 'n sterk gesosialiseerde gewoonte is.

Hierdie veralgemenings kom weer by die lesersopname ter sprake.

Wanneer die plaaslike koerant in die lig van bogenoemde as kommunikasiemedium in oënskou geneem word, blyk dit dat dié medium gerig is op 'n bepaalde groep(e) mense in die gemeenskap binne bepaalde geografiese grense. Hierdie koerant is 'n openbare medium met dieselfde take, funksies en doelstellinge as enige ander openbare medium. Die verskil tussen die plaaslike koerant en die ander media is die terrein waarop, of gebied waarin, hierdie plaaslike koerant sy invloed laat geld.

Wat die aard van die plaaslike koerant betref, is aangedui dat dit 'n aanvullende en nie 'n plaasvervangende medium is, wat gewoonlik op Woensdae of Donderdae versprei word nie. Die geografiese gebondenheid bepaal sy inhoud, oplaag en periodisiteit, terwyl sy bestemming as relatief homogeen beskou word, omdat hulle baie in gemeen het. Hierdie koerant het 'n sterk persoonlike aanslag, word stadig en deeglik gelees en bly die hele week lank in die huis rondlê.

Van die koerant se beperkinge is die volgende: 'n kleiner personeel, "verslaggewers" sonder enige joernalistieke opleiding, word soms aangestel en minder kapitaal.

Die redaksionele gedeelte van die koerant verskaf nuus en wel agtergrondinligting of kommentaar met die klem op plaaslike gebeure of bepaalde maatskaplike vraagstukke of dit is gerig op bepaalde groepe in die samelewing. Indien die koerant 'n hoofartikel het, handel dit selde oor kontemporêre sake.

Wat die spesifieke funksies van die plaaslike koerant betref, is sy hoofdoel om plaaslike nuus te verskaf, en verder om ongerymdhede in die plaaslike lewe en plaaslike regering te ontbloot, om publisiteit te verskaf vir goedere en dienste, kennisgewings, vakante betrekkings, ens.

Sy funksies behels ook die handhawing van 'n gelukkige gees in die gemeenskap en die bevordering van die algemene publieke welsyn, daarom word berigging wat konflik kan veroorsaak, vermy.

Oor die spesifieke gebruik van die plaaslike koerant, is gevind dat lesers hierdie

koerant benut vir die plaaslike nuusdekking wat dit verskaf. Ondersoeke het ook getoon dat lesers min belangstelling getoon het in verenigings, organisasies, formele aktiwiteite en ander sosiale instellings (skole uitgesluit).

Verdere bevindings deur navorsers het getoon dat hofverslaggewing in die plaaslike koerant onvoldoende was; dat die plaaslike koerant baie nie-plaaslike nuus bevat, en baie munisipale nuusdekking gee.

Wat advertensies betref, dra die plaaslike koerant nasionale, plaaslike en geklassifiseerde advertensies. Die advertensiebelading wissel tussen 60 % en 65 %.

Verskeie van bogenoemde stellings kom weer in latere hoofstukke ter sprake.

6.3 DOELSTELLING

In hierdie ondersoek is die twee empiriese studies, naamlik 'n inhoudsontleding en lesersopname, aangepak om te bepaal hoe 'n plaaslike koerant in die praktyk daar uitsien en hoe hierdie koerant deur die publiek waargeneem word.

6.4 INHOUDSONTLEDING

'n Inhoudsontleding is op D N S uitgevoer om te bepaal watter, en in watter mate, sekere berigte, artikels, ens. in hierdie koerant voorkom. Derhalwe kan bepaal word of hierdie koerant voldoen aan sekere vereistes vir die plaaslike koerant, soos gestel in Hoofstuk 4.

'n Ontleding is gedoen op 27 uitgawes van D N S wat 'n tydperk van een jaar dek. Sestien kategorieë is geselekteer en die inhoud van die koerant is daarvolgens geanaliseer. Uiteindelik is die totale van hierdie kategorieë vir al 27 uitgawes bereken en gemiddeldes, wat verteenwoordigend van hierdie betrokke uitgawes was, is bepaal. Daaruit kon afgelei word wat die meeste en minste in hierdie koerante, oor 'n tydperk van een jaar, verskyn het, en of dit ooreenstem met die teoreties-bepaalde kriteria vir 'n plaaslike koerant.

6.5 LESERSOPNAME

Die doel van die lesersopname, wat 250 respondente betrek het, was om vas te stel waarom en hoe die lesers D N S lees en dit hou vervolgens verband met die gebruik-en-beloningbenadering (vgl. Hoofstuk 3).

Alle inligting wat deur die respondente verskaf is, is egter nie in hierdie studie gerapporteer nie. As gevolg van ruimte-oorwegings is slegs aan die belangrikste vrae in die vraelys aandag gegee. Sommige vrae (byvoorbeeld vraag 33 sowel as vrae 26 en 27) was nie vir verwerking bedoel nie, maar as 'n diens vir onderskeidelik die redaksie van D N S en die Departement Kommunikasiekunde van die Universiteit van die Oranje-Vrystaat.

6.6 SAMEVATTING

In hierdie hoofstuk is 'n kort oorsig van die voorafgaande teoretiese hoofstukke gegee en is gemotiveer waarom die twee empiriese studies uitgevoer is.

INHOUDSONTLEDING VAN DIE NOORDELIKE STEM

7.1 INLEIDING

In die voorafgaande hoofstukke is die teoretiese grondslag gelê vir die empiriese ondersoek wat oor Die Noordelike Stem gedoen is. Hierdie ondersoek betrek twee aspekte, naamlik 'n inhoudsontleding en 'n lesersopname.

In Hoofstuk 6 is aangetoon dat 'n inhoudsontleding op hierdie plaaslike koerant gedoen is om te bepaal wat in die koerant verskyn en of die koerant as gevolg van sy inhoud derhalwe as 'n plaaslike koerant geklassifiseer kan word. In die volgende paragrafe word hierdie inhoudsontleding bespreek en aandag word geskenk aan aspekte soos die steekproef, meeteenhede, kategorieë, prosedure, betroubaarheid en resultate.

7.2 STEEKPROEF

Die ontleding is gedoen op 27 uitgawes van D N S met die eerste uitgawe op 4 Desember 1981 en die laaste op 3 Desember 1982. 'n Datum (1 Desember 1981) is op toevallige wyse geselekteer wat meegebring het dat 4 Desember 1981 as die eerste uitgawe vir die ontleding gebruik is. Elke alternatiewe weeklikse uitgawe van 'n jaar se koerante is gebruik en daar is dus van 'n sistematiese steekproef van datums gebruik gemaak. Op dié wyse kon seisoensfluktuasies in die inhoud nie 'n skewe beeld veroorsaak nie.

7.3 MEETEENHEDE

Wyne & Mullen (1965:108) het 'n meeteenheid ontwerp wat hulle die "Basic Space Unit" (BSU) noem. Die BSU word gedefinieer as 'n area van een kolom breed en 'n een-twentigste van 'n kolom lank. Die voordele van hierdie meeteenheid word as volg omskryf:

"On a practical level, the basic advantage of the BSU is that it permits more complete studies of larger samples of newspaper content over longer time spans. On a theoretical level, the basic advantage of the BSU is that it connects the selection of content units with the over-all sampling process and thus with a large body of sampling theory" (Wyne & Mullen, 1965:110).

As gevolg van bogenoemde voordele verbonde aan hierdie meeteenheid is besluit om dit op hierdie ondersoek toe te pas. Vir die doel van hierdie studie is die term BSU vertaal met BOE (Basiese Oppervlakte-eenheid).

Die eerste drie koerante wat ontleed is (d.w.s. 4 en 18 Desember 1981 en 1 Januarie 1982) het gemiddeld uit 121,5 eenhede per bladsy bestaan, aangesien hierdie koerant nog in ses kolom gedruk was. Op aanbeveling van die NPU is die aantal kolomme per bladsy, vanaf 8 Januarie 1982, tot sewe kolom per bladsy vermeerder, wat die gemiddelde aantal eenhede per bladsy op 141,75 te staan gebring het. Alle eenhede is egter uiteindelik uitgedruk as 'n persentasie van die totale aantal eenhede waaruit die betrokke uitgawe van die koerant bestaan en die verandering in aantal kolomme kon dus nie 'n invloed op die resultate uitoefen nie. Dit is belangrik om daarop te let dat, volgens die redaksie van D N S (vgl. Hoofstuk 5), die betrokke koerant se kolomme 'n lengte van 40 cm het, maar wanneer hierdie kolomme fisies gemeet is, was hul lengte gemiddeld 40,25 cm en soms selfs langer.

7.4 KATEGORIEË

Die kategorieë is vasgestel op grond van die verskyningsfrekwensie van berigte in die koerant, soos bepaal in 'n loodsondersoek wat enkele uitgawes behels het, asook resultate wat spruit uit die teorieë van gebruik-en-beloning. (Die items wat in die vraelys gebruik is, is in beginsel uit hierdie kategorieë afgelei, alhoewel sekere voor-die-handliggende veranderinge wel aangebring moes word. Hieroor later meer.)

Die kategorieë wat gebruik is, sien as volg daar uit (die simbool wat die kategorie verteenwoordig, word in hakies aangedui): (A) MISDAAD; (B) LANDBOU; (C1) KLEIN ADVERTENSIES; (C2) GROOT ADVERTENSIES; (C3) REDAKSIONELE ADVERTENSIES; (D) SPORT; (E) VERENIGINGSLEWE; (F) VERMAAK; (G) SKOLENUUS; (H) MUNISIPALE NUUS; (I) NIE-PLAASLIKE NUUS; (J) ALGEMENE PLAASLIKE NUUS; (K) REDAKSIONEEL; (L) RELIGIEUS; (M) MASHOOF; (N) RUBRIEKE/ARTIKELSTOF.

Dit is belangrik om daarop te let dat verskeie berigte in meer as een kategorie kon val, byvoorbeeld: 'n skool (SKOLENUUS) hou 'n sportbyeenkoms (SPORT) om geld in te samel vir die Rotariërs (VERENIGINGSLEWE). Die kategorieë self was klaarblyklik wedyds uitsluitend. In derglike gevalle moes diskresie gebruik word om te bepaal watter aspek die swaarste gewig dra. Hierdie interpretasie kan egter van beoordeelbaar tot beoordelaar verskil, en het dan ook 'n invloed gehad by beoordeling. Deur egter die betroubaarheid van die beoordelings empiries te bepaal, is 'n statistiese kontrole op hierdie moontlikheid uitgeoefen.

Die uitgangspunt was egter deurgaans om te bepaal of die koerant aan die vereistes van 'n plaaslike koerant voldoen, dit wil sê om verslag te lewer op plaaslike vlak. Daarom is streng gelet op die plaaslike inslag van die berig, behalwe by LANDBOU-NUUS. In hierdie gevalle is byvoorbeeld nuwe bemesting, spuitstowwe, pryse in ander

sentra, ens., ook vir die plaaslike boer van belang (vgl. De Beer, 1977:39-45 se uiteensetting van nuuswaardes in terme van intensiteit en ruimte soos aangedui in Hoofstuk 4). Daar was soms berigte wat vir die sportliefhebber van belang mag wees, byvoorbeeld sokkeruitslae in Johannesburg, maar die is nie plaaslike sportnuus nie, en dit is dan gevolglik as NIE-PLAASLIKE NUUS geklassifiseer. So ook is 'n verklaring wat in Pretoria uitgereik is dat postariewe verhoog word, vir elke landsburger van belang, maar dit is nie 'n verklaring op plaaslike vlak nie.

'n Kort beskrywing van elke kategorie word vervolgens gegee.

7.4.1 Misdaad (A)

Alle plaaslike misdaadverslaggewing, byvoorbeeld hofsake, aanrandings, verkeers-oortredings, diefstalle, ens.

7.4.2 Landbou (B)

Alle landbounuus, -verslae, -kongresse, -oesdae, -verklarings, ens. Die nuus was selde suiwer plaaslik, maar omdat die gemeenskap uit 'n groot aantal boere bestaan, is baie ruimte hieraan afgestaan (vgl. De Beer, 1977:39-45).

7.4.3 Klein advertensies (C1)

Alle klein, geklassifiseerde advertensies, byvoorbeeld die eiendomsgids, geregtelike advertensies, ens.

7.4.4 Groot advertensies (C2)

Alle vertoonadvertensies.

7.4.5 Redaksionele advertensies (C3)

Advertensies geplaas deur die redaksie self, byvoorbeeld "Lees Die Noordelike Stem", "Ondersteun die adverteerders", ens. Gewoonlik word dié tipe advertensie gebruik om oop ruimtes weens gebrek aan òf nuus òf advertensies te vul.

7.4.6 Sport (D)

Alle plaaslike sport, behalwe skolesport wat onder SKOLENUUS val.

7.4.7 Verenigingslewe (E)

Alle berigte oor plaaslike verenigings soos die Rotariërs, Rapportryers, ens.

7.4.8 Vermaak (F)

Berigte op die "vermaak"-blad wat betrekking het op vermaak, sowel as ander berigte oor danse, uitstallings, konserte, besoekende kunstenaars, ens. Advertensies in hierdie verband is egter onder ADVERTENSIES geklassifiseer.

7.4.9 Skolenuus (G)

Baie ruimte is afgestaan aan skolenuus as gevolg van die groot aantal skole in die sirkulasiegebied. Alle nuus oor sportbedrywighede van skoolkinders, byeenkomste, prestasies, verkiesings, nuwe onderwysers, ens. het hieronder geressorteer. Waar 'n leerling egter as lid van 'n oop sportklub presteer het, was dit nie as suiwer skolenuus gereken nie, maar as SPORTNUUS.

7.4.10 Munisipale nuus (H)

Alle verslae, kennisgewings, ens. wat deur die stadsraad uitgereik is, byvoorbeeld erfbelastings, watertariewe, verkiesings, begrotings, ens. Nuus oor die biblioteek was egter onder ALGEMENE PLAASLIKE NUUS geplaas, aangesien die publiek dit nie as deel van die munisipaliteit beskou nie.

7.4.11 Nie-plaaslike nuus (I)

Alle berigte en verklarings, uitsluitend rubrieke en artikels, wat nie op plaaslike gebeure betrekking het nie.

7.4.12 Algemene plaaslike nuus (J)

Alle plaaslike gebeure wat nie onder die voorafgaande kategorieë val nie, byvoorbeeld sterftes, geboortes, huwelike, aftredes, prestasies, ongelukke, onthale en algemene interessante plaaslike wetenswaardighede.

7.4.13 Redaksioneel (K)

Hierdie koerant het nie 'n hoofartikel nie, en redaksionele stof is beperk tot enkele opmerkings, kennisgewings, voorwaardes vir aanvaarding van advertensies en briewe.

7.4.14 Religieus (L)

Dit sluit nie nuus oor kerke in nie (dit val onder ALGEMENE PLAASLIKE NUUS), maar wel stof met religieuse strekking, byvoorbeeld "Woord van die week", "Ligstraaltjies", ens.

7.4.15 Mashoof (M)

Slegs een mashoof, naamlik die naam van die koerant op die voorblad was hier ter sprake. Alle ander opskrifte soos "Vermaak", "Eiendomsgids", "Betrekkings", ens. was saam met die betrokke eenhede wat hulle aandui, gereken.

7.4.16 Rubrieke/Artikelstof (N)

Drie gereelde rubrieke (religieus uitgesluit) naamlik "Iets uit die verlede", "Griewerubriek", "Gesels saam met Jan" en later ook "Vra vir Sue" het hieronder geval. Ook alle artikelstof soos byvoorbeeld die motorblad, tandesorg, tekens van kanker en hoe om pospakkies te versend.

7.4.17 Totaal (O)

Hierdie was nie 'n formele kategorie nie, maar slegs 'n tabel waarin die totale aantal BOE's vir die betrokke bladsy aangedui is (Bylae B is 'n voorbeeld van hoe elke koerant ontleed is). Die onderskeie kategorieë is deur middel van simbole aangedui. Die totaal van elke kategorie is onder aan die bladsy aangedui en is verwerk tot 'n persentasie van die totale aantal BOE's waaruit die betrokke uitgawe bestaan het.

7.5 PROSEDURE

'n Transparant is as masker gebruik nadat dit verdeel is in ses kolomme met 21 BOE's elk (vir dié uitgawes gedruk in ses kolom) en een met sewe kolomme van 21 BOE's elk (vir dié uitgawes gedruk in sewe kolom). Die masker is bo-oor die betrokke uitgawes se bladsye geplaas. Die betrokke berigte/advertensies/artikels/rubrieke is gemeet en in verskillende kategorieë ingedeel. Die standaard aantal eenhede per kolom (beide ses of sewe kolom) was 20,25, alhoewel afwykings wel voorgekom het.

'n Volblad advertensie is deurgaans beskou as óf 121,5 BOE's (ses maal 20,25 eenhede) óf 141,75 BOE's (sewe maal 20,25 eenhede) asook bladsye wat bestaan het uit 'n aantal vertoonadvertensies wat saam 'n volblad maak, behalwe wanneer ooglopende

afwykings sigbaar was.

Berigte is gemeet van die lyn wat die berigte/advertensies van mekaar skei tot op die volgende lyn, en in afwesigheid van 'n lyn, vanaf die boonste gedeelte van die gedrukte letters tot by die onderste punt van die laaste gedrukte reël. Indien daar by advertensies 'n onderste lyn ontbreek het, is dit gemeet tot onder die reklamemaatskappy se naam. Waar berigte of advertensies van dieselfde aard, onder of langs mekaar verskyn het, is dit gesamentlik gemeet om tyd te bespaar.

Alle gegewens in die betrokke berigte is deeglik nagegaan, aangesien opskrifte nie altyd die werklike inhoud weerspieël nie.

Addisionele bladsye is dikwels in sekere uitgawes ingevoeg, gewoonlik A, B, C of D gemerk, en is as deel van die oorspronklike koerant beskou. Bylaes is nie by die berekeninge in aanmerking geneem nie.

Nadat die aantal BOE's vir elke berig, ens. onder die verskillende kategorieë aangedui is, is die totaal van elke bladsy se eenhede van die betrokke uitgawe gekry, asook die totaal per kategorie. Hierdie totale van die kategorieë is weer verwerk tot 'n persentasie van die totale aantal BOE's waaruit die betrokke uitgawe bestaan (kyk Bylae B).

Hierdie persentasie van elke uitgawe, onder die verskillende kategorieë, is daarna aangedui in Tabel 7.1 en die algemene gemiddelde persentasie van al 27 koerante is uitgewerk (kyk bladsy 65).

7.6 BETROUBAARHEID

Twee uitgawes van die 27 koerante wat ontleed is, is deur 'n onbetrokke beoordelaar getoets om die betroubaarheid van die navorser se ontleding te bepaal. Die beoordelaar is 'n lektrise met 'n M A-graad in Kommunikasiekunde aan die Universiteit van die Oranje-Vrystaat. Die datums van die onderskeie uitgawes is op toevallige wyse geselekteer, naamlik 18 Desember 1981 en 10 September 1982.

Omdat die eenhede verdeel was in 0,25; 0,50 en 0,75 het dit 'n geringe invloed op die aantal eenhede gehad, indien dit afsonderlik gemeet is.

Om die betroubaarheid van die meetprosedure te bepaal, is gebruik gemaak van Holsti

(1969:140) se R-toets. Die formule is:

$$R = \frac{2(C1,2)}{C1 + C2}$$

waar C1,2 die totale aantal eenhede is waaroor die twee beoordelaars saamgestem het, en C1 en C2 die totale aantal eenhede wat gemeet is. Die betroubaarheid tussen die beoordelaar en navorser was as volg:

18 Desember 1981: 0,94; en 10 September 1982: 0,91.

'n Betroubaarheid van 94 % en 91 % is onderskeidelik gevind en verteenwoordig as sodanig 'n baie hoë ooreenkoms tussen die twee beoordelaars.

7.7 HIPOTESE

Hierdie studie was 'n verkennende en beskrywende ondersoek en daarom kon daar kwalik hipoteses geformuleer word om die ondersoek en ontleding te rig. Trouens, 'n sodanige ondersoek is eintlik alreeds in die formulering van kategorieë gedoen. Nogtans is dit nuttig om aan die hand van die literatuuroorsig 'n algemene werkshipotese, wat as verwagting kan geld, te formuleer. Vir die doel van hierdie ondersoek kan so 'n werkshipotese as volg lui:

- Advertensies sal die meeste punte opneem (aangesien dit die finansieringsbron van die plaaslike koerant is);
- Algemene plaaslike nuus, wat 'n groot aantal van die lesers potensieel raak, sal relatief veel ruimte opneem; en
- Nie-plaaslike nuus sal relatief min ruimte in beslag neem.

7.8 RESULTATE

Die gemiddelde persentasie BOE's per kategorie vir elke geselekteerde koerant is in Tabel 7.1 weergegee. Hierdie tabel, waar die totale aantal BOE's per kategorie van 'n bepaalde uitgawe, uitgedruk is as 'n persentasie van die totale aantal BOE's waaruit die bepaalde uitgawe bestaan, toon 'n groot verskil tussen die hoogste enkele persentasie (72,61 %) en die daaropvolgende persentasie (14,61 %) (vgl. Tabel 7.1 op die volgende bladsy). Selfs die verskille tussen die hoogste en laagste persentasie in 'n bepaalde kategorie is dikwels redelik groot, soos aangedui in Tabel 7.2 op die volgende bladsy.

Tabel 7.1

Totale aantal BOE's vir 27 uitgawes

UITGAWE	KATEGORIE																
	A	B	C1	C2	C3	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
'81 4 Des.	0	0,33	3,35	71,98	0,18	8,08	1,13	0,71	7,01	0,43	0,62	6,50	0,65	0	0,15	1,86	99,98
'81 18 Des.	0	1,82	4,30	72,61	0,63	2,58	0,02	1,20	2,39	0,27	0	10,14	0,34	0,84	0,18	2,67	99,99
'82 1 Jan.	0	4,22	10,05	39,00	0,69	7,40	3,54	1,54	10,10	0	0	14,61	1,48	0,65	0,69	6,03	100,00
15 Jan.	0	3,54	10,42	59,30	2,51	6,72	0,62	0,57	1,51	1,00	0	9,76	0,63	0	0,37	3,03	99,98
29 Jan.	0,29	1,24	5,19	59,63	0,18	6,89	0,84	0,39	12,28	0,18	1,27	6,24	0,40	0,49	0,18	4,29	99,98
12 Febr.	0,43	0,14	7,52	58,21	1,63	5,69	0,74	1,20	5,92	0,42	0,48	11,03	1,07	0,22	0,28	5,00	99,98
26 Febr.	1,30	1,96	5,68	60,32	0,20	3,83	1,27	0,44	9,94	0,34	1,26	8,52	0,50	0,34	0,20	3,90	100,00
12 Maart	0,41	1,30	8,60	58,53	0,29	8,93	0,41	0,54	5,54	0	0	9,79	0,66	0,22	0,29	4,46	99,97
26 Maart	0	2,18	5,09	60,87	0,96	7,27	2,49	0,37	3,37	0,07	0,14	13,54	0,98	0,16	0,20	2,30	99,99
9 April	1,83	2,99	8,29	55,74	0,25	7,12	2,31	2,33	1,16	0,11	0,91	12,22	0,25	0,29	0,40	3,78	99,98
23 April	0	2,39	5,77	63,55	1,75	7,09	2,08	1,39	2,85	0,44	1,32	6,66	1,03	0,20	0,24	3,22	99,98
7 Mei	0,83	2,50	4,81	60,94	0,65	7,53	1,51	1,91	7,21	2,36	2,06	4,74	0,80	0,17	0,22	2,05	99,99
21 Mei	1,49	0	8,47	61,18	1,50	5,02	1,29	0,66	10,10	0,33	0,50	6,11	0,38	0	0,31	2,63	99,97
4 Junie	1,23	2,43	5,66	56,31	4,63	4,70	4,13	0,60	10,36	0,84	0	6,43	0,31	0,22	0,29	1,85	99,99
18 Junie	0,58	1,61	5,13	62,65	1,13	5,60	1,42	0,55	10,34	0	0,32	4,81	0,64	1,02	0,21	3,99	100,00
2 Julie	1,27	0,60	6,42	63,39	2,00	5,78	4,26	0,24	0,94	1,60	0,90	8,32	0,97	0,21	0,27	2,80	99,97
16 Julie	0,15	1,32	4,85	63,40	1,76	8,36	0,27	2,23	1,99	0	0,45	6,36	0,25	0,90	0,27	7,41	99,96
30 Julie	0,67	6,85	4,24	64,58	0,57	6,44	0,85	1,13	6,24	0	0,30	2,34	0,31	0,17	0,20	5,11	100,00
*13 Aug.	0	2,82	5,28	61,94	1,54	5,43	2,64	2,29	6,42	0,12	0	6,06	0,40	1,34	0,26	3,46	100,00
27 Aug.	0,50	3,32	3,45	61,51	0,29	6,24	0,62	1,19	5,53	2,08	0,30	5,87	0,44	0,11	0,16	8,38	99,99
10 Sept.	0,38	0	4,98	62,67	0,20	9,39	0,50	0,45	8,48	0,88	1,19	8,63	0,67	0,92	0,24	0,41	99,99
24 Sept.	1,29	0,44	5,14	64,39	0,33	9,73	3,06	3,74	2,26	0,42	1,62	5,36	0,73	1,25	0,23	0	99,99
8 Okt.	1,21	7,55	4,16	64,40	1,46	5,35	1,86	1,18	3,80	0,30	1,15	3,82	0,16	0	0,24	3,34	99,98
22 Okt.	0,38	1,83	4,33	63,92	0,46	5,98	1,42	3,00	3,24	0	0	7,93	1,37	0,84	0,20	5,09	99,99
5 Nov.	0,12	3,09	5,65	62,89	0,22	6,75	3,05	1,86	7,99	0,27	0	5,14	0,42	0,64	0,24	1,66	99,99
19 Nov.	0,23	0,21	6,46	61,03	0,45	7,36	1,48	1,11	5,28	0	1,77	11,98	0,13	1,31	0,26	0,92	99,96
3 Des.	0,81	0,71	4,19	62,84	1,97	5,64	0,52	0,73	8,58	0,17	0,84	7,75	0,94	0,99	0,21	3,08	99,97
Totaal	15,40	57,39	157,47	1 657,78	28,43	173,90	44,44	33,55	160,83	12,63	17,40	210,65	16,61	13,50	6,99	92,92	
Gem. %	0,57	2,12	5,83	61,40	1,05	6,44	1,64	1,24	5,96	0,47	0,64	7,80	0,61	0,50	0,26	3,43	99,96

(Hierdie tabel word in groter formaat as Bylae C verteenwoordig)

Tabel 7.2

Hoogste en laagste %

Verskil	Kategorieë															
	A	B	C1	C2	C3	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Hoogste %	1,83	7,55	10,42	72,61	4,63	9,73	4,26	3,74	12,28	2,36	2,06	14,61	1,48	1,34	0,69	8,38
Laagste %	0	0	3,35	39,00	0,18	2,58	0,02	0,24	0,94	0	0	2,34	0,13	0	0,15	0
% Verskil	1,83	7,55	7,07	33,61	4,45	7,15	4,24	3,50	11,34	2,36	2,06	12,27	1,35	1,34	0,54	8,18

(Hierdie tabel word in groter formaat as Bylae C verteenwoordig)

'n Aspek waarmee duidelik rekening gehou moes word, is die feit dat die voorkoms van nuus nou saamhang met seisoene (byvoorbeeld sport), skoolvakansies en groot plaaslike gebeure (vgl. ook Janowitz, 1967:70). 'n Ander feit wat ook in die oog gehou moet word, is dat, hoe dikker die koerant, hoe kleiner die persentasie verteenwoordiging van sekere kategorieë in dié betrokke uitgawe. Die volgende voorbeeld kan ter illustrasie hiervan gegee word: die persentasie verteenwoordiging van die mas-
hoof van 'n uitgawe met 12 bladsye (1 Januarie 1982) is 0,69 % teenoor 0,15 % vir 69 bladsye (4 Desember 1981 - beide in ses kolom gedruk) en 0,40 % vir 22 bladsye (22 April 1982) teenoor 0,16 % vir 56 bladsye (27 Augustus 1982 - beide in sewe kolom gedruk). Ondanks dié verskille behoort 'n gemiddelde persentasie oor 'n tydperk van een jaar 'n redelike aanduiding te gee van die voorkoms van sekere tipes stof in die koerant. Daarnaas is daar geen rede om aan te neem dat skommeling in die dikte van uitgawe in ieder geval nie elke jaar voorkom nie.

Die onderskeie kategorieë in volgorde van die hoogste verskyningspersentasie na die laagste oor al die uitgawes heen, soos dit in die inhoudsontleding na vore gekom het, word in Tabel 7.3 aangedui.

Tabel 7.3

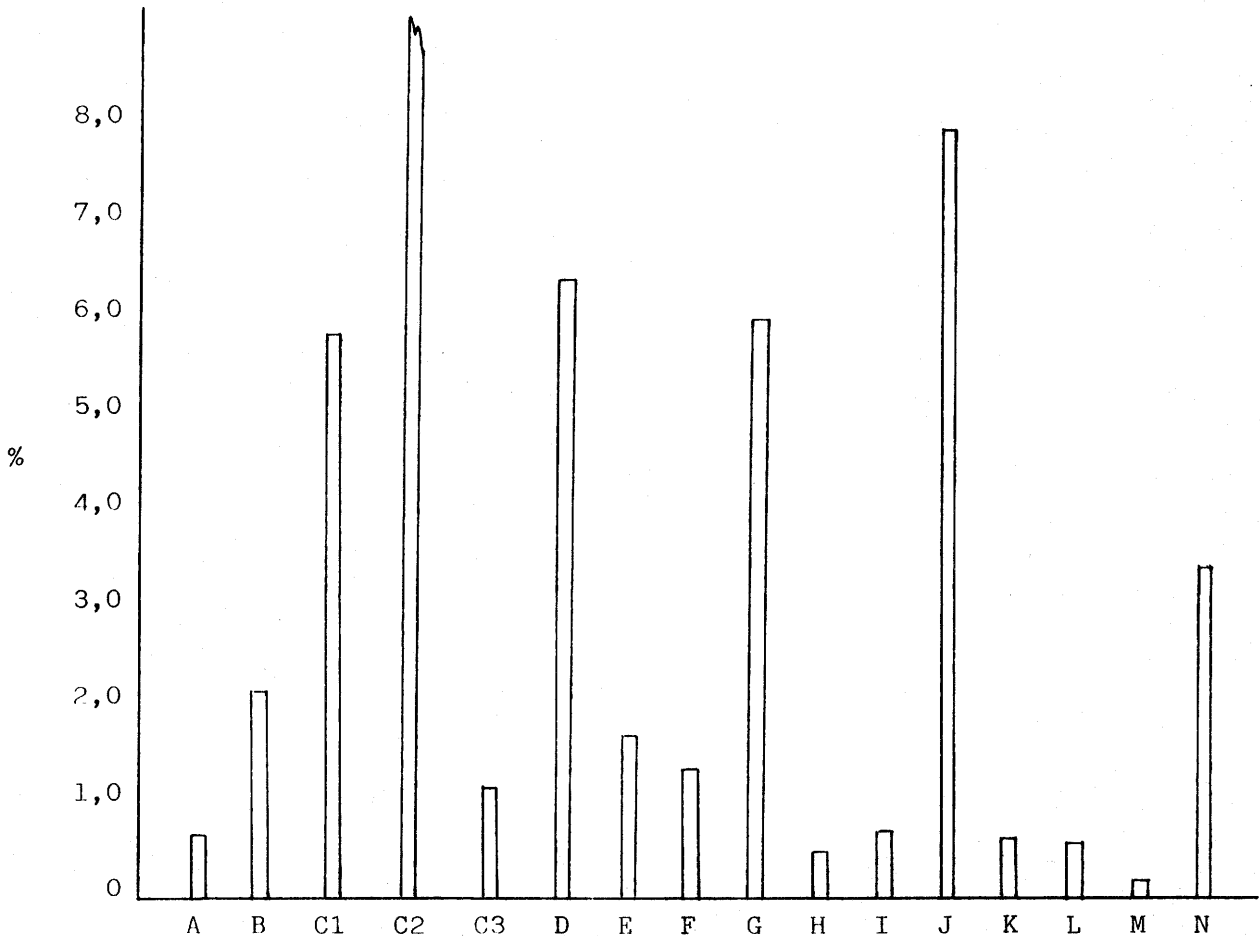
Gemiddelde verskyningspersentasie van kategorieë

Kategorieë	%
Groot advertensies (C2)	61,40
Algemene plaaslike nuus (J)	7,80
Sport (D)	6,44
Skolenuus (G)	5,96
Klein advertensies (C1)	5,83
Rubricke/artikelstof (N)	3,43
Landbou (B)	2,12
Verenigingslewe (E)	1,64
Vermaak (F)	1,24
Redaksionele advertensies (C3)	1,05
Nie-plaaslike nuus (I)	0,64
Redaksioneel (K)	0,61
Misdad (A)	0,57
Religieus (L)	0,50
Munisipale nuus (H)	0,47
Mashoof (M)	0,26

Dit is belangrik om daarop te let dat naas die verskil tussen groot advertensies en alle ander kategorieë, die onderlinge verskille tussen kategorieë ignoreerbaar klein was. Hierdie besonderhede is grafies in Figuur 7.1 weergegee.

Figuur 7.1

Verteenwoordiging van kategorieë in D N S



Daar word vervolgens kortlik na elk van hierdie kategorieë gekyk.

7.7.1 Groot advertensies (C2)

Hierdie kategorie verteenwoordig die grootste algemene gemiddelde persentasie met 61,40 %. Op die oog af lyk dit asof hierdie syfer ooreenstem met die beginsel van 60 % advertensies en 40 % nuus (Hohenberg, 1973) of 65 % advertensies en 35 % nuus (Hunt & Cheney, 1982). Wanneer die 5,83 % klein advertensies en 1,05 % redaksionele advertensies egter bygetel word en 'n totaal van 68,28 % gee, blyk dit wel of D N S 'n groter persentasie ruimte afstaan aan advertensies as wat teoreties verwag sou word. Opvallend is ook die twee hoogste enkele gemiddelde persentasies van 71,98 % (4 Desember 1981 met 69 bladsye) en 72,61 % (18 Desember 1981 met 46 bladsye). Die laagste enkele gemiddelde persentasie is 39,00 % op 1 Januarie 1982 (12 bladsye) wat moontlik toegeskryf kan word aan die feit dat daar opgebou is na 'n

klimaks voor Kersfees en die daaropvolgende "rusperiode" wanneer die publiek se koopkrag afneem ná die feesseisoen.

7.7.2 Algemene plaaslike nuus (J)

In lyn met teoretiese verwagtings bekleë hierdie kategorie met reg die tweede posisie met 7,80 %, want dit is waarvoor die plaaslike koerant daar is - om die alledaagse lewe van die inwoners te weerspieël (vgl. Edelstein & Schulz, 1964; Grotta *et al*, 1975; Janowitz, 1976; Olien *et al*, 1978; Stone, 1977). Die grootste persentasie is op 1 Januarie 1982 (14,61 % vir 12 bladsye) en die laagste op 30 Julie 1982 (2,34 % vir 44 bladsye) aangetref. Ook hier is moontlik sprake van seisoenwisseling in soverre as wat Julie as wintervakansie klaarblyklik 'n komkommermaand is.

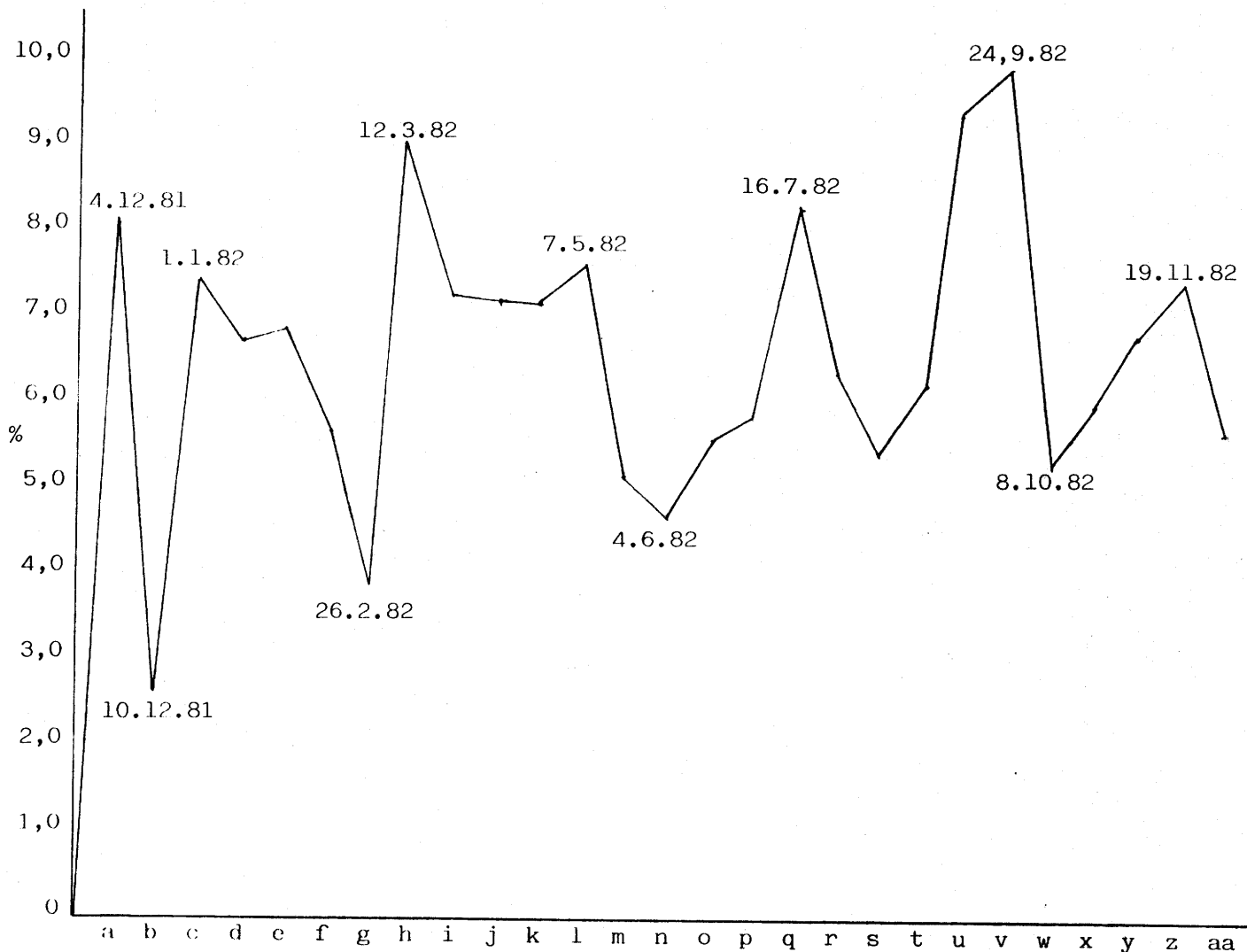
7.7.3 Sport (D)

Met 'n algemene gemiddelde persentasie van 6,44 % bekleë dit die derde hoogste posisie met die hoogste enkele gemiddelde persentasie op 24 September 1982 (9,73 %), waarskynlik as gevolg van afsluitingsfunksies en bekeruitdelings. Hierdie voorkeur wat sportverslaggewing in die koerant geniet het, kan teruggevoer word na Ashdown (1982:15) se siening dat die verslaggewing oor sport die gemeenskap reflekteer.

Die laagste persentasie was 2,58 % op 18 Desember 1981 met slegs 'n gholfverslag. Dit kan toegeskryf word aan die feit dat verskeie sportsoorte se wedstryde gedurende die feestyd gestaak word. 'n Grafiese voorstelling (Figuur 7.2) dui die gemiddelde persentasie verteenwoordiging in elke betrokke uitgawe van D N S, wat by die ondersoek betrek is, aan.

Die uitgawes wat by die ondersoek betrek is, word in Figuur 7.2 deur simbole aangedui. Hierdie simbole verteenwoordig die betrokke uitgawes soos tussen hakies aangedui: a (4 Desember 1981); b (18 Desember 1981); c (1 Januarie 1982); d (15 Januarie 1982); e (29 Januarie 1982); f (12 Februarie 1982); g (26 Februarie 1982); h (12 Maart 1982); i (26 Maart 1982); j (9 April 1982); k (23 April 1982); l (7 Mei 1982); m (21 Mei 1982); n (4 Junie 1982); o (18 Junie 1982); p (2 Julie 1982); q (16 Julie 1982); r (30 Julie 1982); s (13 Augustus 1982); t (27 Augustus 1982); u (10 September 1982); v (24 September 1982); w (8 Oktober 1982); x (22 Oktober 1982); y (5 November 1982); z (19 November 1982); aa (3 Desember 1982).

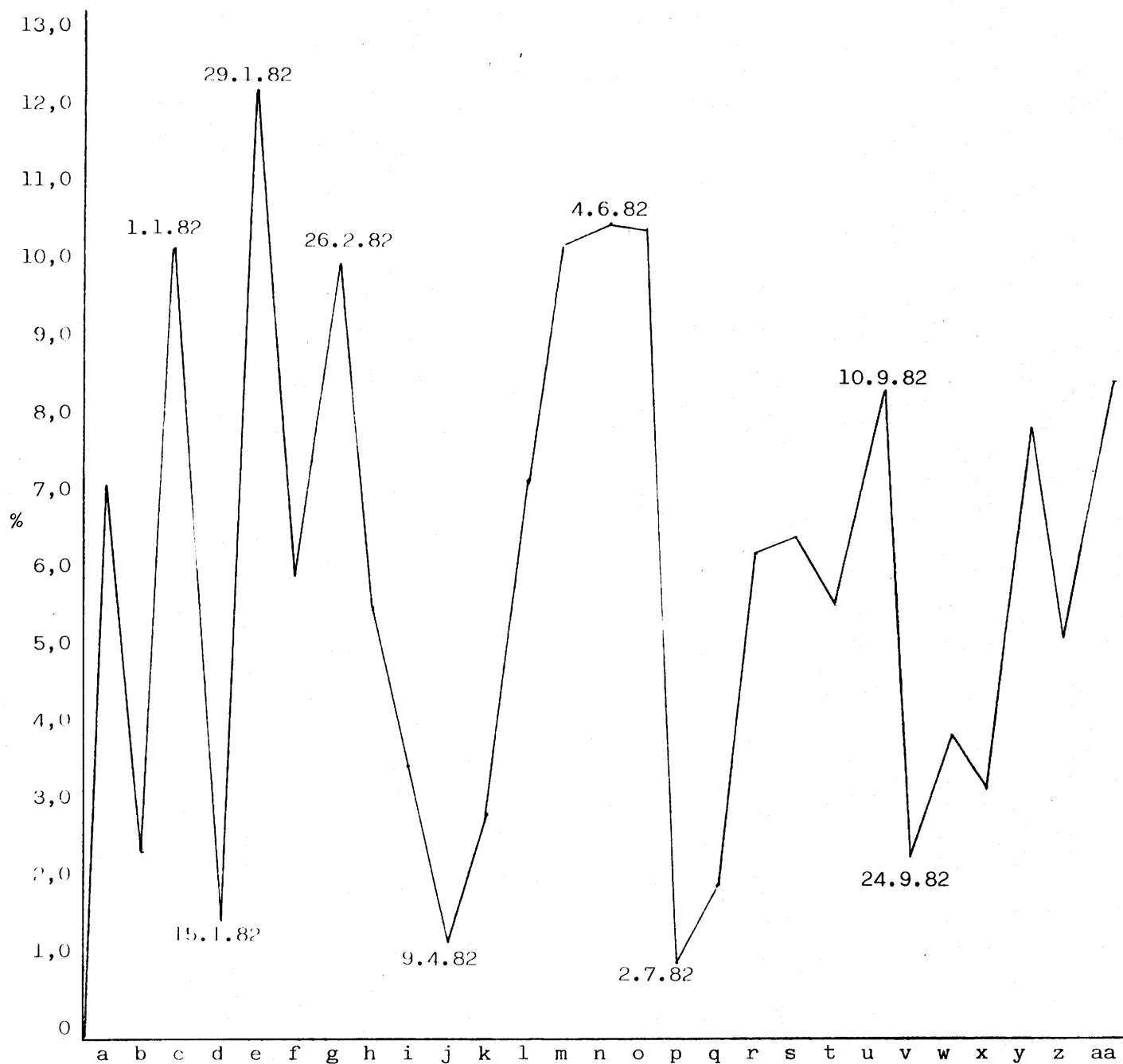
Figuur 7.2
% Sportverteenwoordiging in D N S



7.7.4 Skolenuus (G)

Met 'n algemene gemiddelde persentasie van 5,96 % is dit 'n kategorie met duidelike tendense wat verband hou met vakansies, sportbedrywighede, prestasies en verkiesings van leerlingrade, byvoorbeeld 0,94 % op 2 Julie 1982 (gedurende die vakansie) en 'n hoë 12,28 % op 29 Januarie 1982 waar baie ruimte afgestaan is aan byvoorbeeld inlywing, oriëntasie en kleuresport. Daar was 'n merkbare afname gedurende Maart en April (vakansie) en September en Oktober (nadat sportbedrywighede meesal tot 'n einde gekom het) maar neem weer toe in November en Desember met prysuitdelings; wanneer nuwe leerlingrade gekies word; uitslae van eksamens bekend bemaak word; ens. 'n Grafiese voorstelling van die persentasie verteenwoordiging van skolenuus word in Figuur 7.3 gegee. Die uitgawes word verteenwoordig deur dieselfde simbole soos uiteengesit op bladsy 68.

Figuur 7.3
% Skolenuus in D N S



7.7.5 Klein advertensies (C1)

Dié kategorie beklee die vyfde hoogste algemene gemiddelde posisie met 5,83 % en 'n hoogste enkele gemiddelde persentasie van 10,42 % vir die uitgawe van 15 Januarie 1982. Dié hoë persentasie kan moontlik daaraan toegeskryf word dat die uitgawe uit slegs 24 bladsye bestaan het.

7.7.6 Rubrieke /artikelstof (N)

Hierdie kategorie word deur 'n groot aantal eenhede verteenwoordig, aangesien die algemene gemiddelde persentasie 3,43 % was. Interessant genoeg is dat die werklike rubrieke (byvoorbeeld "Iets uit die verlede") 'n betreklike klein gedeelte van hierdie persentasie uitmaak. Wanneer 13 uitgawes willekeurig gekies word, sien 'n mens dat dié rubrieke slegs 37,96 % van die totale aantal eenhede vir rubrieke/artikelstof uitmaak. Daar word dus redelik baie van artikelstof in hierdie plaaslike koerant gebruik gemaak.

7.7.7 Landbou (B)

Twee uitgawes, naamlik 21 Mei 1982 en 10 September 1982, het geen landbounuus bevat nie. Die hoogste enkele gemiddelde persentasie van 7,55 % op 8 Oktober 1982 is moontlik die gevolg van 'n simposium wat te Bethlehem gehou was.

7.7.8 Verenigingslewe (E)

Hierdie kategorie was agtste op die lys met 'n algemene gemiddelde persentasie van 1,64 % en 'n hoogste enkele gemiddelde persentasie (4,26 %) op 2 Julie 1982 met die inswering van die Lions se nuwe president en 'n groot onthaal vir bejaardes deur die Gevangenisdiens se Vrouediensklub. Die laagste persentasie van 0,02 % was op 18 Desember 1981, wat ook aan die vakansie toegeskryf kan word.

7.7.9 Vermaak (F)

Dié kategorie toon duidelike tendense met 'n styging in die verskyningspersentasie van "vermaak" in die koerant met die besoeke van kunstenaars, uitstallings, danse, ens. Die hoogste algemene gemiddelde persentasie was 1,24 % met die hoogste enkele gemiddelde persentasie van 3,74 % op 24 September 1982 en die laagste van 0,24 % op 2 Julie 1982.

7.7.10 Redaksionele advertensies (C3)

Redaksionele advertensies het die hoogste enkele gemiddelde persentasie op 4 Junie 1982 met 4,63 % vir 30 bladsye. 'n Aspek wat duidelik uit die inhoudsontleding na vore gekom het, is dat hoe meer advertensies en redaksionele stof aangetref word, hoe minder is die redaksionele advertensies. Dit blyk dus dat hierdie tipe advertensies gebruik word om oop ruimtes te vul.

7.7.11 Nie-plaaslike nuus (I)

Met 'n algemene gemiddelde persentasie van 0,64 % was dié kategorie elfde op die lys. In agt uitgawes, dit wil sê 33,75 % van die koerante, was geen nie-plaaslike nuus nie. Hierdie bevinding steun gevolglik nie Grotta et al (1975) se bevindings, dat die plaaslike koerant baie nie-plaaslike nuus bevat, nie. In hierdie opsig voldoen D N S gevolglik aan die vereiste van 'n plaaslike koerant, naamlik om nie van baie nie-plaaslike nuus gebruik te maak nie (Janowitz, 1967:92). Die hoogste enkele gemiddelde persentasie was 2,06 % op 7 Mei 1982 vir 'n uitgawe van 40 bladsye.

'n Verdere belangrike aspek met betrekking tot nie-plaaslike nuus, is dat daar geen politieke verslaggewing onder hierdie kategorie (asook enige ander kategorie) geresorteer het nie. Dit korreleer gevolglik met die beskouing dat die plaaslike koerant politiek neutraal staan (vgl. De Jager, 1979; Janowitz, 1967; Padgett, 1982; Sim, 1969; Uys, 1981). Dit blyk egter dat hierdie nie-plaaslike nuus, sowel as 'n groot deel van die artikelstof, soms gebêre word vir uitgawes wat min plaaslike nuus bevat.

7.7.12 Redaksioneel (K)

Hierdie kategorie se eenhede was hoofsaaklik saamgestel deur die briewe van lesers aan die koerant, aangesien daar nie 'n hoofartikel in hierdie betrokke plaaslike koerant verskyn nie (laasgenoemde moontlik omdat die koerant politiek neutraal staan). Die algemene gemiddelde persentasie was 0,61 % met die hoogste enkele gemiddelde persentasie van 1,48 % op 1 Januarie 1982 met 12 bladsye. Slegs in een uitgawe (7 Mei 1982) is werklik deur die redaksie standpunt ingeneem na aanleiding van Die Beeld se knoeiwerk met sirkulasiesyfers.

7.7.13 Misdad (A)

Interessant is dat sewe uitgawes (26,0 %) van die 27 uitgawes wat ontleed is, geen misdadverslaggewing bevat het nie. Dit stem ooreen met Ericson (1977) se stelling dat hofverslaggewing ontoereikend is. Die hoogste enkele gemiddelde persentasie (1,83 % op 9 April 1982) hou verband met diefstal, ontsnapping, aanranding en gryp-diefstal. Dit steun die bevindinge van Ammons et al (1982:310) dat die algemene misdade nie gerapporteer word nie, maar die meer buitengewone misdade byvoorbeeld aanranding en moord. 'n Verdere rede vir hierdie lae verskyningspersentasie, mag toegeskryf word aan die feit dat die meeste plaaslike koerante nie 'n misdadverslaggewer het nie, en dat dit vir die algemene verslaggewer té tydrowend is om sy dae in die hof deur te bring. Hierdie kategorie het die vierde laagste verteenwoordiging as na die algemene gemiddelde persentasies gekyk word.

7.7.14 Religieus (L)

In vier uitgawes word hierdie kategorie nie verteenwoordig nie, en beklee gevolglik die derde laagste posisie met 0,50 %. Die hoogste enkele gemiddelde persentasie (1,34 %) was op 13 Augustus 1982 en slegs drie ander uitgawes het 'n persentasie van hoër as 1,00 % gehandhaaf.

7.7.15 Munisipale nuus (H)

Hierdie kategorie is tweede laaste met 'n algemene gemiddelde persentasie van 0,47 % en die voorkoms van hierdie nuus hou verband met stadsraadvergaderings, verklarings, besluite, ens. In sewe uitgawes het geen munisipale nuus verskyn nie, maar op 7 Mei 1982 toon dit 'n hoogste enkele gemiddelde persentasie van 2,36 % wat toegeskryf kan word aan verslae van die Raadskomitee. As gevolg van die belangrike plek wat die munisipaliteit in sy gemeenskap beklee, is dit eintlik verrassend dat so min ruimte aan hierdie kategorie afgestaan is, en opponeer dit Janowitz (1967) se bevinding van sy inhoudsontleding van drie plaaslike koerante, dat munisipale nuus die derde mees- te ruimte beslaan het.

7.7.16 Mashoof (M)

Daar is reeds vroeër na sekere syfers van hierdie kategorie verwys, maar vir verdere doeleindes van hierdie studie kan dié kategorie buite rekening gelaat word, aangesien dit 'n konstante aantal eenhede is wat geen nuus dra nie, behalwe om die koerant se naam aan te dui.

7.8 BESLUIT

Vroeër in die hoofstuk is sekere werkshipoteses geformuleer, naamlik dat advertensies die meeste ruimte sal beslaan; plaaslike nuus relatief baie ruimte sal opneem en dat nie-plaaslike nuus relatief min ruimte in beslag sal neem.

Uit hierdie inhoudsontleding blyk dit dat hierdie hipoteses gegrond was, alhoewel die nie-plaaslike nuus-kategorie sommige plaaslike nuusitems oorskry het, byvoorbeeld misdaad en munisipale nuus. Wanneer alle berigte met 'n plaaslike nuusinhoud (byvoorbeeld algemene plaaslike nuus, misdaad, munisipale nuus, skolenuus, ens.) in berekening gebring word, blyk dit tog dat nie-plaaslike nuus 'n redelik geringe persentasie van hierdie betrokke plaaslike koerant uitmaak.

Meer spesifiek sou 'n mens kon verwag dat:

Uit die resultate van Tabel 9.15 blyk dit dat 'n groot persentasie van die respondente (29,2 %) die koerant gewoonlik vir een week lank hou, terwyl 28,4 % dit langer as een week hou. Dit stem ooreen met vorige bevindinge (vgl. Picard, 1970; Sim, 1969) dat koerante van plaaslike aard 'n langer lewensduur het as byvoorbeeld dagblaaie met 'n nasionale of internasionale karakter.

8.3.1.5 Gehaltebeoordeling

Daar is van die respondente verwag om die koerant te beoordeel in terme van gehalte (vraag 13) en die resultate word in Tabel 9.16 uiteengesit.

Tabel 9.16
Gehaltebeoordeling

Gehalte	N	%
Baie swak	2	0,8
Swak	4	1,6
Middelmatig	73	29,2
Goed	116	46,4
Baie goed	29	11,6
Totaal	224	89,6

Uit Tabel 9.16 blyk dit dus dat die grootste persentasie van die respondente (46,4 %) die koerant as "goed" beskou het, terwyl 'n baie lae persentasie (0,8 %) die koerant as "baie swak" gesien het.

Nou verbonde aan vraag 13 (gehaltebeoordeling) was vraag 19 waar die respondente 'n aanduiding moes gee van die mate van bevrediging wat die koerant hulle verskaf. Die resultate van vraag 19 korreleer goed met dié van vraag 13 aangesien 63,6 % van die respondente gestel het dat die koerant hul "redelik tevrede" stel; 20,8 % "baie tevrede"; 3,6 % "min tevrede" en 1,6 % was "glad nie tevrede" nie.

9.3.1.6 Kommunikasie

Op vraag 14 moes die respondente 'n aanduiding gee of hulle met ander mense gesels oor die inhoud van D N S. Die resultate verskyn in Tabel 9.17.

Die gegewens in Tabel 9.17 dui aan dat 'n groot persentasie (44,8 %) soms oor die inhoud van die koerant gesels, terwyl 'n relatief groot persentasie van die

respondente (35,2 %) gereeld daaroor gesels. Hierdie hoë persentasies mag dui op die sosialiserende funksie wat die koerant in sy gemeenskap verrig (vgl. Jackson, 1982; Weis & Stamm, 1982) en sluit aan by De Jager (1979) se stelling dat die plaaslike koerant 'n invloed het op die gemeenskap se gespreksonderwerpe.

Tabel 9.17
Gesels oor inhoud van D N S

Kategorie	N	%
Nooit	7	2,8
Min	17	6,8
Soms	112	44,8
Gereeld	88	35,2
Totaal	224	89,6

9.3.1.7 Behoefte aan D N S

Die respondente moes op vraag 22 'n aanduiding gee van hoe noodsaaklik 'n plaaslike koerant in Kroonstad is. Om dit te doen moes hulle 'n punt uit 100 toeken. Die 0-waarde toon aan dat dit geen waarde het nie, en 100 dui aan dat hulle nie daarsonder kan klaarkom nie. Die resultate word in Tabel 9.18 op bladsy 94.

Uit Tabel 9.18 blyk dit dat 'n groot persentasie van die respondente (20,4 %) die koerant as redelik noodsaaklik beskou het deur die toekenning van 80 punte daaraan te gee, terwyl 15,6 % 'n skaalpunt van 100 aan die koerant toegeken het. Uit die lesers se oogpunt vervul die koerant gevolglik 'n belangrike funksie, daarom beskou hulle dit as 'n noodsaaklike nuusmedium vir die dorp.

9.3.1.8 D N S versus Die Volksblad

Voordat daar na verbande tussen veranderlikes gekyk kan word, is dit belangrik om eers te let op die bekendheid en blootstelling van die respondente aan onderskeidelik D N S en Die Volksblad, 'n dagblad wat hoofsaaklik in die Oranje-Vrystaat versprei word.

'n Interessante feit wat aan die lig gekom het, is dat 'n hele aantal respondente (34,4 %) hulle nooit blootstel aan Die Volksblad as 'n dagblad nie, terwyl slegs 22,8 % van die respondente elke uitgawe van hierdie dagblad ontvang of lees. Die resultate van die respondente se blootstelling aan Die Volksblad (vraag 25) word in Tabel 8.19 op bladsy 94.

Tabel 9.18

Beoordeling van noodsaaklikheid

Punte	N	%
0	26	10,4
30	1	0,4
40	1	0,4
50	14	5,6
55	1	0,4
60	15	6,0
65	3	1,2
70	21	8,4
75	30	12,0
80	51	20,4
85	13	5,2
90	29	11,6
95	6	2,4
100	39	15,6
Totaal	250	100,0

Tabel 9.19

Blootstelling aan Die Volksblad

Aantal uitgawes per week	N	%
0	77	34,4
1	33	13,2
2	18	7,2
3	18	7,2
4	7	2,8
5	14	5,6
6	57	22,8
Totaal	224	89,6

Wanneer die respondente moes kies tussen Die Volksblad en D N S (vraag 28) is gevind dat 30,0 % van die respondente Die Volksblad verkies het teenoor 59,6 % wat D N S verkies het.

Op vraag 29 moes die respondente aandui waarom hierdie spesifieke koerant in vraag

28 verkies is. 'n Uiteensetting van die resultate word in Tabel 9.20 gegee.

Tabel 9.20
Redes vir voorkeur

Redes	N	%
Meer plaaslike nuus	133	53,2
Meer nasionale en internasionale nuus	66	26,4
Politieke beleid is aanvaarbaar	1	0,4
Huisvriend	12	4,8
Sportnuus	8	3,2
Meer advertensies	4	1,6
Totaal	224	89,6

Hier kan ook weer na die kruisvalideringsanalise verwys word waarin 'n redelike hoë assosiasie tussen koerantvoorkeur en redes vir voorkeur gevind is. Daar is gevind dat daar 'n duidelik verband bestaan tussen voorkeur vir D N S en die beklemtoning van plaaslike nuus in die oë van die lesers (vgl. bevindinge van Grotta et al, 1975; Edelstein & Schulz, 1964; en Olien et al, 1978). Daarenteen het diegene wat Die Volksblad verkies het, dit hoofsaaklik gedoen om die groter persentasie van nasionale en internasionale nuusdekking in hierdie koerant (vgl. Jackson, 1982).

Vervolgens moes die respondente op vraag 30 aandui watter koerant hulle meer intensief lees en die resultate word in Tabel 9.21 uiteengesit.

Tabel 9.21
Lees meer intensief

Koerant	N	%
Die Volksblad	58	23,2
D N S	116	66,4
Totaal	224	89,6

Wanneer bostaande gegewens vergelyk word met die antwoorde op vraag 28, kom 'n interessante aspek na vore. Op vraag 28 het 75 lesers aangedui dat hulle Die Volksblad bō D N S verkies, maar wanneer aangedui moes word watter koerant hulle meer intensief lees (vraag 30), het slegs 58 respondente Die Volksblad meer intensief

gelees. Dit blyk dus dat 17 respondente, oftewel 22,7 %, wat Die Volksblad verkies het, egter D N S meer intensief as Die Volksblad lees - moontlik as gevolg van die plaaslike nuusdekking, relatiewe omvang, of wat ook al.

Wat kompetisie tussen plaaslike koerante betref, moes die respondente aandui watter een van D N S of Die Goudveld, 'n weeklikse bylae van Die Volksblad met 'n plaaslike nuusinhoud, hulle meer intensief lees (vraag 31). Uit die resultate het geblyk dat 18 respondente (7,2 %) Die Goudveld meer intensief lees, teenoor 206 (82,4 %) wat D N S meer intensief lees. Dit blyk dus dat 'n groot meerderheid van die respondente D N S meer intensief gelees het as Die Goudveld. Dit is ook noemenswaardig dat D N S meer intensief as Die Volksblad (waarvan Die Goudveld 'n bylae is) gelees word.

9.3.2 Samevatting

Uit die voorafgaande oorsig het dit geblyk dat:

- 64,8 % van die respondente elke week hul plaaslike koerant gelees het, terwyl 26 respondente (10,4 %) aangedui het dat hulle nooit D N S lees nie;
- die grootste persentasie van die respondente (44,8 %) koop die koerant op straat by koerantverkopers;
- die gemiddelde lesersdiepte per kopie 2,8 is;
- die meeste van die respondente (40,8 %) blaai eers vinnig deur die koerant en lees dit dan deeglik, terwyl 46,4 % van die respondente aangedui het dat hulle na alle foto's in die koerant kyk, maar slegs sekere onderskrifte lees;
- wat leesintensiteit betref, het die grootste persentasie (40,8 %) van die lesers aangedui dat hulle die koerant redelik intensief lees, terwyl 31,6 % van die lesers gemiddeld 30 minute lank aan 'n enkele uitgawe van D N S lees;
- dit blyk uit die resultate dat die lewensduur van die plaaslike koerant redelik lank is, aangesien 57,6 % van die respondente die koerant 'n week lank, of selfs langer, hou;
- wat gehaltebeoordeling betref, blyk dit dat die oorgrote meerderheid van die respondente (46,4 %) die koerant as "goed" beskou en slegs 0,8 % het die koerant as "baie swak" gesien;
- 63,6 % van die lesers het gestel dat die koerant hul "redelik tevrede" stel, terwyl slegs 1,6 % "glad nie tevrede" deur die koerant gestel word nie;
- wat kommunikasie betref, het die grootste persentasie (44,8 %) aangedui dat

hulle soms oor die inhoud van die koerant gesels, terwyl 35,2 % gereeld daaroor gesels;

- die inwoners van Kroonstad beskou die plaaslike koerant as 'n noodsaaklike nuusmedium, aangesien 88,8 % van die respondente 'n skaalpunt van meer as 50 aan hierdie vraag toegeken het. 'n Skaalpunt van 100 is deur 15,6 % van die respondente toegeken;
- meer as een derde van die respondente (34,4 %) stel hulle nooit bloot aan Die Volksblad, 'n Vrystaatse dagblad nie, terwyl 59,6 % van die respondente D N S b6 Die Volksblad as nuusmedium verkies. Die rede vir hierdie voorkeur was omdat die betrokke koerant meer plaaslike nuusdekking gee. Wat intensiteit betref, het 66,4 % van die respondente gestel dat hulle D N S meer intensief as Die Volksblad lees;
- wat kompetisie tussen plaaslike koerante betref, het dit geblyk dat 82,4 % van die respondente D N S meer intensief lees teenoor 7,2 % wat Die Goudveld, 'n weeklikse bylae van Die Volksblad, meer intensief lees.

9.3.3 Gevolgtrekking

Uit die voorafgaande oorsig blyk dit dat die lesersopname 'n redelike hoë graad van betroubaarheid en geldigheid gehandhaaf het. Uit die resultate blyk dit dat hierdie plaaslike koerant intensief deur die plaaslike inwoners gelees is, aangesien 64,8 % elke week hierdie koerant lees. Slegs 10,4 % van die respondente het aangedui dat hulle D N S nooit lees nie, teenoor 34,4 % wat nooit Die Volksblad lees nie. Ook het byna 60 % van die respondente die plaaslike koerant as nuusmedium b6 die dagblad (Die Volksblad) verkies as gevolg van die plaaslike nuusdekking wat D N S bied. D N S is ook meer intensief as Die Volksblad en Die Goudveld gelees, en die grootste persentasie respondente het aangedui dat hulle gemiddeld 30 minute lank aan 'n enkele uitgawe van die koerant lees.

Dit het ook geblyk dat die lewensduur van die plaaslike koerant redelik lank was, aangesien meer as die helfte van die respondente gesê het dat hulle die koerant 'n week of selfs langer hou. Die meerderheid van die respondente beskou die koerant as "goed" en word "redelik" deur die koerant tevrede gestel, terwyl 88,8 % van die respondente die koerant as noodsaaklik beskou het.

Die afleiding kan dus gemaak word dat die lesers van D N S hierdie plaaslike koerant as 'n noodsaaklike en inligtinggewende nuusmedium vir die betrokke plaaslike gebied beskou. Die tyd wat die lesers aan die lees van die koerant bestee het, die lewensduurte van die koerant, die voorkeur daarvan b6 die dagblad, en die

beoordeling van gehalte en tevredenheid is ook indikatore van die belangrike rol wat hierdie plaaslike koerant in sy gemeenskap speel.

9.4 RELASIE TUSSEN VERANDERLIKES

In hierdie afdeling is die resultate van statistiese ontledings waarin die verbande tussen veranderlikes bepaal is, weergegee. Vir die doeleindes van hierdie ontledings is die volgende vrae as onafhanklike veranderlikes beskou: vrae 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 12 en 17. Die volgende vrae word as afhanklike veranderlikes geklassifiseer: vrae 8, 13, 15, 19 en 22.

Die rasionaal vir hierdie indeling is as volg: biografiese en derglike aspekte speel 'n rigtinggewende rol in die individu se blootstelling - kwantitatief en kwalitatief - aan 'n gegewe medium. Aspekte soos frekwensie van lees en evaluasie van 'n koerant is vir doeleindes van hierdie ontledings as funksies van aspekte soos opvoedingspeil, beroep en geslag beskou. Alhoewel selde eksplisiet gestel, is dit die model wat meestal deur ondersoekers op dié gebied gebruik word.

Die prosedure wat gevolg is, het daaruit bestaan dat daar telkens 'n regressie-analise uitgevoer is om te bepaal of 'n gemengde kombinasie van onafhanklike veranderlikes bestaan wat die afhanklike veranderlikes betroubaar voorspel. Vir doeleindes van hierdie reeks regressie-analises is in die geval van die veranderlike "beroep", waar die veranderlike uit verskillende kategorieë bestaan wat nie as 'n kontinue kon beskou word nie, skynveranderlikes (dummy variables) ingevoer om daardie kategorieë te verteenwoordig en om dus telkens 'n binêre tipe van skaal te vorm. Skynveranderlikes maak, terloops, voorsiening daarvoor dat verskille in gemiddeldes tussen kategorieë geïnterpreteer kan word.

Na die regressie-analise is verder 'n Chaid-analise (vgl. Du Toit & Stumpf, 1982) uitgevoer om te bepaal watter komponente/verdelings van onafhanklike veranderlikes eventueel vir beduidende regressies/koëffisiënte verantwoordelik was.

9.4.1 Frekwensie van blootstelling (vraag 8)

9.4.1.1 Beskrywing

In hierdie ontleding is bepaal wat die verband tussen die frekwensie van lees en ouderdom, geslag, kwalifikasies en huistaal is.

9.4.1.2 Meervoudige regressie-analise

Dié analise het 'n beduidende verband, $R = 0,09$ en $R^2 = 0,008$, opgelewer. Hieruit moet die gevolgtrekking gemaak word dat dit nie moontlik was om die sogenaamde onafhanklike veranderlikes op so 'n wyse te weeg en daaruit, op 'n betroubare wyse, die mate van blootstelling te voorspel nie.

9.4.1.3 Chaid-analise

Dié analise het, soos te wagte in die lig van die onbeduidende regressie-analise, geen beduidende resultate opgelewer nie.

9.4.1.4 Gevolgtrekking

Dit blyk dus dat die frekwensie van blootstelling aan die betrokke koerant nie verband hou met die onafhanklike, biografiese, veranderlikes nie.

9.4.2 Deeglikheid (vraag 15)

9.4.2.1 Beskrywing

By hierdie vraag het dit gegaan om die deeglikheid waarmee die respondente D N S lees.

9.4.2.2 Meervoudige regressie-analise

Die meervoudige regressie-analise van onafhanklike veranderlikes op vraag 15 het 'n hoogsbeduidende ($p = 0,0001$), $R = 0,40$ ($R^2 = 0,16$) opgelewer. 'n Opsomming van die belangrikste statistiek kan in Tabel 9.22 gevind word.

Tabel 9.22
Opsomming van Variansie-analise

	Som v kwad.	V G	Gem. v kwad.	F	P
Regressie	19,8765	11	1,8070	3,754	0,0001
Residu	102,0497	212	0,4814		

Dit kom dus kortliks daarop neer dat 16 persent van die variansie in die aangeduide deeglikheid waarmee D N S gelees is, deur 'n geweegde kombinasie van inligting

oor ouderdom, kwalifikasie, beroep, geslag, huistaal en huwelikstaat voorspel kon word. Om te bepaal watter van laasgenoemde hoofsaaklik vir hierdie voorspelbaarheid verantwoordelik was, moet die koëffisiënt geraadpleeg word.

Tabel 9.23 gee die verskillende koëffisiënte weer:

Tabel 9.23
Tabel van koëffisiënte

Veranderlike	Koëffisiënt	P
Ouderdom	0,07599	0,3012
Kwalifikasie	-0,50088	0,0000*
Geslag	0,03366	0,7684
Huistaal	-0,07159	0,7356
Huwelikstaat	-0,03875	0,7596
Beroep:		
1 (Administrasie/Munisipaliteit/Spoorweë)	0,14447	0,4350
2 (Weermag/Gevangenis/Polisie)	-0,35636	0,1898
3 (Professioneel)	-0,49497	0,0301*
4 (Besighede/Banke)	-0,15155	0,2415
5 (Onderwys)	0,03288	0,8875
6 (Landbou)	-0,21047	0,4134

Uit Tabel 9.23 blyk dit dat kwalifikasie en beroep, spesifiek die professionele kategorie, beduidende bydraes tot die regressie gelewer het. Wat kwalifikasies betref (skoolopleiding, tersiêre opleiding en ander), kan afgelei word dat, indien alle ander onafhanklike veranderlikes (dit wil sê ouderdom, geslag, taal, ens.) konstant gehou word, diegene met tersiêre opleiding aangedui het dat hulle die koerant minder deeglik lees, naamlik 0,5 skaalpunte (dit wil sê een agtste minder). Dit beteken dat hoe hoër die respondent se kwalifikasies, hoe minder deeglik lees hy/sy die koerant (vgl. bevindinge van Burgoon & Wilkinson, 1981; Kippax & Murray, 1980; Rao, 1977).

Uit 'n kruistabulering het dit geblyk dat van die 51 respondente wat universiteitsopleiding gehad het, ses (8,5 %) nooit D N S lees nie. Hierdie afleiding strook met bevindinge van Mulder (1980) en Singletary & Lipsky (1977) dat met die toename in opleiding daar 'n groter soeke na ernstige en inligtinggewende materiaal is. Hierdie betrokke respondente se voorkeur en leesintensiteit word in Tabel 9.24 uiteengesit.

Tabel 9.24

Respondente met universiteitsopleiding

Vraag	Die Volksblad		D N S	
	N	%	N	%
Verkies bepaalde koerant	29	56,9	16	31,4
Lees meer intensief	24	47,1	21	41,2
Totaal	53	104,0	37	72,6

Uit bestaande tabel blyk dit dat die gegradueerde persone 'n definitiewe voorkeur vir Die Volksblad getoon het en hierdie koerant ook meer intensief as die plaaslike koerant gelees het. Twee-en-twintig van hierdie 51 respondente het Die Volksblad b6 D N S verkies en dié betrokke koerant ook meer intensief gelees.

Wanneer gekyk word na die resultate van die ander respondente, wat ook tersiêre opleiding gehad het, byvoorbeeld aan 'n tegniese kollege en 'n onderwyskollege, lyk die prentjie 'n bietjie anders. Van die 34 respondente het slegs een persoon (2,9 %) nooit D N S gelees nie, terwyl 11 respondente Die Volksblad verkies het en meer intensief gelees het, teenoor die 16 respondente wat D N S verkies en meer intensief gelees het. Die resultate word in Tabel 9.25 gegee.

Tabel 9.25

Respondente met onderwyskollege- of tegniese kollege-opleiding

Vraag	Die Volksblad		D N S	
	N	%	N	%
Verkies bepaalde koerant	17	50,0	17	50,0
Lees meer intensief	11	32,3	23	67,6
Totaal	28	82,3	40	117,6

Uit die voorafgaande gegewens blyk dit dat respondente met opleiding aan 'n onderwyskollege of tegniese kollege, 'n duidelike voorkeur openbaar het vir D N S en hierdie koerant meer intensief as Die Volksblad gelees het.

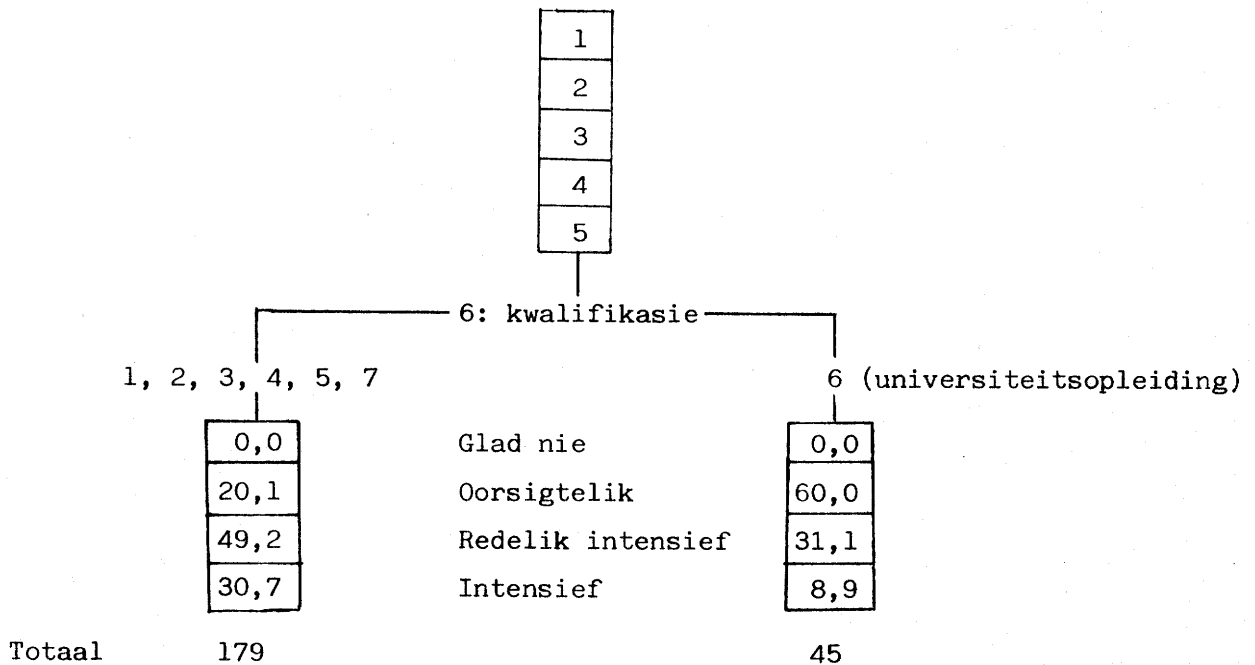
Wat beroep betref, het die analise getoon dat, as die onafhanklike veranderlikes (ouderdom tot huwelik) konstant gehou word, die professionele respondente D N S beduidend minder deeglik lees ($\frac{1}{2}$ skaalpunt) as die gemiddelde van die ander beroepsgroepe (kyk Tabel 9.23). Hierdie bevinding korreleer gevolglik met dié dat

persone met universiteitsopleiding die plaaslike koerant minder deeglik lees.

9.4.2.3 Chaid-analise

Die Chaid-analise het getoon dat kwalifikasies 'n beduidende verdeler tussen die respondente ten opsigte van die deeglikheid waarmee D N S gelees word, is. Die resultate word in die dendogram in Figuur 9.1 weergegee.

Figuur 9.1
Dendogram van kwalifikasies (vraag 15)
Afhanklike veranderlikes



Die dendogram toon dat respondente met universiteitsopleiding, dus kategorie 6, D N S beduidend minder deeglik lees as die ander respondente in kategorieë 1 (St. 6), 2 (St. 8), 3 (St. 10), 4 (tegniese kollege), 5 (onderwyskollege) en 7 (ander).

9.4.2.4 Gevolgtrekking

Beide die regressie-analise en Chaid-analise het aangedui dat persone met 'n universiteitsopleiding die plaaslike koerant minder deeglik as die dagblad, met meer nasionale en internasionale nuusdekking, lees. Dit het ook geblyk dat persone met professionele beroepe D N S minder deeglik lees. 'n Kruistabulering het egter aangedui dat die ander respondente met tersiêre opleiding, naamlik onderwyskollege en tegniese kollege, 'n groter voorkeur vir die plaaslike koerant toon, en dat hulle dié koerant ook meer intensief lees.

9.4.3 Evaluasie van D N S (vraag 13)

9.4.3.1 Beskrywing

By hierdie analise het dit om 'n voorspelling van die evaluasie van D N S in terme van "baie goed/goed/middelmatig/swak/baie swak" op grond van die biografiese veranderlikes gegaan.

9.4.3.2 Meervoudige regressie-analise

In die eerste fase van die analise is die volgende biografiese besonderhede, naamlik geslag, ouderdom, taal, kwalifikasies, huwelikstaat en beroep geneem om te bepaal in watter mate die evaluasie van D N S uit hierdie gegewens voorspel kon word. 'n Meervoudige regressie-analise wat op hierdie data uitgevoer was, was onbeduidend en het die volgende resultate opgelewer: $R = 0,26$ $p = 0,18$ en $R^2 = 0,06$. Klaarblyklik was die ses persent gemeenskaplike variansie onbeduidend klein sodat geen betroubare afleidings daarop gegrond kon word nie.

9.4.3.3 Chaid-analise

Soos te wagte het 'n Chaid-analise geen beduidende onderskeidings opgelewer nie.

9.4.3.4 Gevolgtrekking

Dit blyk dat 'n evaluasie van D N S nie verband hou met die biografiese veranderlikes wat in hierdie ondersoek betrek is nie.

9.4.4 Beoordeling van tevredenheid (vraag 19)

9.4.4.1 Beskrywing

Die respondente moes 'n aanduiding gee van die mate waarin die koerant hul tevrede stel en vier antwoordmoontlikhede is verskaf, naamlik "baie tevrede/redelik tevrede/min tevrede/glad nie tevrede".

9.4.4.2 Meervoudige regressie-analise

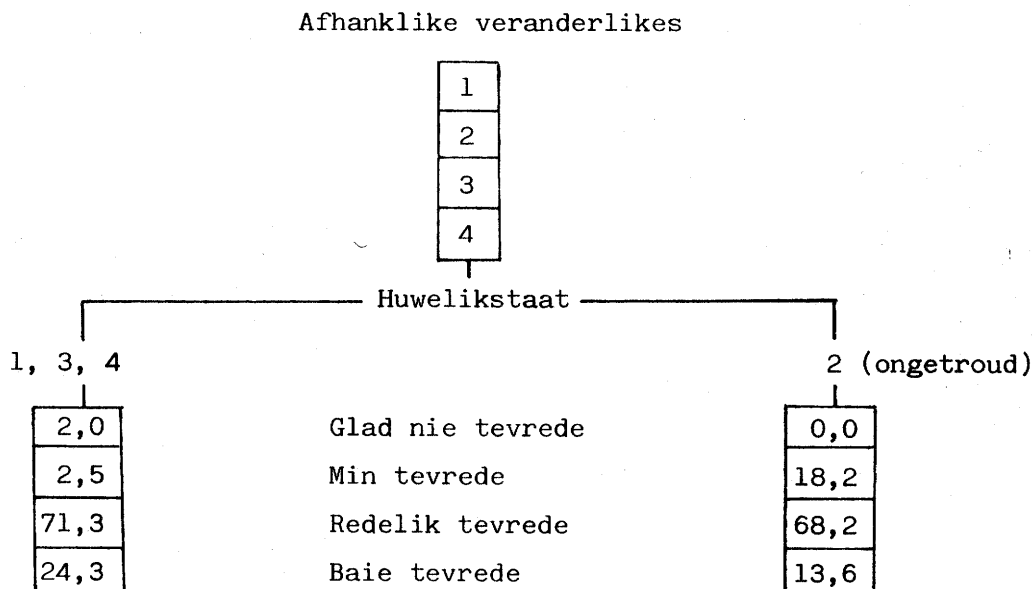
Die meervoudige regressie-analise het nie beduidende resultate opgelewer nie ($R = 0,19$ $p = 0,69$ $R^2 = 0,04$).

9.4.4.3 Chaid-analise

Hier was 'n beduidende afwyking ten opsigte van huwelikstaat. Dit het geblyk dat ongetroude respondente minder tevrede gestel word deur D N S as getroudes, geskeides en weduwees/wewenaars. Die resultate word in 'n dendogram (Figuur 9.2) hieronder uiteengesit.

Figuur 9.2

Dendogram vir beoordeling van tevredenheid met D N S



Die dendogram toon dat die ongetroude groep geneig was om minder tevrede te wees met D N S as getroudes, geskeides en weduwees/wewenaars.

9.4.4.4 Gevolgtrekking

Die meervoudige regressie-analise was nie beduidend nie, maar die Chaid-analise het beduidende resultate opgelewer in die sin dat dit blyk dat ongetroude persone minder tevrede was met D N S as getroudes, geskeides en weduwees/wewenaars.

9.4.5 Beoordeling van noodsaaklikheid (vraag 22)

9.4.5.1 Beskrywing

Hier moes die respondente 'n aanduiding gee van hoe noodsaaklik hul 'n plaaslike koerant soos D N S vir hul dorp beskou. Om dit te doen moes hulle 'n punt op 'n skaal uit 100 toeken. Die 0-waarde toon aan dat dit geen waarde het nie, en 100 dui aan dat hulle nie daarsonder kan klaarkom nie.

9.4.5.2 Meervoudige regressie-analise

Die regressie-analise was nie beduidend nie ($R = 0,22$ $p = 0,35$ $R^2 = 0,05$). 'n Inspeksie van die koëffisiënte (Tabel 9.26) het egter getoon dat onderwysers D N S as baie noodsaaklik vir die plaaslike gemeenskap beskou. (Hierdie siening van onderwysers kan verbind word aan 'n vroeëre bevinding dat persone wat aan tegniese- of onderwyskollege studeer het, die plaaslike koerant bō 'n dagblad verkies en hierdie koerant ook meer intensief lees. Hierdie bevindinge mag toegeskryf word aan die feit dat die plaaslike koerant redelik baie dekking aan skoolaktiwiteite gee, soos geblyk het uit die inhoudsontleding). Persone uit die beroepsgroep besighede/banke het dit ook as redelik noodsaaklik geag. Die koëffisiënte is in Tabel 9.26 weergegee.

Tabel 9.26
Tabel van koëffisiënte

Veranderlike	Koëffisiënt	P
Ouderdom	-0,09097	0,3528
Kwalifikasie	-0,20535	0,1684
Geslag	0,06929	0,6573
Huistaal	-0,05755	0,8335
Huwelikstaat	-0,04374	0,7995
Beroep:		
1 (Administrasie/Munisipaliteit/Spoorweë)	0,26178	0,2946
2 (Weermag/Gevangenis/Polisie)	0,05615	0,8724
3 (Professioneel)	0,26642	0,3868
4 (Besighede/Banke)	0,29229	0,0924 *
5 (Onderwys)	0,71105	0,0278 *
6 (Landbou)	-0,21951	0,5113

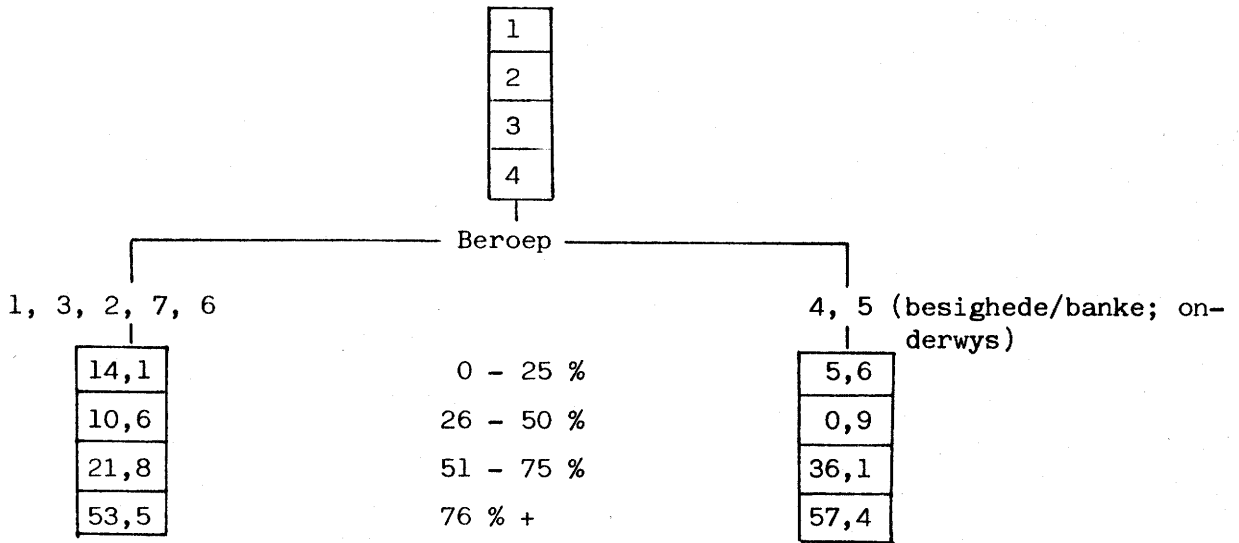
9.4.5.3 Chaid-analise

Die dendogram (Figuur 9.3 op bladsy 106) toon dat wanneer die data op 'n nominale vlak hanteer word, beduidende verskille ten opsigte van die noodsaaklikheidsbeoordeling tussen, aan die een kant, respondente uit die besigheidswêreld en onderwys, en aan die ander kant, alle ander beroepsgroepe, na vore kom. Meer spesifiek toon Figuur 9.3 dat die besigheds- en onderwysgroepe D N S as meer noodsaaklik beskou. In die bespreking is verder aan hierdie bevinding aandag geskenk.

Figuur 9.3

Dendogram vir beoordeling van noodsaaklikheid

Afhanklike veranderlikes



Die dendogram (Figuur 9.3) toon duidelik dat daar twee beroepskategorieë is wat D N S as baie noodsaaklik vir die plaaslike gemeenskap beskou. Hierdie twee beroepskategorieë is besighede/banke en onderwys.

9.4.5.4 Gevolgtrekking

Uit die resultate van die meervoudige regressie-analise en in die Chaid-analise, blyk redelik duidelik dat beroep verband hou met die beoordeling van die noodsaaklikheid van 'n plaaslike koerant vir Kroonstad. Veral respondente in twee beroepskategorieë, onderwys en besighede/banke, het aangedui dat sō 'n koerant baie noodsaaklik is.

9.4.6 Samevatting

Wat die relasie tussen veranderlikes betref, het die volgende bevindinge uit die resultate gespruit:

- die frekwensie van blootstelling aan D N S hou nie verband met die onafhanklike veranderlikes nie;
- die voorkeur vir 'n bepaalde koerant en die intensiteit waarmee hierdie betrokke koerant gelees word, hou verband met die respondent se kwalifikasies. Persone met 'n universiteitsopleiding het die dagblad beduidend meer verkies as die plaaslike koerant en het hierdie dagblad ook meer intensief gelees. Respondente wat egter aan 'n tegniese kollege of onderwyskollege studeer het, het geneig om eerder die plaaslike koerant te verkies en het hierdie koerant ook meer

intensief gelees. Persone uit die professionele beroepskategorie het die plaaslike koerant minder deeglik gelees;

- 'n evaluasie (gehaltebeoordeling) van D N S het nie verband gehou met biografiese veranderlikes nie;
- dit het geblyk dat ongetroude respondente minder as getroudes, geskeides en weduwees/wewenaars tevrede gestel word deur D N S as 'n plaaslike koerant; en
- by die beoordeling van noodsaaklikheid van 'n plaaslike koerant vir Kroonstad, het veral respondente in twee beroepskategorieë aangedui dat só 'n koerant baie noodsaaklik is. Die twee beroepskategorieë was onderwys en besighede/banke.

9.4.7 Gevolgtrekking

Die voorafgaande bevindinge het gelei tot enkele gevolgtrekkings wat as volg opgesom kan word:

- hoe wyer en meningsgewys mobieler die verwysingskader (dit wil sê respondente met universiteitsopleiding; ongetroude respondente) hoe minder intensief word die koerant gelees en hoe laer is die graad van tevredenheid met die koerant; en
- hoe meer instrumenteel die gebruik van die koerant (dit wil sê respondente in die beroepskategorieë besighede/banke en onderwys) hoe noodsaakliker word D N S as 'n plaaslike koerant in sy gemeenskap beskou.

Alhoewel baie tentatief kan voorafgaande as 'n mate van gebruik-en-beloning van D N S geïnterpreteer word. Hierop word in die volgende analyses in meer besonderhede ingegaan.

9.5 GEBRUIK EN BELONING VAN D N S (VRAE 12 EN 17)

9.5.1 Inleiding

Die mate waarin die lees van D N S bepaal is deur verskillende biografiese faktore, is in die voorafgaande afdelings aan die orde gestel. Uiteraard het daardie resultate nog geen spesifieke aanduiding gegee van die invloed wat die lesers se behoeftes en die koerant se inhoud op leespatrone het nie. Om hierdie vraag te beantwoord, moes daar na die motivering van die lesers gekyk word. Soos in die teorie-hoofstuk (Hoofstuk 3) reeds aangedui is, is as teoretiese raamwerk vir hierdie analyses Blumler en Katz-hulle se gebruik-en-beloningbenadering benut. Daarom is daar eerstens bepaal wat die gebruike en belonings is wat die lesers uit D N S

put (soos verwoord in vraag 12) en tweedens, die spesifieke fokuspunte op die verskillende artikels en berigte in die koerant (soos verwoord in vraag 17).

Beide vrae 12 en 17 was egter betreklik komplekse vrae wat bestaan uit wedersydse afhanklike onderafdelings. In die lig van hierdie relatiewe gekompliseerdheid, is daar derhalwe besluit om die data van beide vrae eers te reduseer. Dit is gedoen deur 'n hoofkomponente-analise op die gegewens van onderskeidelik vrae 12 en 17 uit te voer. In beide gevalle is faktore met 'n eigenwaarde gelyk aan, of groter as, een onttrek. Daarna is die faktormatriks op 'n varimax-wyse geroteer tot eenvoudige strukture en is beraamde faktortellings bereken. In die verdere analyses, waarin hierdie gegewens met ander veranderlikes in verband gebring is, is van hierdie beraamde faktortellings as insette gebruik gemaak. Aangesien die faktoranalises nie 'n doel op sigself was nie, word in die volgende paragrafe die besonderhede van hierdie analyses betreklik bondig gerapporteer.

In die volgende paragrafe word eers kortliks die resultate van die faktoranalises van vraag 12 bespreek, daarna word hierdie faktoranalises in verband gebring met ander veranderlikes, naamlik vrae 8 (hoe dikwels die koerant gelees word); 13 (gehaltebeoordeling van die koerant); 15 (hoe deeglik die koerant gelees word); 19 (beoordeling van tevredenheid) en 22 (beoordeling van noodsaaklikheid). Vervolgens is die faktoranalise van vraag 17 aan die orde gestel, waarna die resultate van daardie faktoranalise in verband gebring is met die volgende veranderlikes, naamlik vrae 8, 13, 15, 19 en 22.

9.5.2 Faktoranalise van vraag 12

Hierdie vraag het bestaan uit 15 onderafdelings of "redes" waarom die respondente die betrokke plaaslike koerant lees.

Die gemiddeldes en standaardafwykings vir elk van die 15 redes word in Tabel 9.27 op bladsy 109, saamgevat. In alle gevalle word slegs met die data van 224 respondente gewerk, aangesien 26 persone aangedui het dat hulle nooit D N S lees nie.

Uit Tabel 9.27 het rede 1 (om meer van Kroonstad en sy omgewing te wete te kom) die hoogste gemiddelde gehad, gevolg deur rede 7 (om te leer van prysstygings en ander sake wat u alledaagse lewe raak) en rede 11 (om te leer hoe plaaslike gebeure u persoonlik raak). Al drie hierdie redes slaan op die plaaslike karakter van die betrokke koerant. Die laagste gemiddelde was vir rede 8 (om te help om u probleme te vergeet). Sonder om op verdere besonderhede in te gaan, strook die ordening van redes met die riglyne wat in Hoofstuk 4 vir die plaaslike koerant aangebied is.

Tabel 9.27

Gemiddelde en Standaardafwyking van vraag 12

Veranderlike (Rede)	$\bar{X}$	SA
1 (om meer van dorp te wete te kom)	3,77	0,59
2 (omdat dit u laat ontspan)	2,07	1,12
3 (laat u minder eensaam voel)	1,48	0,96
4 (leer van gebeure in die wêreld)	1,86	1,18
5 (dit is opwindend en stimulerend)	2,03	1,09
6 (om opinies te vergelyk)	2,46	1,22
7 (leer van prysstygings en ander sake)	2,98	1,20
8 (help om probleme te vergeet)	1,23	0,71
9 (verskaf onderwerpe om oor te gesels)	2,76	1,15
10 (maak deel uit van lewenspatroon)	2,30	1,25
11 (leer hoe plaaslike gebeure u raak)	2,98	1,08
12 (hoe munisipale amptenare pligte uitvoer)	2,28	1,32
13 (vir besluite wat u moet neem)	2,36	1,29
14 (wanneer u niks anders te doen het nie)	1,81	1,16
15 (om kwaliteit van leefwyse te verbeter)	1,74	1,08

Die korrelasiematriks word in Tabel 9.28 uiteengesit.

Tabel 9.28

Korrelasiematriks van vraag 12

Rede	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
2	.08													
3	.05	.29												
4	.17	.34	.20											
5	.15	.45	.28	.34										
6	.13	.36	.25	.35	.29									
7	.11	.36	.17	.40	.35	.30								
8	.11	.30	.55	.29	.42	.23	.22							
9	.14	.38	.24	.33	.34	.43	.33	.22						
10	.13	.23	.23	.20	.31	.23	.29	.27	.32					
11	.09	.19	.17	.09	.23	.22	.24	.20	.22	.28				
12	.16	.36	.28	.27	.31	.35	.38	.27	.34	.29	.38			
13	.16	.41	.21	.32	.33	.36	.41	.29	.36	.24	.37	.52		
14	-.10	-.06	.29	-.08	-.14	-.03	-.10	.15	-.18	-.02	-.03	-.11	.00	
15	.10	.39	.27	.43	.39	.29	.36	.35	.34	.39	.23	.42	.39	-.00

$r \geq 0,13$ $p \leq ,05$

- (a) die advertensiebelading tussen ongeveer 60 % en 65 % sou wees, maar dit blyk dat hierdie syfer deur D N S oorskry word;
- (b) hofverslaggewing onvoldoende sal wees - wat inderdaad bewys is;
- (c) munisipale nuus redelik baie nuusdekking behoort te geniet - wat nie die geval was nie.

Ten spyte van enkele leemtes, blyk dit tog dat D N S in 'n redelike groot mate aan die teoretiese vereistes, wat aan die plaaslike koerant gestel word, voldoen.

7.9 SAMEVATTING

'n Inhoudsontleding is op 27 uitgawes van D N S gedoen. Sestien kategorieë is vir die doel van die ontleding geselekteer, naamlik misdaad, landbou, klein advertensies, groot advertensies, redaksionele advertensies, sport, verenigingslewe, vermaak, skolenuus, munisipale nuus, nie-plaaslike nuus, redaksioneel, religieus, mashoof, algemene plaaslike nuus en rubrieke/artikelstof.

Na die ontledings voltooi is, is gevind dat die grootste persentasie ruimte in die volgende volgorde aan die kategorieë toegeken is: groot advertensies; algemene plaaslike nuus; sport; skolenuus; klein advertensies; rubrieke/artikelstof; landbou; verenigingslewe; vermaak; redaksionele advertensies; nie-plaaslike nuus; redaksioneel; misdaad; religieus; munisipale nuus en laastens mashoof.

Uit die plasing van hierdie kategorieë kan die afleiding gemaak word dat D N S wel voldoen aan die belangrikste vereiste van 'n plaaslike koerant, naamlik om plaaslike nuus te publiseer. Daar is ook gevind dat die betrokke koerant polities neutraal staan, aangesien daar geen politieke beriggewing in die 27 uitgawes was nie.

'n Betroubaarheidstoets is op die ontledings gedoen en 'n betroubaarheidsgraad van 94 % en 91 % is onderskeidelik gehandhaaf.

Die implikasies van hierdie inhoudsontleding sal in Hoofstuk 10 bespreek word. Die lesersopname kom vervolgens in Hoofstukke 8 en 9 aan die beurt.

LESERSOPNAME

8.1 INLEIDING

Uit die voorafgaande hoofstukke het dit geblyk dat die plaaslike koerant 'n besondere funksie vervul en 'n spesifieke plek binne die spektrum van die massamedia inneem. Dit het ook geblyk dat 'n analise van die rol en funksies van so 'n plaaslike koerant op minstens drie vlakke gedoen moet word. Eerstens behoort dit vanuit 'n redaksionele oogpunt gedoen te word; tweedens vanuit 'n inhoudelike kant en derdens vanuit 'n ontvangerkant.

In hierdie studie is laasgenoemde twee vlakke hoofsaaklik gedek, naamlik die inhoud van die koerant (Hoofstuk 7) en die ontvangers of lesers (Hoofstukke 8 en 9). In die volgende paragrawe word 'n uiteensetting van die metode wat tydens die lesersopname gevolg is, gegee.

8.2 PROSEDURE

Hierdie ondersoek kan as 'n opnameondersoek beskryf word. Telefoononderhoude, wat op 'n ewekansige steekproef getrek is, is gevoer met die inwoners van die bedieningsgebied.

8.3 KONSTRUKSIE VAN DIE VRAELYS

'n Vraelys is opgestel aan die hand van vraelyste wat in gepubliseerde ondersoeke gebruik is; operasionalisering van spesifieke doelwitte wat die ondersoeker met die vraelys gehad het; en op grond van teorieë, byvoorbeeld die gebruik-en-beloningbenadering. In die formulering van die vrae en die items is die geykte kriteria vir vraagformulering gebruik (vgl. Edwards, 1957).

'n Voorbeeld van die vraelys kan in Bylae E gevind word. Ter wille van toeligting word 'n kort opsomming daarvan in Tabel 8.1 op die volgende bladsy gegee.

Vraag 8 het bepaal hoe dikwels die respondent die koerant lees. Indien hy/sy nooit die koerant gelees het nie, is die vraelys tot en met vraag 8 ingevul. Die biografiese besonderhede van hierdie respondente is by die resultate van die ondersoek betrek.

Tabel 8.1
Struktuur van vraelys

Tema	Vraag no.
Biografiese besonderhede	2 - 7
Aankoop van koerant	9, 10
Lesersdiepte	11
Gebruik en beloning	12 (a - o)
Gehaltebepaling	13
Kommunikasie	14
Leespatroon	8, 15, 16, 17, 20, 24, 32
Lewensduur	18
Tevredenheid	19
Reaksie op advertensies	21
Noodsaaklikheid	22
<u>Die Volksblad</u>	25, 26, 27
<u>Die Volksblad</u> versus <u>D N S</u>	28, 29, 30
<u>Die Goudveld</u> versus <u>D N S</u>	31
Aanbeveling of klagte	33

8.4 ONTWERP

Die doelwit van hierdie deel van die ondersoek kan algemeen beskryf word as die vasstelling/bepaling van leesgedrag. Meer spesifiek het dit gegaan om die omvang en diepgang van blootstelling van D N S te bepaal en daarmee saam tevredenheid met hierdie koerant. Vir analitiese doeleindes is biografiese besonderhede as onafhanklike veranderlikes en frekwensies, intensiteit en tevredenheid as afhanklike veranderlikes gedefinieer. Hierdie klassifisering beteken natuurlik nie dat die onafhanklike veranderlikes as volstrekte of enigste "oorsake" van leesgedrag beskou is nie. Daarvoor is hierdie verskynsel klaarblyklik te kompleks. Meer spesifiek is die volgende vrae as onafhanklike veranderlikes beskou: vraag 2 (geslag); vraag 3 (huistaal); vraag 4 (huwelikstaat); vraag 5 (ouderdom); vraag 6 (beroep); vraag 7 (opleiding); vraag 9 (koop koerant self of lees iemand anders s'n), vraag 12 (redes hoekom die koerant gelees word) en vraag 17 (in watter mate sekere berigte en artikels/rubrieke gelees word).

Teenoor voorgaande voorspellers is die volgende vrae as afhanklike veranderlikes geklassifiseer: vraag 8 (hoe dikwels die koerant gelees word); vraag 13

(gehaltebeoordeling van D N S); vraag 15 (hoe deeglik die koerant gelees word); vraag 19 (beoordeling van tevredenheid) en vraag 22 (beoordeling van noodsaaklikheid).

8.5 ONDERHOUDVOERDERS

Vier gegradueerde dames en die ondersoeker het as onderhoudvoerders opgetree.

Die onderhoudvoerders is vooraf baie deeglik en individueel deur die ondersoeker ingelig oor die prosedure en werkswyse en klem is veral daarop gelê dat hulle die vrae so neutraal as moontlik moes stel sodat die respondente nie beïnvloed sou word nie. Enkele proeflopies is in die aanwesigheid van die ondersoeker onderneem.

8.6 STEEKPROEF

Kroonstad en sy distrik het volgens die 1980-sensusopname ongeveer 24 000 blanke inwoners. Om ekonomiese redes is besluit op 'n een persent steekproef en is 250 persone by die ondersoek betrek. Alhoewel hierdie koerant se verspreidingsgebied dorpe soos Heilbron, Edenville, Viljoenskroon, ens. insluit, word slegs 5 % van D N S se oplaag aan dorpe buite Kroonstad gelewer. As gevolg van ekonomiese en praktiese redes is besluit om slegs van Kroonstad se inwoners by die ondersoek in te sluit.

Die onderhoude is telefonies afgehandel, omdat dit relatief vinnig geskied, goedkoop is en anonimiteit verseker (vgl. Orwin & Boruch, 1982). Die plaaslike poskantoor kon nie die presiese aantal telefoonnommers in die 1982-gids verskaf nie, en 'n beraming is gemaak dat ongeveer 8 258 nommers in die gids verskyn. Om derhalwe 250 respondente te betrek, is elke 33ste nommer geselekteer. Indien dit 'n besighheidsnommer was, is die daaropvolgende persoonlike nommer geselekteer.

8.7 METODE

Die ondersoek het twee weke geduur (vanaf 26 Julie 1982 tot 8 Augustus 1982) waartydens twee uitgawes van D N S verskyn het. 'n Voorbladberig in die voorafgaande uitgawe (19 Julie 1982) het die doel van die opname uiteengesit en die publiek se samewerking is gevra (kyk Bylae F). Gevolglik was 'n groot aantal van die respondente bewus van die ondersoek.

Die ondersoeker het aan elke onderhoudvoerder Afrikaanse en Engelstalige vraelyste verskaf. 'n Kort paragraaf het die vraelys voorafgegaan waarmee die onderhoudvoerder

haarself bekend gestel en die doel van die ondersoek verduidelik het (kyk Bylae E). Die onderhoudvoerders het hulle deurgaans as "mevrouw Nel" bekend gestel om sodoende anoniem vir die respondent te bly.

Die onderhoude is hoofsaaklik na 17h00 gevoer en die onderhoudvoerders het deurgaans gepoog om nie te telefoneer wanneer nuusprogramme op televisie gebeeldsaai is nie. Daar is veral daarop gekonsentreer om vanaf Woensdag (wanneer die koerant verskyn) tot die daaropvolgende Saterdag die onderhoude te voer.

In gevalle waar drie keer vrugteloos probeer is om 'n betrokke respondent te skakel, is die daaropvolgende telefoonnommer by die ondersoek betrek. Die gemiddelde tydsduur per onderhoud was ongeveer sewe minute.

8.8 ALGEMENE PROBLEME

Oor die algemeen was daar betreklik min probleme. Vraag 12 (waarom die koerant gelees word) het die meeste probleme veroorsaak. Die ondersoeker het gevind dat die alternatiewe antwoorde verwarrend was en dat 'n antwoordmoontlikheid van slegs "ja" of "nee" meer gepas sou wees.

Sommige vrae was te ingewikkeld vir sommige respondente (veral diegene met lae kwalifikasies) byvoorbeeld vrae 12, 16, 17 en 22. In hierdie gevalle het die onderhoudvoerders die vrae herhaal en moeilike begrippe nader toegelig, maar steeds gepoog om so neutraal as moontlik op te tree.

8.9 STATISTIESE ONTWERP

Die twee stelle veranderlikes, naamlik afhanklike en onafhanklike veranderlikes, wat in hierdie studie gebruik is, word in Tabel 8.2 uiteengesit:

Tabel 8.2
Uiteensetting van veranderlikes

Onafhanklike veranderlikes	Vraag no.
Geslag	2
Huistaal	3
Huwelikstaat	4
Ouderdom	5
Beroep	6
Opleiding	7
Koop <u>D N S</u> self of lees iemand anders s'n	9
Redes waarom <u>D N S</u> gelees word	12
In watter mate lees u berigte en rubrieke in <u>D N S</u> ?	17
Afhanklike veranderlikes	Vraag no.
Hoe dikwels lees u <u>D N S</u> ?	8
Hoe vind u <u>D N S</u> as 'n plaaslike koerant?	13
Hoe deeglik lees u <u>D N S</u> ?	15
In watter mate stel <u>D N S</u> u tevrede?	19
Hoe noodsaaklik is <u>D N S</u> as 'n plaaslike koerant?	22

8.10 SAMEVATTING

Die lesersopname kan as 'n opnameondersoek beskryf word. Telefoononderhoude wat op 'n ewekansige steekproef getrek is, is gevoer met 250 inwoners van die vernaamste bedieningsgebied.

Die ondersoek, wat twee weke lank geduur het, is hoofsaaklik saans uitgevoer. Sterk klem is op die anonimiteit van beide die onderhoudvoerder en respondent ge-lê. Die vraelys het betreklik min probleme opgelewer.

Vir analitiese doeleindes is biografiese besonderhede (dit wil sê vrae 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 12 en 17) as onafhanklike veranderlikes beskou en frekwensies, intensiteit en tevredenheid (dit wil sê vrae 8, 13, 15, 19 en 22) as afhanklike veranderlikes.

In die volgende hoofstuk kom die resultate van die lesersopname aan die beurt.

RESULTATE VAN LESERSOPNAME

9.1 BETROUBAARHEID EN GELDIGHEID

Die betroubaarheid van die vraelys kon nie op standaardwyses (byvoorbeeld hertoetsing, parallelle helftes, ens.) bepaal word nie, aangesien dit hier om 'n eenmalige opnameondersoek, wat teen 'n betreklik hoë koste gedoen is, gegaan het. Gevolglik kon dit byvoorbeeld nie herhaal word om sodoende stabiliteit oor tyd, of tussen respondente te bepaal nie.

Ten spyte daarvan dat betroubaarheid- en geldigheidsinligting gewoonlik nie in ondersoek soos hierdie gerapporteer word nie, is dit nogtans belangrik om die inligting wat wel beskikbaar is, aan te bied.

9.1.1 Betroubaarheid

Inligting oor die stabiliteit, dit wil sê betroubaarheid van die response, kan wel in 'n mate uit die volgende gegewens afgelei word.

In vraag 9 is gevra of die respondent self die koerant koop, terwyl in vraag 10 'n antwoordmoontlikheid was wat gelui het: "Koop die koerant nie self nie". Die resultate van die antwoorde op vrae 9 en 10 word in Tabel 9.1 uiteengesit.

Tabel 9.1
Betroubaarheid van vrae 9 en 10

		Kafee	Straat	Ingeteken	Koop nie	Ander
Koop self	Ry %	34,92	59,26	1,59	1,06	3,17
	Kolom %	100,00	100,00	100,00	5,41	100,00
Iemand anders s'n	Ry %	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00
	Kolom %	0,00	0,00	0,00	94,59	0,00
Totaal		66	122	3	37	6
		29,46	50,00	1,34	16,52	2,68

Uit bostaande tabel blyk dit dat geen een van diegene wat aangedui het dat hulle die koerant by die kafee of op straat koop, op vraag 10 aangedui dat hulle iemand

anders s'n lees nie. Voorts het almal wat gesê het dat hulle iemand anders se koerant lees, tewens aangedui dat hulle dit nie self koop nie. Uit hierdie gegewens blyk dit dan wel dat daar 'n praktiese volledige ooreenstemming tussen die antwoorde op vrae 9 en 10 was en hieruit kan afgelei word dat die betroubaarheid vir hierdie vrae baie hoog was.

Betroubaarheidsaanduiding van elemente in die vraelys blyk ook uit die hoë assosiasie wat tussen die antwoorde op vraag 8 en vraag 32 verkry is. As sodanig kan hierdie twee vrae as variasies van dieselfde saak beskou word. Die resultate van hierdie twee vrae word in Tabel 9.2 weergegee.

Tabel 9.2
Betroubaarheid van vrae 8 en 32

		Aantal koerante					Totaal
		0	1	2	3	4	
Koop nooit	Frekwensie	26	0	0	0	0	0
	%	.	.	.	.	.	0,00
	Ry %	.	.	.	.	.	
	Kol. %	.	.	.	.	.	
Koop gereeld	Frekwensie	0	1	1	9	151	162
	%	.	0,45	0,45	4,02	67,41	72,32
	Ry %	.	0,62	0,62	5,56	93,21	
	Kol. %	.	7,69	7,14	37,50	87,28	
Totaal		.	13	14	24	173	224
		.	5,80	6,25	10,71	77,23	100,00

Van die 162 persone wat op vraag 8 aangedui het dat hulle D N S gereeld gelees het, het 151 op vraag 32 aangedui dat hulle vier uit vier uitgawes koop. Daar is dus 'n baie opsigtelike hoë positiewe relasie tussen die antwoorde van vraag 8 en vraag 32.

Alhoewel hier maar indikasies van betroubaarheid vir enkele vrae gegee is, gee die statistiese omvang van die verband tussen die pare vrae, rede om aan te neem dat die vraelys waarskynlik betreklik betroubaar was. Trouens, as 'n mens aanneem dat betroubaarheid 'n funksie van die lengte van die vraelys, dus die aantal vrae is, en hierdie paar betroubaarheidsindikatore vir lengte gekorrigeer het, sou 'n mens kon verwag dat die betroubaarheid van 'n betreklik aanvaarbare orde sou wees.

9.1.2 Geldigheid

Grootliks dieselfde probleme in die berekening van betroubaarheid geld ook vir die berekening van geldigheid. Nogtans was dit moontlik om ook enkele aanduidings van die relatiewe geldigheid van hierdie vraelys te kry.

9.1.2.1 Gesigsgeldigheid

'n Vraelys is geldig in die mate wat dit meet wat dit veronderstel is om te meet. Die mees voor-die-handliggende aanduiding van sodanige geldigheid is 'n inspeksie van die formulering van die vrae en die items. In die onderhawige geval is die vraelys intensief vooraf bespreek en aangepas na aanleiding van die besprekings. Hierdie vraelys was vir kommentaar gestuur aan twee hoogleraars in die Kommunikasiekunde, waarvan een spesifiek in die joernalistiek gespesialiseer het; verder aan 'n dosent (met 'n meestersgraad), ook gespesialiseerd in die joernalistiek; asook aan die redaksie van die betrokke koerant. Die kommentaar wat deur dié kenners verskaf is, is in alle gevalle, so ver moontlik, in die finale vorm van die vraelys verreken. Op grond van hierdie stappe moet 'n redelike mate van gesigsgeldigheid vir die vraelys aangeneem word.

Vir verdere doeleindes van validering, is vervolgens gekyk na die kwessies van konvergerende geldigheid en diskriminante geldigheid (vgl. Boruch, 1970). Uit die aard van die vraelys kon hoofsaaklik vrae met die oog op konvergerende geldigheid ingesluit word.

9.1.2.2 Konvergerende geldigheid

'n Vraelys is geldig in die mate wat verskillende vrae, wat dieselfde aspek meet, 'n hoë korrelasie toon. In die konstruksie van die vraelys is doelbewus drie nogal uiteenlopende formulerings gebruik om die mate van bevrediging wat D N S bied, te meet, naamlik vrae 13, 19 en 22. Trouens, die vrae is so geformuleer om juis verskillende, hoewel moontlik, nou verbandhoudende dimensies van leserstevredenheid te meet. Om die mate van ooreenkoms te bepaal is 'n Pearson produkmement-korrelasiekoëffisiënt tussen hierdie drie vrae bereken. Die resultate is in Tabel 9.3 op die volgende bladsy weergegee.

Uit die besonderhede in Tabel 9.3 blyk dit dat vrae 13 en 19 'n betreklik hoë mate van konvergensie getoon het, terwyl die konvergensie tussen vrae 13 en 22, hoewel hoogs betroubaar, van 'n betreklike klein omvang was. Die korrelasie tussen vrae 19 en 22 was onbeduidend.

Tabel 9.3
Behoeftbevreëdiging deur D N S

Vraag	19	22
13	0,58	0,26
p	0,00	0,00
19		0.11
p		0.09

Wanneer daar gekyk word na die inhoud van hierdie vrae, dan blyk dit inderdaad dat vraag 22 wel 'n ander tipe van voorstelling van die respondente geverg het as vrae 13 en 19, wat gewoon op 'n semantiese vlak 'n groter mate van ooreenkoms toon. Hierdie aanduidings gee nogtans 'n redelike mate van bevrediging op die vraag hoe geldig hierdie vraelys was, altans dan in die geval van hierdie drie vrae. Hierdie aanduidings van geldigheid moet ook geëvalueer word teen die agtergrond van die omvang van geldigheid wat gewoonlik in studies van hierdie aard gevind word. In daardie gevalle, waar geldigheid gerapporteer word, haal dit selde, indien ooit, 'n vlak van 'n korrelasie gelyk aan 0,5 (vgl. byvoorbeeld Cronbach, 1960).

Aanduidings van konvergerende geldigheid kan ook gevind word in die korrelasies tussen vrae 28 en 29. Indien aangeneem word dat Die Volksblad 'n algemener nuusblad as D N S, wat 'n meer plaaslike karakter sou dra, is, dan sou 'n mens in vraag 29 verwag dat diegene wat D N S verkies, dit dan spesifiek om die plaaslike nuus doen, terwyl diegene wat Die Volksblad verkies, dit hoogwaarskynlik om die meer nasionale en internasionale nuusdekking sou doen. Die volgende data is verkry:

Tabel 9.4
Verband tussen koerantvoorkeur en motivering

Koerant	Motivering			Totaal
<u>Die Volksblad</u>	5	64	6 I	75
<u>D N S</u>	140	2	7 I	149
Totaal	145	66	13 I	224

Die totale aantal respondente in Tabel 9.4 someer nie tot 250 nie, omdat respondente wat nie D N S lees nie, nie in berekening gebring is nie. Dit geld ook vir die hieropvolgende tabelle.

'n Kort analise wat op hierdie tabel gedoen is, het 'n korrelasie van $C = 0,67$ opgelewer. Inspeksie van die data toon dat die assosiasie in die voorspelde rigting

was, naamlik dat Die Volksblad verkies word ter wille van nasionale en internasionale nuus en D N S ter wille van plaaslike nuus.

'n Verdere aanduiding van konvergerende geldigheid is die antwoorde op vrae 9 en 10, meer spesifiek dan is dit te wagte dat dié persone wat in vraag 9 aangedui het dat hulle die koerant self koop, nie op vraag 10 sou aandui dat hulle die koerant nie self koop nie (kyk Tabel 9.1 op bladsy 80).

Uit 'n kruistabulering van die gegewens (Tabel 9.1) blyk dat byna alle respondente wat aangedui het dat hulle iemand anders se D N S lees, op vraag 10 aangedui het dat hulle D N S nie self koop nie. Omgekeerd het slegs twee persone, wat gesê het dat hulle D N S self koop, op vraag 10 aangedui dat hulle nie D N S self koop nie. Daar was 'n byna volledige konsistensie in die response. Alhoewel hierdie vrae baie direk was, is dit tog 'n indikator van geldigheid.

9.1.3 Samevatting

Uit die voorafgaande beperkte aantal geldigheidskoëffisiënte blyk dit dat daar rede is om met versigtigheid te aanvaar dat die vraelys 'n redelike mate van interne geldigheid gehad het, dit wil sê dat dit gemeet het wat dit bedoel was om te meet.

9.2 BIOGRAFIESE BESONDERHEDE

In die volgende paragrafe word 'n kort oorsig van die biografiese besonderhede van die respondente gegee.

Tweehonderd-en-vyftig persone (125 mans en 125 dames) bo die ouderdom van 18 jaar en woonagtig in Kroonstad en sy distrik, is by die ondersoek betrek. Van hierdie 250 respondente was 236 (94,4 %) Afrikaans- en 14 (5,6 %) Engelssprekend. Hierdie syfers stem in 'n redelike mate ooreen met dié van die 1980-sensusopname waar gevind is dat 90,5 % van die blanke bevolking in Kroonstad Afrikaanssprekend was, 8,9 % Engelsprekend en 0,6 % se huistaal was Portugees. Die vraelys het voorsiening gemaak vir andertaliges deur middel van die kategorie "ander".

Wat die respondente se huwelikstaat betref, was 211 getroud, 22 ongetroud, ses geskei en 11 weduwees/wewenaars. Die ouderdomsgroepe word in Tabel 9.5 op bladsy 85 aangedui.

Tabel 9.5
Ouderdomsgroepe van respondente

Groepe	N	%
18 - 20 jaar	6	2,4
21 - 30 jaar	54	21,6
31 - 40 jaar	98	39,2
41 - 50 jaar	43	17,2
51 - 60 jaar	24	9,6
61 - 70 jaar	23	9,2
71 + jaar	2	0,8
Totaal	250	100,0

Uit die besonderhede van Tabel 9.5 blyk dit dat die grootste verteenwoordiging in die ouderdomsgroep van 31 tot 40 jaar was, en die laagste in die groep b6 71 jaar.

In die ondersoek is gepoog om alle beroepe te betrek, daarom is nie spesifieke beroepe aangedui nie, maar eerder algemene beroepskategorieë soos gesien kan word in Tabel 9.6.

Tabel 9.6
Beroepskategorieë

Kategorieë	N	%
Administrasie/Munisipaliteit/Spoorweë	23	9,2
Weermag/Gevangenis/Polisie	11	4,4
Professioneel	16	6,4
Besighede/Banke	95	38,0
Onderwys	13	5,2
Landbou	12	4,8
Huisvrou	67	26,8
Pensioentrekkers	13	5,2
Totaal	250	100,0

Wat beroepskategorieë betref, het die sakewêreld (dit wil sê besighede/banke) die hoogste persentasie verteenwoordiging gehad, naamlik 38,0 %, gevolg deur huisvroue met 26,8 %. Die rede vir die groot persentasie respondente in die sakewêreld kan toegeskryf word aan die feit dat die kategorie so 'n wye spektrum van beroepe dek, onder andere klerke, vakmanne, tegniese personeel, tiksters, bestuurders, ens.

Nou verbonde aan beroepe is die kwalifikasies van die respondente. In die vraelys is voorsiening gemaak vir sewe opleidingsvlakke, maar met die verwerking van die data is hierdie groepe gereduseer tot drie hoofgroepe, naamlik skoolopleiding, tersiêre opleiding en ander. Die oorspronklike groepe word in Tabel 9.7 uiteengesit.

Tabel 9.7
Hoogste kwalifikasie

Kategorie	N	%
St. 6	20	8,0
St. 8	60	24,0
St. 10	84	33,6
Tegniese kollege	19	7,6
Onderwyskollege	15	6,0
Universiteit	51	20,4
Ander	1	0,4
Totaal	250	100,0

Tabel 9.7 toon aan dat die grootste groep respondente (33,6 %) in besit van 'n matrieksertifikaat was, gevolg deur 24,0 % met 'n standerd agt-sertifikaat. 'n Redelike groot persentasie, naamlik 20,4 %, het universiteitsopleiding gehad.

9.2.1 Samevatting

Die biografiese besonderhede het aangedui dat die grootste persentasie van die respondente (39,2 %) in die ouderdomsgroep van 31 - 40 jaar was, terwyl die beroepskategorie besighede/banke die grootste (38,0 %) verteenwoordiging gehad het.

Die meeste respondente (84, dit wil sê 33,6 %) was in besit van 'n matrieksertifikaat, gevolg deur 60 (24,0 %) respondente met 'n st. agt-sertifikaat. 'n Groot aantal respondente (51, dit wil sê 20,4 %) het universiteitsopleiding gehad.

9.3 BLOOTSTELLING AAN D N S

Om leesgedrag te evalueer, was dit noodsaaklik om eerstens te weet of, en hoe dikwels die lesers aan die betrokke koerant blootgestel word. Die blootstelling aan hierdie plaaslike koerant word in Tabel 9.8 aangedui.

Tabel 9.8
Blootstelling aan D N S

Kategorie	N	%
Nooit	26	10,4
Soms	30	12,0
Dikwels	32	12,8
Gereeld	162	64,8
Totaal	250	100,0

Uit die bostaande gegewens blyk dit dat 64,8 % van die respondente elke week hul plaaslike koerant lees, terwyl daar nie 'n beduidende verskil was tussen die aantal respondente wat een maal óf twee tot drie maal per maand die koerant lees nie. Hierdie groot persentasie lesers, wat aangedui het dat hulle elke week D N S lees, mag daarop dui dat dit 'n gewoonte van die respondente was om weekliks die koerant te lees (vgl. bevindinge van Chaffee & Choe, 1981; Tillinghast, 1981). Ses-en-twintig respondente (10,4 %) het egter aangedui dat hulle nooit die koerant lees nie, en gevolglik het hulle die vraelys nie verder as hierdie vraag (vraag 8) voltooi nie. Vir die res van die ontledings is gebruik gemaak van die resterende 224 respondente wat D N S lees, al was dit dan dat hulle dit net soms lees.

Die res van die resultate is in twee afsonderlike afdelings aangebied, naamlik eers 'n algemene beskrywing per veranderlike en daarna die meer spesifieke relatering van meerdere veranderlikes onderling aan mekaar.

9.3.1 Afsonderlike veranderlikes

In die volgende paragrafe is die verspreiding van die response op vrae 10, 11, 23, 24, 15, 16, 18, 13, 19, 14, 22, 25, 28, 29, 30 en 31 agtereenvolgens gegee.

Alhoewel dit in sommige gevalle sinvol mag gewees het om statistiese toetse toe te pas om die beduidenheid van sommige patrone, respektiewelik verskille, te bepaal, is geoordeel dat, in die lig van die statistiese analyses wat later op die data toegepas is, hier volstaan kon word met 'n blote beskrywing van die response op die verskillende vrae. Sodoende kan dit as agtergrond dien vir die interpretasie van die resultate wat later aan die orde gestel word.

9.3.1.1 Koopplek

Eerstens was dit nodig om vas te stel waar die respondente hul koerant koop (vraag 10). Die resultate is in Tabel 9.9 uiteengesit.

Tabel 9.9
Waar word D N S gekoop

Plek	N	% +
Kafee	66	26,4
Op straat	112	44,8
Ingeteken	3	1,2
Koop nie self	37	14,8
Ander	6	2,4
Totaal	224	89,6

Uit Tabel 9.9 blyk dit dat die grootste aantal respondente (112) hul koerante op straat by koerantverkopers koop, terwyl slegs drie persone op die koerant ingeteken was.

9.3.1.2 Lesers per kopie

'n Belangrike aspek, wat verband hou met die aantal koerante wat verkoop word, is lesersdiepte (vraag 11) soos weerspieël in Tabel 9.10.

Tabel 9.10
Aantal lesers per kopie

Aantal lesers	N	%
1	28	11,2
2	110	44,0
3	27	10,8
4	31	12,4
5	12	4,8
6	9	3,6
7	1	0,4
8	3	1,2
9	3	1,2
0	26	10,4
Totaal	250	100,0

Uit Tabel 9.10 blyk dit dat die grootste persentasie respondente (44,0 %) aangedui het dat hul kopie van D N S gewoonlik deur twee persone gelees word, gevolg deur 12,4 % van die respondente wat gesê het dat hul kopie deur vier persone gelees word. Dit blyk dus dat daar 625 lesers was vir die 224 koerante wat in hierdie ondersoek betrek is. Elke koerant het dus 'n gemiddelde lesersdiepte van 2,8 persone per kopie gehad.

9.3.1.3 Wyse van lees

Die ondersoeker wou vasstel hoe die respondente te werk gaan wanneer hulle D N S lees (vraag 23) en hoe hulle na die foto's in die koerant kyk (vraag 24). Die resultate van vraag 23 word in Tabel 9.11 gegee.

Tabel 9.11
Werkswyse by lees van D N S

Kategorie	N	% +
Blaai eers, lees dan deeglik	102	40,8
Sistematies van voor na agter	98	39,2
Kyk hier en daar	21	8,4
Ander	3	1,2
Totaal	224	89,6

Uit die voorafgaande tabel blyk dit dat die grootste persentasie respondente (40,8 %) eers vinnig deur die koerant blaai en dit dan deeglik lees, terwyl 39,2 % van die respondente die koerant sistematies van voor na agter deurlees. Dit blyk ook dat die koerant deeglik gelees word, aangesien slegs 8,4 % van die respondente aangedui het dat hulle nie die koerant deeglik lees nie, maar slegs hier en daar kyk. 'n Mens moet egter in gedagte hou dat "deeglik" 'n relatiewe begrip is.

Tabel 9.12 op bladsy 90 dui aan hoe die respondente te werk gaan wanneer daar na foto's en hul onderskrifte in die koerant gekyk word (vraag 24).

Die resultate in Tabel 9.12 dui aan dat die grootste aantal respondente, naamlik 116, gestel het dat hulle na alle foto's in D N S kyk, maar slegs sommige onderskrifte, moontlik dié wat vir hulle van belang is, lees. 'n Redelike groot persentasie van die respondente (37,6 %) het aangedui dat hulle na alle foto's kyk en alle onderskrifte lees - dit mag 'n aanduiding wees van die deeglikheid waarmee die plaaslike koerant gelees word.

Tabel 9.12

Werkswyse by die lees van foto's in D N S

Kategorie	N	%
Kyk na alle foto's maar lees slegs sommige onderskrifte	116	46,4
Kyk na alle foto's en lees alle onderskrifte	94	37,6
Kyk slegs, maar lees geen onderskrifte nie	14	5,6
Totaal	224	89,6

9.3.1.4 Leesintensiteit

Hierdie gedeelte hou verband met drie vrae in die vraelys, naamlik vrae 15, 16 en 18 in die sin dat dit betrekking het op hoe lank aan 'n enkele kopie gelees word en hoe deeglik dit gelees word. Tabel 9.13 gee 'n aanduiding van hoe deeglik die koerant gelees word.

Tabel 9.13

Deeglikheid waarmee gelees word

Kategorie	N	%
Oorsigtelik	63	25,2
Redelik intensief	102	40,8
Intensief	59	23,6
Totaal	224	89,6

Dit blyk uit Tabel 9.13 dat 40,8 % van die respondente die koerant redelik intensief lees, terwyl daar nie 'n groot verskil is tussen diegene wat die koerant intensief of oorsigtelik lees nie.

Die mate van deeglikheid waarmee die koerant gelees word, hou weer verband met hoe lank daar aan 'n betrokke uitgawe gelees word (vraag 16). Die resultate van hierdie gegewens word in Tabel 9.14 weerspieël.

Die resultate in Tabel 9.14 dui daarop dat die grootste persentasie lesers (31,6 %) gemiddeld 30 minute daaraan bestee om een uitgawe van D N S te lees; gevolg deur 26,4 % wat ongeveer 15 minute lank aan die koerant lees. Slegs 4,8 % van die respondente het aangedui dat hulle vyf minute aan die koerant lees en dit dui daarop dat hulle die koerant baie oorsigtelik lees.

Tabel 9.14
Tydsduur van lees

Kategorie	N +	%
5 minute	12	4,8
15 minute	66	26,4
30 minute	79	31,6
45 minute	19	7,6
Langer as 60 minute	22	8,8
Totaal	224	89,6

Om 'n aanduiding te kry van hoe lank 'n persoon 'n koerant van ongeveer 35 bladsye deeglik lees, is 'n praktiese proefneming deur die ondersoeker gedoen en is gevind dat dit ongeveer een uur lank duur. In hierdie geval is alle redaksionele stof gelees, na alle vertoonadvertensies gekyk en geklassifiseerde advertensies ook bestudeer. Geregtelike advertensies en klein advertensies met betrekking tot "huise te koop" is nie gelees nie, aangesien hierdie advertensies slegs vir 'n sekere groep lesers van belang is. Wanneer aangeneem word dat die meeste lesers aangedui het dat hulle ongeveer 30 minute aan een uitgawe van D N S bestee, blyk dit dat hierdie koerant slegs redelik intensief gelees word. Maar wanneer in ag geneem word dat omtrent alles in hierdie koerant deur die ondersoeker gelees is, mag 30 minute 'n aanduiding wees dat hierdie koerant nogtans redelik deeglik, of intensief, deur die respondente gelees word.

'n Ander aspek waaraan ook aandag gegee is, is die vraag hoe lank 'n betrokke kopie in die huis gehou word voordat dit weggegooi word (vraag 18). Die besonderhede is in Tabel 9.15 weergegee.

Tabel 9.15
Tydsduur van besit

Kategorie	N	%
Dieselfde dag	16	6,4
1 dag	24	9,6
3 dae	40	16,0
1 week	73	29,2
Langer	71	28,4
Totaal	224	89,6

Uit Tabel 9.28 blyk dit dat 86 van die 104 korrelasies minstens op die 5 persentvlak beduidend was, trouens 29 sou selfs as korrelasies van minstens 'n matige omvang beskryf kon word. Hierdie patroon van verbande bied 'n redelike sterk vertrekpunt in 'n faktoranalise.

Die geroteerde faktormatriks word in Tabel 9.29 uiteengesit. Ter wille van ruimte-oorwegings is die ongeroteerde faktormatriks slegs as Bylae G weergegee.

Tabel 9.29
Geroteerde faktormatriks van vraag 12

Veranderlike (Rede)	Faktor 1	Faktor 11	Faktor 111
Rede 1	,27	,15	-,13
Rede 2	,62	,22	,15
Rede 3	,28	,11	,78
Rede 4	,72	,01	,06
Rede 5	,68	,12	,16
Rede 6	,50	,33	,07
Rede 7	,55	,37	-,04
Rede 8	,44	,07	,66
Rede 9	,57	,32	,00
Rede 10	,37	,37	,14
Rede 11	,03	,78	,03
Rede 12	,28	,71	,20
Rede 13	,38	,65	,07
Rede 14	-,37	,12	,71
Rede 15	,58	,29	,22
Eigenwaarde	4,84	1,46	1,08
% Gemeen. variansie	32,3	9,8	7,3

In die hieropvolgende interpretasie van die drie faktore is hoofsaaklik aan faktorladings van minstens 0,50 aandag gegee.

Faktor 1. In numeriese volgorde het die volgende redes beduidend op hierdie faktor gelaai: rede 2 (omdat dit u laat ontspan); rede 4 (om op die hoogte te bly met die huidige gebeure in die wêreld); rede 5 (omdat dit stimulerend en opwindend is); rede 7 (om te leer van prysstygings en ander sake wat u alledaagse lewe raak); rede 9 (omdat dit aan u onderwerpe gee waaroor u met ander kan gesels); en rede 15 (om u kwaliteit van leefwyse te verbeter).

Hierdie faktor het 'n wye veld gedek wat gevolglik moeilik geïdentifiseer kon word. Uiteindelik is dié faktor die etiket van kontak met die wêreld gegee. Hierdie faktor verklaar 32,3 % van die gemeenskaplike variansie.

Faktor 11. Die hoogste telling is toegeskryf aan rede 11 (om te leer hoe plaaslike gebeure u persoonlik raak); gevolg deur rede 12 (om uit te vind hoe munisipale amptenare hul pligte uitvoer) en rede 13 (vir besluite wat u moet neem, byvoorbeeld oor burgerlike beskerming). Hierdie faktor het duidelike tendense wat verband hou met plaaslike gebeure en is gevolglik ook so geïdentifiseer. Volgens die gegewens in Tabel 9.29 verklaar hierdie faktor 9,8 % van die gemeenskaplike variansie.

Faktor 111. Rede 3 (omdat dit u minder eensaam laat voel as niemand naby is nie) het die hoogste telling gehad, daarna rede 14 (wanneer u niks anders het om te doen nie) en rede 8 (omdat dit u help om van u probleme te vergeet). Hierdie faktor kan dus as ontvlugting geïnterpreteer word, en verklaar 7,3 % van die gemeenskaplike variansie.

Samevatting: Drie faktore is gevind in die ontleding van die redes waarom die respondente D N S lees. Sommige faktore kon maklik geïnterpreteer word, terwyl ander meer interpretasieprobleme opgelewer het. Die drie faktore is as volg geïdentifiseer, naamlik Faktor 1: kontak met die wêreld; Faktor 11: plaaslike gebeure en Faktor 111: ontvlugting.

Alhoewel die literatuur (vgl. byvoorbeeld Hoofstuk 4) 'n groot aantal redes vir mediagebruik geïdentifiseer het, is in lyn met die teoretiese skets van die plaaslike koerant in hierdie analise slegs daardie paar gevind wat eintlik teoreties verwag sou word.

9.5.3 Korrelasies tussen faktortellings van vraag 12 en ander vrae

Produkmoment-korrelasies tussen die geskatte faktortellings van die faktore van vraag 12 en die antwoorde op vrae 8 (hoe dikwels die koerant gelees word); 13 (beoordeling van gehalte); 15 (hoe deeglik die koerant gelees word); 19 (beoordeling van tevredenheid) en 22 (beoordeling van noodsaaklikheid) is ook bepaal. Dié korrelasies word in Tabel 9.30 op bladsy 112 aangedui.

Uit 'n inspeksie van Tabel 9.30 blyk dit asof Faktor 1 hoë korrelasies het met al die betrokke vrae: dit kan moontlik aan die algemeenheid van hierdie faktor toegeskryf word. Faktor 11 was nie beduidend nie, terwyl Faktor 111 (ontvlugting)

Tabel 9.30

Produktmoment-korrelasies tussen vraag 12 en ander vrae

Vraag	Faktor 1	Faktor 11	Faktor 111
Vraag 8	0,21	0,04	0,07
p*	0,001	0,5	0,26
Vraag 13	0,41	0,03	0,09
p	0,0001	0,6	0,17
Vraag 15	0,35	0,07	0,16
p	0,0001	0,3	0,01
Vraag 19	0,37	0,04	0,08
p	0,0001	0,5	0,23
Vraag 22	0,23	-0,04	0,11
p	0,0004	0,5	0,08

* tweekantige toets; n = 224

beduidend was vir vraag 15 (hoe deeglik die koerant gelees word). Die afleiding kan dus gemaak word dat persone wat die koerant gebruik vir die funksie van ontvlugting, die koerant meer deeglik as ander respondente lees. Hierdie verband kan s6 geïnterpreteer word: diegene met probleme, byvoorbeeld eensaamheid, probeer hulle tyd ten alle koste vul en daarom sal ook D N S meer deeglik gelees word.

Daar word vervolgens gekyk na 'n faktoranalise van vraag 17 waarna hierdie resultate in verband gebring sal word met die resultate van vraag 12.

9.5.4 Faktoranalise van vraag 17

By hierdie vraag het dit gegaan om te bepaal in watter mate die respondente die berigte en rubrieke/artikels in D N S lees. Nege verskillende tipes berigte en rubrieke/artikels is deur hierdie vraag gedek, naamlik misdaad; landbou; advertensies; sport, verenigingslewe, vermaak, skolenuus, munisipale nuus en persoonlike berigte. Die gemiddeldes en standaardafwyking vir elke item word in Tabel 9.31 op die volgende bladsy aangedui.

Uit die gegewens van Tabel 9.31 blyk dit dat vraag 17 a (misdaad) die hoogste gemiddelde telling gehad het en 'n mens kan aflei dat dié betrokke berigte die deeglikste deur die meeste respondente gelees is; gevolg deur g (skolenuus), d (sport), c (advertensies), h (munisipale nuus), f (vermaak), i (persoonlike berigte), e

Tabel 9.31

Gemiddelde en Standaardafwyking van vraag 17

Veranderlike	$\bar{X}$	SA
Vraag 17 a (misdaad)	3,44	0,74
Vraag 17 b (landbou)	2,48	1,17
Vraag 17 c (advertensies)	3,07	0,99
Vraag 17 d (sport)	3,12	1,04
Vraag 17 e (verenigingslewe)	2,72	1,08
Vraag 17 f (vermaak)	2,95	1,00
Vraag 17 g (skolenuus)	3,14	1,05
Vraag 17 h (munisipale nuus)	3,06	1,02
Vraag 17 i (persoonlike nuus)	2,92	1,09

(verenigingslewe) en b (landbou). 'n Matriks van pearsoniaanse korrelasies word in Tabel 9.32 weergegee.

Tabel 9.32

Pearsoniaanse korrelasiematriks van vraag 17

	Vr 17	Vr 17	Vr 17	Vr 17	Vr 17	Vr 17	Vr 17	Vr 17
Vr 17	0.13							
Vr 17	0.39	0.01						
Vr 17	0.08	0.19	0.06					
Vr 17	0.03	-0.04	0.29	0.02				
Vr 17	0.21	0.14	0.25	0.01	0.33			
Vr 17	0.19	0.16	0.16	0.19	0.17	0.19		
Vr 17	0.29	0.29	0.30	0.03	0.18	0.17	0.18	
Vr 17	0.28	0.07	0.33	-0.00	0.31	0.25	0.25	0.40

$n = 224$, $r = ,13$ en $p = ,05$

Uit Tabel 9.32 blyk dit dat 25 van die 36 korrelasies minstens op die 5 persentvlak beduidend was, trouens 29 sou selfs as korrelasies van minstens 'n matige omvang beskryf kon word. Hierdie patroon van verbande bied 'n redelike sterk vertrekpunt in 'n faktoranalise.

Die geroteerde faktormatriks word aangedui deur Tabel 9.33 op bladsy 114. As

gevolg van ruimte-oorwegings is die ongeroteerde matriks as Bylae H ingevoeg.

Tabel 9.33
Geroteerde faktormatriks van vraag 17

Vraag	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Vraag 17 a	0,74	0,08	-0,01
Vraag 17 b	0,29	0,67	-0,20
Vraag 17 c	0,60	-0,07	0,38
Vraag 17 d	-0,12	0,75	0,08
Vraag 17 e	0,04	-0,04	0,84
Vraag 17 f	0,20	0,13	0,62
Vraag 17 g	0,14	0,53	0,39
Vraag 17 h	0,72	0,18	0,07
Vraag 17 i	0,58	-0,01	0,43
Eigenwaarde	1,92	1,36	1,66
% Gemeen. variansie	12,8	9,06	11,06

In die hieropvolgende interpretasie van die drie faktore is hoofsaaklik aan faktorladinge van minstens 0,50 aandag gegee.

Faktor 1. Hierdie faktor verklaar 12,8 % van die gemeenskaplike variansie. Vier komponente was hier beduidend, naamlik a (misdaad) gevolg deur h (munisipale nuus), c (advertensies) en i (persoonlike berigte). Gevolglik kan hierdie faktor geëtiketteer word as 'n waarnemingsfunksie.

Faktor 2. Hierdie faktor verklaar 9,06 % van die gemeenskaplike variansie. Drie komponente was beduidend. Vraag 17 d (sport) het die hoogste beduidenheid getoon, gevolg deur b (landbou) en g (skolenuus). Omdat hierdie drie komponente dui op spesifieke plaaslike nuus, is dit geïdentifiseer as agenda van gebeure.

Faktor 3. By hierdie faktor was slegs twee komponente beduidend, naamlik e (verenigingslewe) en f (vermaak) en kan hierdie faktor gevolglik as kultureel geïnterpreteer word. Dié faktor verklaar 11,06 % van die gemeenskaplike variansie.

Samevatting. Drie faktore, wat 'n aanduiding gee van wat die respondente in die koerant lees, is gevind. Die interpretasie van die faktore het betreklik min probleme opgelewer en is as volg geïdentifiseer: Faktor 1: waarnemingsfunksie; Faktor 2: agenda van gebeure en Faktor 3: kultureel.

9.5.5 Korrelasies tussen faktortellings van vraag 17 en ander vrae

Korrelasies tussen die geskatte faktortelling van hierdie faktore en response op vrae 8 (hoe dikwels die koerant gelees word), 13 (beoordeling van gehalte), 15 (hoe deeglik die koerant gelees word), 19 (beoordeling van tevredenheid) en 22 (beoordeling van noodsaaklikheid) is bepaal en is in Tabel 9.34 uiteengesit.

Tabel 9.34
Korrelasie tussen vraag 17 en ander vrae

Vraag	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Vraag 8	0,20	0,15	0,25
p*	0,002	0,81	0,0002
Vraag 13	0,14	0,16	0,10
p	0,03	0,01	0,11
Vraag 15	0,41	0,25	0,27
p	0,0001	0,0002	0,0001
Vraag 19	0,12	0,12	0,06
p	0,06	0,06	0,32
Vraag 22	0,24	0,08	0,03
p	0,0002	0,20	0,64

* tweekantige toets; n = 224

Uit Tabel 9.34 blyk dit dat Faktor 1 (waarnemingsfunksie) beduidend met al die betrokke vrae, behalwe vraag 19 (beoordeling van tevredenheid), gekorreleer het.

Faktor 2 (agenda van gebeure) was beduidend vir vraag 13 (beoordeling van gehalte) en vraag 15 (hoe deeglik die koerant gelees word). Persone wat die koerant vir spesifieke plaaslike inhoud lees, se beoordeling van gehalte hou verband daarmee, sowel as met hoe deeglik hy die koerant gaan lees.

Faktor 3 (kultuurcel) was beduidend vir vraag 8 (hoe dikwels die koerant gelees word); vraag 15 (hoe deeglik die koerant gelees word) en vraag 22 (beoordeling van noodsaaklikheid). 'n Mens kan dus die afleiding maak dat persone wat die koerant vir sy kulturele funksie lees, dié betrokke koerant dikwels of gereeld, en deeglik sal bestudeer, en sal die koerant ook as noodsaaklik vir sy gemeenskap beskou.

9.5.6 Korrelasie tussen die faktore van vrae 12 en 17

Die korrelasie tussen faktore van vrae 12 en 17 word in Tabel 9.35 uiteengesit.

Tabel 9.35

Korrelasie tussen faktore van vrae 12 en 17

	F 1 (12) (kontak met wêreld)	F 11 (12) (plaaslike gebeure)	F 111 (12) (ontvlugting)
F 1 (17) (waarnemingsfunksie)	0,31 ,00	0,33 ,00	,08 ,21
F 2 (17) (agenda van gebeure)	0,29 ,00	0,03 0,63	-0,03 0,66
F 3 (17) (kultureel)	0,24 ,00	,07 ,25	-0,03 0,66

Uit die rasionaal van die gebruik-en-beloningbenadering verwag 'n mens dat die redes waarom 'n mens 'n medium gebruik (byvoorbeeld 'n plaaslike koerant lees) verband behoort te hou met wat jy in hom lees. Wanneer gekyk word na die gereduseerde strukture van hierdie twee vrae, sou 'n mens kon verwag dat die behoeftes wat bevredig word, naamlik kontak met die wêreld, veral met die waarnemingsfunksie en die agendafunksie behoort te korreleer en in 'n baie mindere mate met die kulturele funksie. Hierdie verwagting word inderdaad deur Tabel 9.35 weerspieël.

Wanneer na die behoefte aan inligting oor plaaslike gebeure, dit wil sê Faktor 11, gekyk word, word verwag dat dit moet korreleer met die waarnemingsfunksie en in 'n mindere mate met die agenda van gebeure (F 2), maar beslis nie met die kulturele funksie (F 3) nie. Dit word ook deur Tabel 9.35 weerspieël.

Die behoefte aan ontvlugting kan moeilik in verband gebring word met die waarnemingsfunksie (F 1); agenda van gebeure (F 2) en die kulturele funksie (F 3), en geen duidelike korrelasie word gevolglik verwag nie. Tabel 9.35 toon dan ook dat dit nie beduidend met enige van die genoemde funksies korreleer nie - daar is trouens slegs sprake van ignoreerbare klein korrelasies.

Tabel 9.35 weerspieël dus verwagte tendense en daar kan gevolglik van die tabel afgelei word dat daar 'n redelike sistematiese patroon van verbande tussen die motivering waarom D N S gelees word en die mate waarin spesifieke aspekte van die koerant gelees word, bestaan.

Interessant genoeg blyk dit dat marginaal F 11 (plaaslike gebeure) hoër korreleer as F 1 (kontak met die wêreld) en F 1 (algemene waarnemingsfunksie). Dit stem dus ooreen met die model vir 'n plaaslike koerant, aangesien die koerant

spesialiseer in 'n kleiner kring van behoeftes en daarom is die waarnemingsfunksie gefokus op algemene plaaslike gebeure.

9.5.7 Samevatting

Ten opsigte van die gebruik en beloning van D N S het die volgende bevindinge na vore gekom:

- in 'n faktoranalise op vraag 12, is die onderafdelings gereduseer tot drie faktore wat as volg geïdentifiseer kan word: kontak met die wêreld; plaaslike gebeure en ontvlugting; en
- 'n faktoranalise is uitgevoer op vraag 17 en die onderafdelings is ook gereduseer tot drie faktore wat as 'n waarnemingsfunksie; agenda van gebeure en kultureel geïnterpreteer kan word

Korrelasies tussen die geskatte faktortelling van hierdie twee vrae se faktore en response op vrae 8, 13, 15, 19 en 22 het laat blyk dat:

- persone wat die koerant vir die funksie van ontvlugting gebruik, lees hierdie medium meer deeglik as ander respondente;
- persone wat die koerant vir spesifieke plaaslike inhoud lees, se beoordeling van gehalte verband hou daarmee, sowel as met hoe deeglik hy die koerant lees; en
- persone wat die koerant vir sy kulturele funksie lees, dié betrokke koerant dikwels of gereeld en deeglik sal bestudeer, en sal ook die koerant as noodsaaklik vir sy gemeenskap beskou.

9.6 SAMEVATTING

Uit hierdie lesersopname het insiggewende bevindinge na vore gekom. Enkele breë veralgemenings kan as volg aangedui word:

- die vraelys het 'n redelike mate van betroubaarheid en geldigheid openbaar;
- na aanleiding van die biografiese besonderhede blyk dit of 'n groot verskeidenheid respondente by die ondersoek betrek is (vgl. byvoorbeeld ouderdomsgroepe, kwalifikasies, ens.);
- die tyd wat die lesers aan die lees van die koerant bestee het, die lewensduurte van die koerant, die voorkeur daarvan bô die dagblad, en die beoordeling van gehalte en tevredenheid is indikatore van die belangrike rol wat hierdie plaaslike koerant in sy gemeenskap speel;

- hoe wyer en meningsgewys mobieler die verwysingskader, hoe minder intensief word die koerant gelees en hoe laer is die graad van tevredenheid met die koerant;
- hoe meer instrumenteel die gebruik van die koerant, hoe noodsaakliker word D N S as plaaslike koerant in sy gemeenskap beskou; en
- daar kon afgelei word dat daar redelike sistematiese patrone bestaan tussen die motivering waarom D N S gelees word en die mate waarin spesifieke aspekte van die koerant gelees word.

In die volgende hoofstuk word 'n oorsig van die teoretiese vertrekpunt van hierdie studie gegee, sowel as die vernaamste bevindinge wat uit die empiriese ondersoek spruit. Uiteindelik word gepoog om 'n verband tussen hierdie teorie en die praktiese implikasies van die ondersoek te vind.

SAMEVATTING EN GEVOLGTREKKING

10.1 DOELWIT

Die doel van hierdie studie was om ondersoek in te stel en lig te werp op die plek en rol van die plaaslike koerant in sy gemeenskap. In dié geval is 'n spesifieke plaaslike koerant betrek, naamlik Die Noordelike Stem (D N S) wat hoofsaaklik in Kroonstad en die Noord-Vrystaat versprei word.

10.2 TEORETIESE AGTERGROND

Uit die teoretiese hoofstukke het geblyk dat daar verskeie massamedia bestaan waarvan die koerant, radio en televisie die belangrikste nuusmedia is. Hierdie media kan verdeel word in grootskalige en kleinskalige massamedia, waarvan die plaaslike koerant 'n spesialiteitsmedium is. Al hierdie media het verskeie eienskappe en funksies wat verskillende effekte op die ontvangers van die massamedia boodskap het. Die plaaslike koerant kwalifiseer egter deurgaans as 'n massamedium, alhoewel daar sekere aksentverskille ten opsigte van byvoorbeeld die komponente, die eienskappe en sy funksies is.

Dit het ook geblyk dat daar by die mens besondere behoeftes bestaan wat onder meer deur die media bevredig kan word. Een medium of medium-inhoud kan verskeie behoeftes bevredig, maar een behoefte kan ook deur verskeie media bevredig word. Sommige behoeftes kan slegs deur 'n spesifieke medium bevredig word (byvoorbeeld die behoefte aan plaaslike nuus kan slegs deur 'n plaaslike medium bevredig word) en dit is hier waar die plaaslike koerant as kommunikasiemedium ter sprake kom. Die belangrike rol wat ander bronne in die behoeftebevredigingsproses speel, moet egter in gedagte gehou word.

Uit die literatuuroorsig het dit geblyk dat die plaaslike koerant 'n spesialiteitskoerant is wat gemik is op die verskaffing van inligting, vermaak, ens. aan spesifieke groep(e) mense binne sekere geografiese grense. Hierdie grense bepaal weer die inhoud van die plaaslike koerant. Net soos die dagblad sekere eienskappe en funksies het, het die plaaslike koerant dit ook, alhoewel dit in sekere opsigte verskil. Nogtans bly dit 'n belangrike nuusmedium vir 'n bepaalde (groep)e lesers.

D N S is só 'n plaaslike koerant wat voorsien in bepaalde groepe lesers se

behoefte, omdat sy nuusinhoud beperk word deur sekere geografiese grense, in hierdie geval die betrokke verspreidingsgebied.

Uit die literatuuroorsig het dit geblyk dat daar in Suid-Afrika nog nie veel navorsing gedoen is om te bepaal wat die verband tussen die teoretiese beskouinge en 'n gegewe plaaslike koerant is nie. Om gevolglik te bepaal of buitelandse teoretiese beskouinge ooreenstem met bevindinge van 'n plaaslike ondersoek, is twee empiriese studies gedoen, naamlik 'n inhoudsontleding van D N S, asook 'n lesersopname oor hierdie betrokke plaaslike koerant.

10.3 EMPIRIESE STUDIES

Wanneer die rol van die plaaslike koerant (in hierdie geval D N S), in sy gemeenskap bepaal wil word, is minstens twee empiriese studies nodig, naamlik 'n inhoudsontleding en 'n lesersopname. In hierdie betrokke studie is beide tipes ondersoek uitgevoer. Met die inhoudsontleding wou die ondersoeker bepaal wat fiksies in die plaaslike koerant gepubliseer is, dit wil sê wat se tipe berigte, rubrieke, advertensies, ens. Aan die ander kant wou sy vasstel hoe die leser hierdie koerant gebruik, watter faktore die kwantiteit en kwaliteit van die blootstelling aan D N S bepaal, watter behoeftes daartoe aanleiding gee dat hy/sy die koerant lees (of nie lees nie) en of hierdie behoeftes deur die lees van die koerant bevredig word (dit wil sê die gebruik-en-beloningbenadering).

10.4 INHOUDSONTLEDING

10.4.1 Beskrywing

'n Inhoudsontleding is op 'n sistematiese steekproef van uitgawes van D N S uitgevoer en die volgende werkshypotheses is getoets:

- (a) advertensies sal die meeste ruimte opneem (aangesien dit die finansieringsbron van die plaaslike koerant is);
- (b) algemene plaaslike nuus, wat 'n groot aantal van die lesers potensieël raak, sal relatief veel ruimte opneem, en
- (c) nie-plaaslike nuus sal relatief min ruimte in beslag neem.

Die interbeoordelaarsbetroubaarheid van die inhoudsontleding was van 'n baie hoë vlak gewees.

In die volgende afdeling word kortliks na enkele van die belangrikste resultate

gekyk.

10.4.2 Resultate

Die belangrikste resultate, wat gespruit het uit die inhoudsontleding, is:

- Soos verwag kon word, na aanleiding van bevindinge in die literatuuroorsig (vgl. Hohenberg, 1973; Hunt & Cheney, 1982) maak advertensies die grootste deel van die plaaslike koerant uit, naamlik 68,28 %. Dit steun die bevinding van Lichtenberg (1983) dat advertensies die belangrikste bron van inkomste vir die plaaslike koerant is.
- Naas advertensies is die meeste ruimte afgestaan aan die kategorie ALGEMENE PLAASLIKE NUUS. Indien die eenhede van ander kategorieë, soos SKOLENUUS, MUNISIPALE NUUS, MISDAAD, ens., wat ook almal 'n plaaslike karakter dra, by die kategorie ALGEMENE PLAASLIKE NUUS gevoeg word, beklemtoon dit verder hierdie plaaslike karakter van die nuusinhoud in D N S. Dit steun gevolglik die menings van verskeie skrywers soos Adams (1981), Grotta et al (1975), Jackson (1982), Olien et al (1978) en Willis (1982), wat stel dat dit die vernaamste funksie van die plaaslike koerant is om plaaslike nuus te verskaf.
- Skrywers soos Olien et al (1979) en Winford (1978) het aangedui dat sportnuus 'n belangrike komponent van die plaaslike koerant se nuusverslaggewing is, aangesien dit die gemeenskapslewe weerspieël. Daar is gevind dat D N S heelwat ruimte aan hierdie tipe verslaggewing afstaan, aangesien dié kategorie, naas advertensies en plaaslike nuus, die meeste in die koerant voorkom. Dié verslaggewing (asook dié van skolenus) was in 'n redelike mate seisoengebonde.
- D N S maak baie van artikelstof gebruik, moontlik omdat daar nie altyd voldoende aktuele plaaslike nuus is om die nuusruimtes te vul nie, asook die feit dat die lewensduur van die koerant langer as 'n dagblad s'n is (vgl. Engelbrecht, 1973).
- Geen politieke verslaggewing is in al die betrokke uitgawes van D N S gevind nie. In hierdie opsig voldoen dit aan die vereiste dat die plaaslike koerant politiek neutraal staan, soos verskeie skrywers, onder andere Janowitz (1967), Padgett (1982) en Uys (1981) aangedui het.

- Aangesien D N S geen politieke verslaggewing gehad het nie, en ook nie van 'n hoofartikel gebruik maak nie, kom daar gevolglik nie tendensstelling in hierdie plaaslike koerant voor nie.
- In die literatuur is die waarneming dat min aandag aan misdaadverslaggewing gegee word, gerapporteer en Ericson (1977) het gevind dat hofverslaggewing ontoereikend is. Ammons et al (1982) het gevolglik gestel dat slegs buitengewone misdade gerapporteer word. Beide hierdie bevindinge kan op D N S toegepas word, aangesien hierdie kategorie die vierde laagste posisie in die inhoudsontleding beklee het. Hierdie gebrek aan hofverslaggewing kan moontlik toegeskryf word aan die feit dat hierdie plaaslike koerant slegs twee verslaggewers het en dat hulle nie oor die nodige tyd beskik om hofsake by te woon nie.
- 'n Verdere interessante bevinding was dat die kategorie MUNISIPALE NUUS, naas die kategorie MASHOOF, die laagste posisie in die inhoudsontleding beklee. In hierdie opsig faal D N S as 'n plaaslike koerant in sy funksie om verslag te doen van plaaslike owerhede, soos gestel deur onder andere De Jager (1979), Janowitz (1967) en Winford (1978). (Vgl. ook meningspeiling in Hoofstuk 5).

Wanneer al die bostaande gegewens egter in aanmerking geneem word, blyk dit tog of D N S voldoen aan die vereistes wat gestel word aan 'n plaaslike koerant, alhoewel daar twee groot leemtes in sy verslaggewing bestaan, naamlik dat te min ruimte aan hofverslaggewing (dit wil sê misdaad) en munisipale nuus afgestaan word. In die algemeen is gevind dat hierdie bevindinge strook met bevindinge wat in die literatuur gerapporteer is. Die werkshipoteses, wat aanvanklik gestel is, is ook deur die bevindinge bevestig.

10.5 LESERSOPNAME

10.5.1 Beskrywing

Ter aanvulling van die inhoudsontleding wat op D N S uitgevoer is, is 'n lesersopname onderneem om te bepaal hoe die lesers hierdie bepaalde plaaslike koerant benut.

Alhoewel daar nie 'n volledige betroubaarheidsontleding uitgevoer is nie, is groepsvoorspellings op grond van hierdie ondersoek wel moontlik.

10.5.2 Resultate

Uit die lesersopname het verskeie aspekte in verband met die gebruik van die plaaslike koerant na vore gekom. Van die belangrikste bevindinge was:

- 'n Groot persentasie (64,8 %) van die respondente het aangedui dat hulle elke week D N S lees. Hierdie aksie kan gevolglik verbind word aan die bewering van volgehoue blootstelling aan 'n medium wat die individuele behoeftes die meeste bevredig, soos gestel deur McGuire (1974) en Lometti et al (1977) en kan dus teruggevoer word na die gebruik-en-beloningbenadering soos gestel in Hoofstuk 3. Hierdie volgehoue blootstelling lei uiteindelik daartoe dat die aksie 'n gewoonte raak by die leser (vgl. De Volder, 1952; en Marais, 1979), veral wanneer daar in gedagte gehou word dat die blad elke week nuwe inligting dra. Die feit dat so 'n groot persentasie van die respondente hierdie koerant elke week lees, dui dus daarop dat hierdie medium hul behoeftes bevredig.
- Verskeie skrywers, onder andere De Jager (1979), Janowitz (1967), Mott (1958), Picard (1970) en Sim (1969) het aangedui dat die plaaslike koerant intensief gelees word, wat inderdaad die geval was, aangesien 40,8 % van die lesers aangedui het dat hulle die koerant redelik intensief lees.
- Aansluitend by bogenoemde stelling, is dié van Picard (1970) en Sim (1969) dat die plaaslike koerant intensief deur die hele gesin gelees word en die hele week lank in die huis bly rondlê. Meer as die helfte van die respondente het trouens gestel dat hulle die koerant 'n week of selfs langer hou en die lesersdiepte was 2,8 lesers per kopie.
- De Jager (1979) het aangedui dat die plaaslike koerant 'n invloed het op die gemeenskap se gespreksonderwerpe en hierdie stelling word bevestig deur die feit dat meer as een derde van die respondente aangedui het dat hulle gereeld oor die inhoud van D N S gesels.
- Skrywers soos Burgoon et al (1981), Kippax & Murray (1980), Rao (1971), Mulder (1980) en Singletary & Lipsky (1977) het aangedui dat, hoe hoër die respondent se kwalifikasies, hoe minder deeglik lees hy/sy die plaaslike koerant. Die resultate van die lesersopname het, soos verwag, aangedui dat geïndividueerde persone 'n definitiewe voorkeur ten gunste van die dagblad openbaar het en hierdie koerant ook meer intensief as D N S gelees het. Die rol wat tussenkomende veranderlikes ten opsigte van behoeftebevrediging speel,

moet nie uit die oog verloor word nie (vgl. Blumler, 1978).

- Interessant genoeg is dat 'n ander groep respondente, wat ook tersiêre opleiding geniet het, naamlik aan 'n tegniese kollege of onderwyskollege, 'n voorkeur vir D N S getoon het en dit meer intensief as die dagblad gelees het. Hierdie verskynsel mag verband hou met die feit dat daar 'n groot aantal skole in Kroonstad is, en dat 'n groot aantal van die respondente onderwysers was wat moontlik deur middel van die plaaslike koerant op die hoogte van skolenuus in die dorp en omgewing wil bly. Wanneer na die resultate van die inhoudsontleding gekyk word, blyk dit inderdaad dat 'n groot persentasie ruimte aan skolenuus afgestaan is.
- Hoë assosiasies is gevind tussen hierdie koerantvoorkeure en redes vir hierdie voorkeure. Respondente wat D N S verkies het, het dit gedoen oor die beklemtoning van plaaslike nuus, en dit stem ooreen met die bevindinge van Edelstein & Schulz (1964), Grotta et al (1975), Olien et al (1978), ens. Hierdie voorkeure kan egter ook herlei word na die bewering van onder andere Becker (1979), Katz et al (1974) en Lichtenstein & Rosenfeld (1983) dat daar by die mens 'n sekere idee van 'n medium en die gebruik daarvan, bestaan.
- Wat die redes (volgens die vraelys) betref waarom die lesers hierdie plaaslike koerant lees (dit wil sê verbandhoudend met gebruik-en-beloningbenadering) was drie redes, met die hoogste gemiddelde, onderskeidelik: (1) om meer van Kroonstad en sy omgewing te wete te kom; (2) om te leer van prysstygings en ander sake wat u alledaagse lewe raak; en (3) om te leer hoe plaaslike gebeure u persoonlik raak. Dit dui dus op 'n spesifieke behoefte, wat by die leser aanwesig is (naamlik die behoefte aan inligting oor plaaslike gebeure), en dat hierdie behoefte bevredig word met die lees van D N S anders sal die leser nie voortgaan om weekliks hierdie koerant te koop nie.
- Uit die faktoranalises kon afgelei word dat persone wat die koerant vir die funksie van ontvlugting lees, dit meer deeglik as ander respondente gebruik. Persone wat die koerant vir sy spesifieke plaaslike inhoud lees, beoordeel die koerant se gehalte daarvolgens en dit bepaal hoe deeglik hy die koerant gaan lees. Persone wat die koerant vir die kulturele funksie lees, beskou dit as noodsaaklik vir sy gemeenskap en sal dit dikwels of gereeld deeglik bestudeer.
- Uit die rasionaal van die gebruik-en-beloningbenadering word verwag dat die redes, waarom 'n medium gebruik word (in hierdie geval 'n plaaslike koerant) verband behoort te hou met wat daarin gelees word. Uit die korrelasie tussen

die faktore van vrae 12 en 17 kon duidelik afgelei word dat daar 'n redelike sistematiese patroon van verbande bestaan tussen die motivering waarom D N S gelees word en die mate waarin spesifieke aspekte van die koerant gelees word.

- Bevindinge het ooreengestem met die model vir 'n plaaslike koerant, aangesien die koerant spesialiseer in 'n kleiner kring van behoeftes en daarom was 'n spesifieke funksie, naamlik die waarnemingsfunksie gefokus op algemene plaaslike gebeure.

10.6 INHOUDSONTLEDING VERSUS LESERSOPNAME

Wanneer gekyk word na die uitslae van die inhoudsontleding, dit wil sê wat die meeste en die minste publisiteit in D N S geniet, en dit word vergelyk met wat die lesers die meeste in hierdie koerant lees, kom interessante aspekte na vore. Die bevindinge word in Tabel 10.1 uiteengesit in volgorde van die hoogste tot laagste voorkeur wat getoon is (sekere aanpassings moes gemaak word ten opsigte van die inhoudsontleding om aan te pas by die lesersopname se kategorieë).

Tabel 10.1

Voorkeur t.o.v. kategorieë

Inhoudsontleding	Lesersopname
Advertensies	Misdaad
Algemene plaaslike nuus	Skolenuus
Sport	Sport
Skolenuus	Advertensies
Landbou	Munisipale nuus
Verenigingslewe	Vermaak
Vermaak	Persoonlike nuus (algemene plaaslike nuus)
Misdaad	Verenigingslewe
Munisipale nuus	Landbou

Uit hierdie tabel kan duidelik gesien word dat dit wat die koerant plaas, nie presies ooreenstem met dit wat die lesers die meeste lees nie. Misdaad, wat byvoorbeeld voorkeur geniet onder die lesers, het die tweede minste verslaggewing geniet. Hierdie bevinding steun gevolglik die stelling van Ericson (1977) dat plaaslike hofverslaggewing ontoereikend is.

Munisipale nuus, wat die laagste in die inhoudsontleding verteenwoordig is, word redelik belangrik deur die lesers geag en hierdie koerant behoort beter nuusdekking in hierdie verband te gee. Winford (1978) wys daarop dat die leser van die plaaslike koerant hierdie koerant gereeld lees vir inligting oor plaaslike owerhede. Ook Janowitz (1967) het in 'n ondersoek gevind dat plaaslike koerante baie ruimte aan munisipale nuus afstaan. Hierdie bevinding word gevolglik nie deur bevindinge van die huidige studie beklemtoon nie.

Sport het in beide gevalle 'n derde posisie beklee en dit bevestig die bevinding van Olien et al (1978) en Winford (1978) dat die plaaslike koerant baie inligting oor sport bevat. Jackson (1982) het gevind dat lesers min belangstelling in verenigingslewe toon en dit word gestaaf deur die lesersopname. Dit blyk ook dat die publiek advertensies as 'n bron van inligting beskou, omdat dit redelik deeglik gelees word. Hierdie bevinding stem dus ooreen met die stelling van Grotta et al (1975) en Stone (1977) dat advertensies in die plaaslike koerant as "nuus" beskou word.

Uit die lesersopname wil dit voorkom of die redaksie van die bepaalde plaaslike koerant sou kon oorweeg om meer publisiteit te kan gee aan misdaad, munisipale nuus en skolenuus. Uit die aard van die saak is advertensies 'n noodsaaklike bron van inkomste vir die koerant, en dit wil voorkom of die betrokke koerant ietwat meer ruimte hieraan afstaan as wat gewoonlik in die literatuur aangedui word, naamlik tussen 60 % en 65 % soos deur byvoorbeeld Hohenberg (1973) en Hunt & Cheney (1982) aangedui.

10.7 BEPERKINGE VAN HUIDIGE ONDERSOEK

Vir ondersoeke soos die huidige was die aanduidings van betroubaarheid en geldigheid van 'n aanvaarbare peil. Dit is egter nodig om daarop te wys dat die statistiese ontledings wat uitgevoer is, steeds in waarskynlikheidsterme geïnterpreteer moet word. Dit gaan nie om absolute sekerhede wat in elke individuele geval van toepassing hoef te wees nie. Die waarskuwing is natuurlik van toepassing op alle studies waarin van die gewone spektrum van statistiese tegnieke gebruik gemaak word.

Wat die lesersopname betref, het verskeie probleme na vore gekom. Eerstens was daar 'n redelike lang vraelys wat telefonies afgehandel is, gevolglik kon nie fiksies waargeneem word of respondente betroubare inligting verskaf nie. Verder was daar in enkele gevalle aanduidings dat sekere vrae ietwat bó die bevattingsvermoë van sekere respondente was en dit kon moontlik tot twyfelagtige antwoorde

gelei het.

'n Beperkende faktor, wat in gedagte gehou moet word, is dat daar slegs gebruik gemaak is van 'n steekproef (in hierdie geval 'n een-persent steekproef) en dat die steekproef nie perfek ewekansig was nie, as gevolg van die aantal respondente, wat oorspronklik geselekteer was, wat nie tuis opgespoor kon word nie.

Ten spyte van hierdie beperkinge en leemtes, is 'n redelike hoë graad van betroubaarheid en geldigheid gehandhaaf. Verskeie bevindinge strook ook met oorsese studies en 'n mens kan gevolglik aanneem dat hierdie studie in sekere opsigte sinvolle resultate opgelewer het.

10.8 TOEKOMSTIGE NAVORSING

Hierdie studie kan moontlik die grondslag lê vir 'n hele aantal ander studies op die gebied van die plaaslike pers met betrekking tot die gebruik-en-beloningbenadering.

'n Mens sou graag wou sien dat 'n soortgelyke studie met 'n soortgelyke vraelys, uitgevoer word op 'n ander plaaslike koerant in Suid-Afrika om sodoende resultate te vergelyk. 'n Soortgelyke ondersoek op die weggeemedia sou ook insiggewend wees.

Toekomstige studies kan moontlik ook die redakteurs van plaaslike koerante betrek. Dit sou ook insiggewend wees om te toets wat die lesers in sekere uitgawes onthou.

Die gebruik-en-beloning van persone wat 'n plaaslike koerant, dagblad en Sondagkoerant lees, kan ook insiggewende resultate oplewer.

LITERATUURLYS

Verwysings na bronne wat nie in die literatuurlys opgeneem is nie, kom in die teks self voor (byvoorbeeld memorandums en verslae).

- Abel, J.D. & Wirth, M.O. (1977). Newspaper vs TV : Credibility for Local News. Journalism Quaterly, 54, 371-375.
- Abrams, P. (1973). The Nature of Radio and Television. In Casty, A.: Mass Media and Mass Man. Tweede uitgawe. New York: Holt, Rinehart & Winston, Inc.
- Adams, R.C. (1981). Newspaper and Television as News Information Media. Journalism Quaterly, 58(4), 627-629.
- Adoni, H. (1978). The Functions of Mass Media in the Political Socialization of Adolescents. Communication Research, 6(1), 84-106.
- Albrecht, F. (1982). Deur weg te gee, maak hy 'n wins. Sake-Rapport, 14 Februarie.
- Ammons, L., Dimmick, J. & Pilotta, J.J. (1982). Crime News Reporting in a Black Weekly. Journalism Quaterly, Somer, 310-313.
- Andersch, E.G., Staats, L.C. & Bostrom, R.N. (1969). Communication in Everyday Use. San Francisco: Rinehart Press.
- Atwan, R., Orton, B. & Vesterman, W. (1978). American Mass Media: Industries and Issues. New York: Random House, Inc.
- Bantz, D.R. (1982). Exploring Uses and Gratifications: A Comparison of Reported Uses of Television and Reported Uses of Favourite Program Type. Communication Research, 9(3), 352-379.
- Barker, L.L. & Kibler, R.J. (1971). Speech Communication Behaviour. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc.
- Becker, L.B. (1979). Measurement of gratifications. Communication Research, 6(1), 54-73.
- Berelson, B. (1949). Communications and Public Opinion. In Schramm, W. (Red.): Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press.
- Berry, R. (1971). Communication through the mass media: A Reader in Communications. London: Edward Arnold (Publishers) Ltd.
- Bettinghaus, E.P. (1973). Persuasive Communication. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Bierhoff, J. (1983). Stadskranten; een tegenbeweging. Massacommunicatie '83, 1X/3, 137-148.
- Bittner, J.R. (1983). Mass Communication: An Introduction. Derde uitgawe. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Inc.
- Blumler, H. (1969). Collective Behaviour. In Lee, A.M.: Principles of Sociology. New York: Barnes & Noble, p. 67-120.
- Blumler, J.G. & Katz, E. (Reds.) The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage Publications, 1974.
- Bogard, L. & Orenstein, F.E. (1965). Mass Media and Community Identity in Interurban Setting. Journalism Quaterly, 42, 179-189.

- Bond, F.F. (1971). An Introduction to Journalism. Toronto: The Macmillan Company.
- Boruch, R.F. (1970). A procedure for estimation of trait, method and error variance attributable to a measure. Educational and Psychological Measurement, 30:547.
- Bradley, D. (1965). The Newspaper: It's place in a Democracy. New York: Van Nostrand Reinhold Company.
- Breed, W. (1964). Mass Communication and Sociocultural Integration. In Dexter, L. A. & White, D.M. (Eds.): People, Society and Mass Communications. London: The Free Press of Glencoe, Collier-Macmillan, Ltd.
- Breyne, A. (1969). De Macht van de Media. Tiel: Lannoo pvba, p. 37-71.
- Budd, R.W. & Ruben, B.D. (1979). Beyond Media: New Approaches to Mass Communication. New Jersey: Hayden Book Company.
- Burgoon, J.K., Burgoon, M. & Wilkinson, M. (1983). Dimensions of Content Readership In 10 Newspaper Markets. Journalism Quarterly, Lente, 74-80.
- Burgoon, M., Burgoon, J.K. & Wilkinson (1981). Newspaper Image and Evaluation. Journalism Quarterly, Herfs. 58(3), 411-419.
- Burke, J.D. (1973). Advertising in the marketplace. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Carter, M.D. (1971). An introduction to Mass Communications - Problems in Press and Broadcasting. London: Macmillan and Co. Ltd.
- Cassata, M.B. & Asante, M.K. (1979). Mass Communication: Principles and Practices. New York: Macmillan Publishing Co., Inc.
- Casty, A. (1973). Mass Media and Mass Man. Tweede uitgawe. New York: Holt, Rinehart & Winston, Inc.
- Cazeneuve, J. (1974). Television as a functional Alternative to Traditional Sources of Need Satisfaction. In Blumler, J.G. & Katz, E.: The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage Publications, p. 213-223.
- Chaffee, S.H. & Choe, S.Y. (1981). Newspaper Reading in Longitudinal Perspective: Beyond Structural Constraints. Journalism Quarterly, 58(2), 201-212.
- Chaffee, S.H. & Izcaray, F. (1975). Mass Communication Functions in a Media-Rich Developing Society. Communication Research, 2(4), 367-395.
- Chaffee, S.H., McLeod, J.M. & Atkin, L.P. (1971). Parental Influences on Adolescent Media Use. American Behavioural Scientist, 14, 323-340.
- Cherry, C. (1978). World Communication: Threat or Promise? A Sociotechnical Approach. New York: John Wiley & Sons Ltd.
- Cohen, D. (1972). Advertising. New York: John Wiley & Sons.
- Compesi, R.J. (1980). Gratifications of Daytime TV Serial Viewers. Journalism Quarterly, 57, 155-158.
- Coward, J. (1982). Weeklies and television. Grassroots Editor, Herfs, 8-9.
- Cronbach, L.J. (1960). Essentials of Psychological Testing. Tweede uitgawe. New York: Harper & Brothers.

- Curran, J., Gurevitch, M. & Woollacott, J. (1977). Mass Communication and Society. London: Edward Arnold (Publishers) Ltd.
- Danielson, W. & Mullen, J.J. (1965). A Basic Space Unit for Newspaper Content Analysis. Journalism Quaterly, 42(1), 108-110.
- De Beer, A.S. (1977). Nuuswaardes en Nuuswaardigheid. Johannesburg: Boekhandel De Jong.
- De Beer, A.S. (Red.)(1982). Joernalistiek Vandag. Kaapstad: Tafelberg-Uitgewers Beperk.
- De Bock, H. (1980). Gratification Frustration During a Newspaper Strike and a TV Blackout. Journalism Quaterly, 57, 61-66.
- De Fleur, M.L. & Ball-Rokeach, S. (1975). Theories of Mass Communication. Derde uitgawe. New York: David McKay Company, Inc.
- De Jager, J.I. (1979). Die Betekenis van die Suid-Afrikaanse Plaaslike Pers - 'n Empiriese Studie. Potchefstroom.
- De Volder, P.Dr.N. (1952). De Ethiek van de Pers. Leuven: Leuvense Universitaire Uitgaven.
- Dennis, E.E. (1978). The Media Society - Evidence about mass communication in America. Iowa: WM.C. Brown Company Publisher.
- Dexter, L.A. & White, D.M. (Reds.)(1964). People, Society and Mass Communications. London: Free Press of Glencoe, Collier-Macmillan Ltd.
- Donohue, G.A., Tichenor, P.J. & Olien, C.N. (1973). Mass Media Functions, Knowledge and Social Control. Journalism Quaterly, 50, 654.
- Dotan, J. & Cohen, A.A. (1976). Mass Media Use in the Family During War and Peace. Communication Research, 3(4), 393-402.
- Drechsel, R., Netteburg, K. & Aborisade, B. (1980). Community Size and Newspaper Reporting of Local Courts. Journalism Quaterly, 57, 71-78.
- Du Plessis, D.P.S. (1974). What Local Newspapers are all about. Johannesburg, Capro Ltd.
- Du Toit, J.B. & Nel, E.M. (1975). Ons en Televisie. Kaapstad: Tafelberg-Uitgewers Beperk.
- Du Toit, S.H.C. & Stumpf, R.H. (1982). Riglyne by die ontleding van omvangryke data-tastelle. Pretoria: Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing.
- Edelstein, A.S. & Schulz, J.B. (1964). The Leadership Role of the Weekly Newspaper as seen by Community Leaders: A Sociological Perspective. In Dexter, L.A. & White, D.M. (Reds.): People, Society and Mass Communications. London: The Free Press of Glencoe, Collier-Macmillan Ltd.
- Edwards, A.L. (1957). Techniques of attitude scale constructions, etc. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Engelbrecht, H.J. (1973). Die Media: individualiteit. Studiegids vir eerstejaars. Bloemfontein: Universiteit van die Oranje-Vrystaat.

- Engelbrecht, H.J. (1980). Organisasie en Beheer. In Marais, H.C., e.a.: Aspekte van Massakommunikasie. Bloemfontein: Uitgewery P.J. de Villiers.
- Engelbrecht, H.J. & Herbst, D.A.S. (1980). Individualiteit van die media: Eienskappe en Funksies. Studiegids vir studente. Bloemfontein: Universiteit van die Oranje-Vrystaat.
- Ericson, D. (1977). Newspaper coverage of the supreme court. Journalism Quarterly, 54, 605-607.
- Fauconnier, G. (1973). Massamedia en samenleving. Kapellen: De Nederlandsche Boekhandel.
- Fauconnier, G. (1975). Mass Media and Society. Leuven: Universitaire Pers Leuven.
- Galloway, J.J. & Meek, F.L. (1981). Audience Uses and Gratifications: An Expectancy Model. Communication Research, 8(4), 435-449.
- Geens, G. (1969). De sociale mediamedië ... een culturele revolusie? In: De Macht van die Media, krant, radio, televisie. Tiel: Uitgeverij Lannoo, p.9-16.
- Germishuys, P.J. (Red.) (1955). Kroonstad Eeufees. Kroonstad: OVS Afrikaanse Pers Bpk.
- Gieber, W. (1964). News is what newspapermen make it. In Dexter, L.A. & White, D.M. (Reds.): People, Society and Mass Communication. London: Free Press of Glencoe, Collier-Macmillan Ltd.
- Golding, P. (1977). The Mass Media. London: Longman Group Limited.
- Greenberg, B. (1964). Community Press as Perceived by Its Editors and Readers. Journalism Quarterly, 41, 437-440.
- Greenberg, B.S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. In Blumler, J.G. & Katz, E. (Reds.): The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage Publications, p. 71-92.
- Griffin, R.J. (1980). An Information Processing Approach to Uses and Gratifications. Journalism Abstracts, 18, 13.
- Groenewald, H.J. (1980). Teorieë. In Marais, H.C., e.a.: Aspekte van Massakommunikasie. Bloemfontein: Uitgewery P.J. de Villiers.
- Grotta, G.L., Larking, E.F. & De Plois, B. (1975). How Readers Perceive and Use a Small Daily Newspaper. Journalism Quarterly, 52, 711-715.
- Gurevitch, M., Bennett, T. & Woollacott, J. (Reds.) (1982). Culture, Society and the Media. London: Methuen.
- Hayes, J.P. (1981). City/Regional Magazines: A Survey/Census. Journalism Quarterly, 52(2), 294-296.
- Hemmerechts, K. (1969). De evolusie van die sosiale mediamedië. In De Macht van die Media, krant, radio, televisie. Tiel: Uitgeverij Lannoo, p. 17-36
- Hiebert, R.E., Ungurait, D.F. & Bohn, T.W. (1974). Mass Media: An introduction to communication. New York: David McKay Company.
- Hohenberg, J. (1973). The Professional Journalist. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.

- Hollander, E. & Stappers, J. (1983). Kleinschalige Massacommunicatie: Kanttekeningen bij een verschijnsel - Massacommunicatie '83, X1/3, 107-113.
- Holsti, O.R. (1969). Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Hunt, T. & Cheney, M. (1982). Content Comparison of Free and Paid Weeklies. Journalism Quarterly, 59(1), 134-137.
- Hur, K.K. & Robinson, J.P. (1981). A Uses and Gratifications Analysis of Viewing of "Roots" in Brittan. Journalism Quarterly, 58 (4), 582-588.
- Jackson, K.M. (1982). Local Community Orientations of Suburban Newspaper Subscribers. Newspaper Research Journal, 3(3), 52-59.
- Janowitz, M. (1967). The Community Press in an Urban Setting. Tweede uitgawe. Chicago en London: The University of Chicago Press.
- Jefkins, F. (1976). Advertising today. Tweede uitgawe. Glasgow: International Textbook Company.
- Katz, E., Gurevitch, M. & Haas, H. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. American Sociological Review, 38, 164-181.
- Kippax, S. & Murray, J.P. (1980). Using the Mass Media: Need Gratification and Perceived Utility. Communication Research, 7, 335-359.
- Klapper, J.T. (1960). The Effects of Mass Communication. Glencoe: Free Press.
- Knulst, W.P. (1983). Cultuurbeleid en mediabeleid op lokaal niveau. Massacommunicatie '83, X1/3, 114-120.
- Kraus, S. & Davis, D. (1976). The Effects of Mass Communication on Political Behaviour. University Park: Pennsylvania State University Press.
- Krause, R.C. (1977). Understandig Public Relations. Cape Town: David Philip.
- Lee, E.B. & Brown, L.A. (1982). Television Uses and the Gratifications among Black Children, Teenagers, and Adults. Communication Abstracts, 5(1), 60.
- Lerner, D. (1966). Communication Systems and Social Systems: A Statistical Exploration in History and Policy. In Smith, A.G.: Communication and Culture. New York: Holt, Rinehart and Winston, p. 557-564.
- Lichtenberg, L. (1983). Kleinschalige pers en overheid. Massacommunicatie '83, X1/3, 121-136.
- Lichtenstein, A. & Rosenfeld, L.B. (1983). Uses and misuses of gratifications research: An Explication of Media Functions. Communication Research, 10(1), 97-109.
- Lometti, G.E., Reeves, B. & Bybee, C.R. (1977). Investigating the Assumptions of Uses and Gratifications Research. Communication Research, 4, 321-338.
- Luykx, T. (1978). Evolutie van de communicatie media. Brussel: Elsevier.
- Marais, H.C. (1979). Uses and Gratification of Mass Communication: A Validation Study. Referaat gelewer by die Tweede Kongres van SAKOMM, Pretoria.
- Marais, H.C., Engelbrecht, H.J., Groenewald, H.J., Puth, G. en Breytenbach, H.J. (1980). Aspekte van Massakommunikasie. Bloemfontein: Uitgewery P.J. de Villiers.

- McGuire, W.J. (1974). Psychological Motives and Communication Gratification. In Blumler, J.G. & Katz, E. (Eds.): The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage Publications.
- McLeod, J. & Brown, J.D. (1976). The Family Environment and Adolescent Television Use. In Brown, J.R. (Ed.): Children and Television. London: Collier-Macmillan, p. 199-233.
- McLeod, J.M., Bybee, C.R. & Durall, J.A. (1982). Evaluating Media Performance by Gratifications Sought and Received. Journalism Quarterly, 59(1), 3-12.
- McQuail, D. (Ed.) (1972). Sociology of Mass Communications. Suffolk: The Chaucer Press Ltd.
- McQuail, D. (1979). The Uses and Gratifications Approach: Past, Troubles and Future. Mass Communication, 7, 73-89.
- McQuail, D. (1983). Mass Communication Theory: An Introduction. London: Sage Publications.
- McQuail, D., Blumler, J.G. & Brown, J.R. (1972). The Television Audience: A Revised Perspective. In McQuail, D. (Ed.): Sociology of Mass Communication. Suffolk: The Chaucer Press Ltd., p. 135-165.
- McQuail, D. & Gurevitch, M. (1974). Explaining Audience Behaviour: Three Approaches Considered. In Blumler, J.G. & Katz, E. (Eds.): The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage Publications, p. 287-301.
- Media Brief (1981). November 9, 11(1).
- Mendelsohn, H. (1974). Some Policy Implications of the Uses and Gratifications Paradigm. In Blumler, J.G. & Katz, E. (Eds.): The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage Publications.
- Merrill, J.G. (1974). The Imperative of Freedom. New York: Hastings House.
- Merton, R. (1948). Pattern of influence: a study of interpersonal influence and of communications behaviour in a local community. Communication Research, 1948-1949, p. 168-171.
- Miyazaki, T. (1982). Housewives and Daytime Serials in Japan: A Uses and Gratifications Perspective. Communication Abstracts, 5 (1), 71.
- Moeller, L.G. (1979). The Big Four Mass Media: Actualities and Expectations. In Budd, R.W. & Ruben, B.D.: New Approaches to Mass Communication. New Jersey: Hayden Book Company, p. 14-51.
- Mortensen, C.D. (1972). Communication: the study of human interaction. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Mott, G.F. (1965). New Survey of Journalism. Vierde uitgawe. Barnes & Noble, Inc.
- Mulder, R. (1980). Media Credibility: A Use-Gratifications Approach. Journalism Quarterly, 57, 474-477.
- Myrick, J.C. (1982). Weekly with 17 000 readers. Grassroots Editor, Summer, p. 9-11.

- Nordenstreng, K. (1969). Consumption of Mass Media in Finland. Gazette, 15, 249-259.
- Nordenstreng, K. (1970). Comments on "Gratifications Research" in Broadcasting. Public Opinion Quaterly, 34, 130-132.
- Norman, M. (1982). The press and privacy. Grassroots Editor. Lente, p.3-6.
- Olien, C.N., Donohue, G.A. & Tichenor, P.J. (1968). The Community Editor's Power and the Reporting of Conflict. Journalism Quaterly, 45, 243-252.
- Olien, C.N., Donohue, G.A. & Tichenor, P.J. (1978). Community Structure and Media Use. Journalism Quaterly, 55, 445-455.
- Orwin, R.G. & Boruch, R.F. (1982). RRT meets RRD: Statistical Strategies for Assuring Response Privacy in Telephone Surveys. The Public Opinion Quaterly, 46(4).
- Padgett, G. (1982). Ethics at the grassroots. Grassroots Editor, Somer, 6-8.
- Palmgreen, P. & Rayburn, J.D. (1979). Uses and Gratifications and Exposure to Public Television. Communication Research, 6, 155-180.
- Palmgreen, P., Wenner, L.A. & Rayburn, J.D. (1980). Relations between Gratifications sought and obtained: A Study of Television News. Communication Research, 7(2), 161-192.
- Palmgreen, P., Wenner, L.A. en Rayburn, J.D. (1981). Gratification and discrepancies and news program choice. Communication Research, 8(4), 451-478.
- Peled, T. & Katz, E. (1974). Functions in Wartime: The Israel Home Front in October 1973. In Blumler, J.G. & Katz, E. (Eds.): The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage Publications, p. 49-70.
- Picard, J.H. (1970). Reklame vir die Sakeman. Kaapstad: Haum.
- Puth, G. (1980). Die Proses. In Marais, H.C. e.a.: Aspekte van Massakommunikasie. Bloemfontein: Uitgewery P.J. de Villiers, p.23-39.
- Rao, Y.V.L. (1971). The Practice of Mass Communication: Some Lessons from Research. Reports and Papers on Mass Communication, 65.
- Riley, M.W. & Riley, J.W. (1951). A Sociological Approach to Communications Research. Public Opinion Quaterly, 15, 445-460.
- Rivers, W. & Schramm, W. (1973). The Impact of Mass Media. In Casty, A.: Mass Media and Mass Man. Tweede uitgawe. New York: Holt, Rinehart & Winston, Inc., p. 4-12.
- Rosengren, K.E. (1974). Uses and Gratifications: A Paradigm Outlines. In Blumler, J.G. & Katz, E. (Eds.): The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage Publications, p. 269-285.
- Rosengren, K.E. & Windahl, S. (1972). Mass Media Consumption as a Functional Alternative. In McQuail, D. (Ed.): Sociology of Mass Communications. Suffolk: The Chaucer Press Ltd., p. 166-193.
- Rubin, A.M. (1978). Child and Adolescent Television Use and Political Socialization. Journalism Quaterly, 55, 125-129.

- Sandman, P.M., Rubin, D.M. & Sachsman, D.B. (1972). Media: An Introductory Analysis of American Mass Communications. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall Inc.
- Schramm, W. (Red.)(1972). Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press.
- Schwartz, S.H. (1980). A General Psychographic Analysis of Newspaper Use and Life Style. Journalism Quaterly, 57, 393-401.
- Sim, J.C. (1969). The Grass Roots Press: America's Community Newspapers. Iowa: The Iowa State University Press.
- Sim, J.C. (1975). 19th Century Application of Suburban Newspaper Concepts. Journalism Quaterly, 52, 627-631.
- Singleary, M.W. (1975). Components of Credibility of a Favourable News Source. Journalism Quaterly, 53, 316-319.
- Singleary, M.W. & Lipsky, R. (1977). Accuracy in Local TV News. Journalism Quaterly, 54, 362-364.
- Snyman, P.G. (1971). Pers en Lesers. Potchefstroom: Pro Rege.
- Smith, A.G. (1966). Communication and Culture. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Sommerlad, E.L. (1975). National Communication Systems: Some Policy Issues and Options. Reports and Papers on Mass Communication. Dept. of Mass Communication, Unesco.
- Spohn, R.F. & Allen, R.Y. (1977). Retailing. Virginia: Reston Publishing Company.
- Stappers, J.G. (1975). Masscommunicatie: Een Inleiding. Amsterdam Wetenschappelijke Uitgeverij bv.
- Steinberg, C.S. (1966). Mass Media and Communication. New York: Hastings House.
- Steward, J. (1973). Bridges not Walls. Massachussets: Addison-Wesley Publishing Company.
- Stone, G.C. (1977). Community Commitment: A Predictive Theory of Daily Newspaper Circulation. Journalism Quaterly, 54, 509-514.
- Stone, G.C. & Mazza, P. (1977). Impact of Concensus Theory on Community Newspaper Organization. Journalism Quaterly, 54, 313-319.
- Stone, G.C. & Morrison, J. (1976). Content: a Key to the purpose of Community Newspaper. Journalism Quaterly, 53, 494-498.
- Stone, G.C. & Strotter, E.P. (1981). Community Traits and Prediction of Circulation. Journalism Quaterly, 58(3), 460-463.
- Swanson, D.L. (1978). Political Communication Research and the uses and gratifications model: A Critique. Political Communication Review, 3, 11-17.
- Tillinghast, W.A. (1981). Declining Newspaper Readership: Impact of Region and Urbanization. Journalism Quaterly, 58(1), 14-23.
- Timbs, L. (1982). Community 'intimacy'. Grassroots Editor, Winter, 3-5.

- Toggerson, D.K. (1981). Media Coverage and Information-Seeking Behaviour. Journalism Quarterly, 58(1), 89-93.
- Towers, W.M. (1980). Newspaper Research in Two New England Countries: Some Demographic and Uses-and-Gratifications Variables. Communication Abstracts, 18, 37.
- Tubbs, S.L. & Moss, S. (1980). Human Communication. Derde uitgawe. New York: Random House.
- Verhaege, J. (1969). Nieuwe mogelijkheden van radio en televisie in dienst van de Volksopvoeding en bijscholing. In: De Macht van de Media, krant, radio, televisie. Tielt: Uitgeverij Lannoo, p. 73-119.
- Vidich, A.J. en Bensman, J. (1958). Small Town and Mass Society. Princetown University Press.
- Vogel, R.A. & Krabbe, M.A. (1977). Mass Communication. California: Cummings Publishing Company, Inc.
- Ward, J. & Gaziano, C. (1976). A New Variety of Urban Press: Neighbourhood Public-Affairs Publications. Journalism Quarterly, 53, 61-67.
- Weiss, W. (1971). Mass Communication. Annual Review of Psychology, 22, 309-335.
- Weis, R.J. & Stamm, K.R. (1982). How Specific News Interests are Related to Stages of Settling in a Community. Newspaper Research Journal, 3(3), 60-67.
- Wenburg, J.R. & Wilmot, W.W. (1973). The Personal Communication Process. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Wenner, L.A. (1982). Gratifications Sought and Obtained in Program Dependency: A Study of Network Evening News Programs and 60 minutes. Communication Research, 9(4), 539-560.
- Willis, J. (1982). To boost, or not to boost. Grassroots Editor, Lente, p. 12.
- Winford, G.M. (1978). Newspaper versus "Newspaper": A Statewide Study of the Weekly. Journalism Quarterly, 55, 135-139.
- Wolfe, K.M. & Fiske, M. (1961). Why They Read Comics. In Schramm, W. (Red.): The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press, p. 48-49.
- Wolseley, R.E. & Campbell, L.R. (1957). Exploring Journalism. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc.
- Wright, C.R. (1960). Functional Analysis and Mass Communication. Public Opinion Quarterly, 24, 605-620.
- Wright, C.R. (1964). Functional Analysis and Mass Communication. In Dexter, L.A. & White, D.M. (Reds.): People, Society and Mass Communication. London: The Free Press of Glencoe, p. 91-109.
- Wright, C.R. (1975). Mass Communication: A Sociological Perspective. New York: Random House.
- Wyne, D. & Mullen, J.J. (1965). A Basic Space Unit for Newspaper Content Analysis. Journalism Quarterly, 42(1), 108-110.
- Zenaty, R.J. (1979). Local News Credibility: Newspapers vs. TV Revisited. Journalism Quarterly, 56, 168-172.

Zerbinos, E. (1982). Analysis of the Increase in Weekly Circulation, 1960-80.
Journalism Quaterly, Herfs, 467-471.

Onderhoude

Ongestruktureerde onderhoude is gevoer met:

Pretorius, F.J. (1982), voormalige algemene bestuurder van Die Noordelike Stem,
 Murraystraat, Kroonstad.

Van Niekerk, D. (19.11.81), bestuurder van Capro Ltd., Barclays Insurance House,
 Johannesburg.

Uys, G.G.A. (9.10.81), voormalige hoofbestuurder van die Persunie van Suid-Afrika,
 320 B.P. Sentrum, Johannesburg.

Personeel verbonde aan Die Noordelike Stem en Perskor OVS beperk (1981-1983).

OPSOMMING van verhandeling vir die graad M A-Kommunikasiekunde: DIE ROL VAN DIE PLAASLIKE KOERANT IN SY GEMEENSAP, MET SPESIFIEKE VERWYSING NA DIE NOORDELIKE STEM.

HUGO, I.F.

Die doel van hierdie studie was om ondersoek in te stel en lig te werp op die plek en rol van die plaaslike koerant in sy gemeenskap. In dié geval is 'n spesifieke plaaslike koerant betrek, naamlik Die Noordelike Stem wat hoofsaaklik in Kroonstad en die Noord-Vrystaat versprei word.

Uit 'n literatuurondersoek het dit geblyk dat daar in Suid-Afrika nog nie 'n empiriese bestekopname van 'n gegewe plaaslike koerant gemaak is nie, en ook nie in watter mate dit aan die teoretiese vereistes, van toepassing op die plaaslike koerant, voldoen nie. Verskeie soortgelyke studies is reeds in die buiteland onderneem en die beskikbare literatuur toon interessante bevindinge en veronderstellinge aan.

Om dus te bepaal of die literatuur van die buitelandse teoretiese en empiriese studies, asook beperkte inligting op plaaslike vlak, empiries gesubstantiveer kan word, is in hierdie studie twee empiriese ondersoeke, naamlik 'n inhoudsontleding en lesersopname van die betrokke plaaslike koerant, geloods.

Eersgenoemde ondersoek is uitgevoer om te bepaal watter, en in watter mate, sekere artikels, berigte, ens. in hierdie koerant voorkom. Derhalwe kon bepaal word of hierdie koerant voldoen aan sekere vereistes vir die plaaslike koerant.

Die doel van die lesersopname was om vas te stel - binne die gebruik-en-beloningbenadering - hoe en waarom die lesers Die Noordelike Stem lees.

Die resultate van hierdie ondersoek, wat 'n redelike mate van betroubaarheid het, het getoon dat Die Noordelike Stem as plaaslike koerant tot 'n groot mate voldoen aan die teoretiese vereistes wat normaalweg aan 'n plaaslike koerant gestel word.

o00

ABSTRACT of a treatise for an M A degree in the art of Communication Science: THE ROLE OF THE LOCAL NEWSPAPER IN THE COMMUNITY WITH SPESIFIC REFERENCE TO THE NORTHERN TIMES.

HUGO, I.F.

The purpose of this study has been to investigate and cast light on the position and role of the local newspaper in the community. In this instance a specific local newspaper, namely The Northern Times, which is circulated mainly in Kroonstad and the Northern Free State, is involved.

From a study into the available literature it is clear that in South Africa no empirical survey of a given local newspaper or the extent to which it meets with the theoretical requirements applicable to a local newspaper, has been made. Various similar studies have already been conducted abroad and the available literature reveals interesting findings and assumptions.

To determine whether the theoretical and empirical studies of the overseas literature, as well as limited information found locally, can be empirically substantiated, two empirical studies, namely an analysis of contents and a readership survey of the local newspaper, have been conducted.

The former study has been conducted to determine which articles, and to what extent these articles, reports, etc. appear in this newspaper, thus making it possible to determine whether it conforms to certain requirements regarding the contents of the local newspaper.

The purpose of the readership survey has been to determine - within the uses and gratifications approach - how and why the readers read The Northern Times.

The results of this study (which has a reasonable degree of reliability) have shown that The Northern Times conforms to the theoretical requirements of the local newspaper to a large extent.

o0o



**EARLY
BIRD
SERVICES**

— vir —
**TELEVISIE
HERSTELWERK**

SKAKEL 2-3000
R.A. Crous - en Kerkstraat
KROONSTAD

STEM TIMES

Kroonstad, Bothaville, Koppies, Edenville, Steynsrus, Lindley, Viljoenskroon, Rooiwal, Bethlehem

Vrydag 9 Desember 1983

(By die Postkantoor as Nuusblad geregistreer)

14c + 1c AVB 75ste Jaar

**PHOENIX
VOLKSWAGEN**

Your friendly Sales and
Service VW Dealer

U Vriendelike Verkoop
en Diens VW-aanbieder

136 CROSS STR 136
Tel. 2-3221
KROONSTAD

Kersfeesuitgawe

Christmas Edition



DIT is Desember en Kersfees is om die draai. Kersvader is reeds druk besig om sy wa en bokke in orde te kry en eersdags kan die kouse maar gehang word.

MATTHEÛS 2 vers 9: En kyk, die ster wat hulle in die Ooste gesien het, gaan voor hulle uit totdat hy kom en bly staan bo-oor die plek waar die Kindjie gebore was.

Die direkteure en personeel van Perskor OVS en Noordelike Stem wil langs hierdie weg van die geleentheid gebruik maak om hul lesers en adverteerders 'n geseënd Kersfees en 'n voorspoedige nuwe jaar toe te wens.

Nuwe kortpad na Bloemfontein

KROONSTAD — Transvalers wat 'n korter en alternatiewe roete deur die Vrystaat na die Kaap soek, sal oor die komende Kerstyd reeds van 'n nuwe teerpad tussen Koppies en Kroonstad gebruik kan maak.

Mnr. Paul Farrell, Vrystaatse LUK belas met Panie, het hier gesê dat die nuwe pad tussen Kroonstad en Koppies na verwagting teen die middel van dié maand amptelik in gebruik geneem sal word.

Die pad oor Koppies is 'n alternatiewe roete ná en van die Rand na Bloemfontein.

Die nuwe teerpad tussen Excoleur en Verkeerdeveel word ook dié maand amptelik in gebruik geneem wat 'n alternatiewe roete van Bloemfontein na Durban en Bethlehem bied.



Wou kos koop; vrou skuldig aan bedrog

'n BLANKE vrou van 28 jaar en haar 30-jarige vriend is verlede week hier in die streekshof deur landdros E. Brandt skuldig bevind op 'n aanklag van bedrog en afsonderlike opgekorte vonnisse opgelê.

Dawid Wegelin Steyn en Helena Adria'ana Swane-pool, albei van Hoffestraat 19, het skuldig gepleit op die aanklag.

In haar getuienis het Swane-pool getuig dat sy op 31 Oktober na die NBS-tak gegaan het om uit te vind of haar man, mnr. M.A. Swane-pool, se salaris reeds in sy bankrekening inbetaal is.

Hulle is vervreem van mekaar, maar sy was in besit van sy rekening-kaart. By die bougenootskap is sy in kennis gestel dat daar wel 'n bedrag van R1 119 in sy rekening is, maar dat sy hom moet saambring om dit te trek.

Aangesien hy nie hier was nie, het Steyn ingestem om voor te gee dat hy haar man, M.A. Swane-pool is, en het saam met haar na die bougenootskap gegaan, waar hy as die betrokke rekeninghouer geteken het vir die geld.

Swane-pool het getuig dat sy en Steyn onmiddellik kos van die geld gaan koop het en dat sy ook R300 daarvan aan haar broer gegee het wat haar man aan hom geskuld het. Sy het egter later die kos na die winkel teruggekom.

om sodoende die geld daarvan terug te kry om dit aan haar man terug te gee.

Landdros Brandt het in sy uitspraak gesê dat hy simpatiek staan teenoor mense wat rondborstig erken dat hulle skuld dra, maar dat albei deeglik bewys was van die wederegtelike van hul daad.

Steyn, wat reeds drie

veroordeelings teen hom het, is tot twee jaar gevangenisstraf gevonnis wat voorwaardelik vir vyf jaar opgekort is. Hy moet ook met ingang van 1 Januarie 'n maandelikse paaiement van R100 aan die betrokke bougenootskap terugbetaal. Swane-pool is tot 12 maande tronkstraf gevonnis, wat ook vir vyf jaar opgekort is.

TAKKE WAT VAL; WIE IS SKULDIG

WIE is aanspreeklik vir saakbeskdiging of lewensverlies indien 'n ou oewerboom verrotte toestand in die vakansie-oord omval? Wie het die kundigheid om te oordeel of 'n boom 'n gevaar is al dan nie? Hierdie is kwelvrae wat beantwoord moet word voordat vakansiegangers in hul honderdtalle in Kroonpark kom kampeer en besoekers hier lafens soek.

Raadslid J.A. Louw het 'n skerp aanval gemaak op die verantwoordelike amptenare of amptenare wat daadwerklik behulpzaam was of opdrag gegee het dat

veertien populierbome, een doringboom en een wilgeboom afgesaag is. Hy het gesê die bome is eensklaps neergeval — opso 'n wyse dat dit hom laat dink aan 'n jagter wat tussen 'n trop olifante instorm en somer doodskiet.

Mnr. Louw het die mening uitgespreek dat amptenare diskresie aan die dag moet lê wanneer bome uitgehaal word, want wat hom betref is daar niks verkeerd met die hout van die bome watafgesaag is nie.

Wat mnr. Louw betref was die afaag van hierdie bome 'n kontensieuse daad. Hy het versoek dat 'n volledige verslag van die betrokke departement aan die bestuurskomitee voorgelê word.

GEVAARLIK

Die bome het gevaar ingehou en dit kom neer op selfmoord, het raadslid Wilke Crous gesê. Hy het ook klagtes van inwoners ontvang oor die afkap van die bome in Kroonpark. Raadslid Crous het met 'n baie praktiese voorstel gekom. As 'n boom uitgekap word, moet daar twee aangeplant word.

Vervolg op bl. 2

SPECIALE AANBOD!

ESCORT 1600 GLE

ONS HET 'N PAAR OU VOORRAAD KENHEDE NOG OOR EN BIED U

GROOT AFSLAG

OP DIE KENNEDIE TERWYL VOORRAAD NOU !!

KOM NOU NA

Western Ford

VIR 'N PUIK TRANSAKSIE

Tel. 22141
Brandstraat 24
KROONSTAD

Tel. 417
Kriegerstraat
VILJOENSKROON

Datum van uitgawe: 10 September 1982.

Bls	Kategorië																
	A	B	C1	C2	C3	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	17,25			25,00		12,50			13,50	29,25		32,00	1,75		12,50		143,75
2				100,75		17,25			20,75			3,00					141,75
3				76,25								64,25					140,50
4				51,25									24,50	46,75		21,00	143,50
5				91,75	1,00							48,25					141,00
6				90,50							9,75	41,50					141,75
7				98,50	0,75		11,25					29,75					140,25
8				86,00			14,50		40,25	1,50							142,25
9				100,75					41,00								141,75
10				80,00					61,75								141,75
11				84,00					57,75								141,75
12				82,00				20,75	39,00								141,75
13	2,25			90,50		39,25						9,75					141,75
14				102,00		36,75											141,75
15				94,75		42,25				4,00							138,75
16				90,25		53,25											141,00
17				119,75													143,50
18				80,25								21,00					140,75
19				95,75								61,00					141,25
20				90,50								44,25					140,00
21				100,75								51,25					141,75
22				90,75		1,75		2,25	45,00	7,50		33,75					142,00
23				90,75		34,25			17,00	2,50							142,25
24				100,75					41,00								141,75
25				89,00	0,75	50,25											141,75
26				92,50		50,00											140,00
27				90,50		51,25											142,50
28			19,25	122,50													141,75
29			117,25	24,00	0,50												141,75
30				86,00		26,25			31,25								141,75
31				141,75													143,50
32				141,75													141,75
33				141,75													141,75
34			117,25	10,00	6,75												141,75
35				91,75							51,00		7,75				141,75
36				50,0	0,75	63,75			24,00								142,75
																	138,50
Tot	19,50	0	253,75	3 194,75	10,50	478,75	25,75	23,00	432,25	44,75	60,75	439,75	34,00	46,75	12,50	21,00	5 097,75
%	0,38	0	4,98	62,67	0,20	9,39	0,50	0,45	8,48	0,88	1,19	8,63	0,67	0,92	0,24	0,41	99,99

UITGAWE		KATEGORIE																
		A	B	C1	C 2	C 3	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
'81	4 Des.	0	0,33	3,35	71,98	0,18	8,08	1,13	0,71	7,01	0,43	0,62	6,50	0,65	0,	0,15	1,86	99,98
'81	18 Des.	0	1,82	4,30	72,61	0,63	2,58	0,02	1,20	2,39	0,27	0	10,14	0,34	0,84	0,18	2,67	99,99
'82	1 Jan.	0	4,22	10,05	39,00	0,69	7,40	3,54	1,54	10,10	0	0	14,61	1,48	0,65	0,69	6,03	100,00
	15 Jan.	0	3,54	10,42	59,30	2,51	6,72	0,62	0,57	1,51	1,00	0,	9,76	0,63	0	0,37	3,03	99,98
	29 Jan.	0,29	1,24	5,19	59,63	0,18	6,89	0,84	0,39	12,28	0,18	1,27	6,24	0,40	0,49	0,18	4,29	99,98
	12 Febr.	0,43	0,14	7,52	58,21	1,63	5,69	0,74	1,20	5,92	0,42	0,48	11,03	1,07	0,22	0,28	5,00	99,98
	26 Febr.	1,30	1,96	5,68	60,32	0,20	3,83	1,27	0,44	9,94	0,34	1,26	8,52	0,50	0,34	0,20	3,90	100,00
	12 Maart	0,41	1,30	8,60	58,53	0,29	8,93	0,41	0,54	5,54	0	0	9,79	0,66	0,22	0,29	4,46	99,97
	26 Maart	0	2,18	5,09	60,87	0,96	7,27	2,49	0,37	3,37	0,07	0,14	13,54	0,98	0,16	0,20	2,30	99,99
	9 April	1,83	2,99	8,29	55,74	0,25	7,12	2,31	2,33	1,16	0,11	0,91	12,22	0,25	0,29	0,40	3,78	99,98
	23 April	0	2,39	5,77	63,55	1,75	7,09	2,08	1,39	2,85	0,44	1,32	6,66	1,03	0,20	0,24	3,22	99,98
	7 Mei	0,83	2,50	4,81	60,94	0,65	7,53	1,51	1,91	7,21	2,36	2,06	4,74	0,80	0,17	0,22	2,05	99,99
	21 Mei	1,49	0	8,47	61,18	1,50	5,02	1,29	0,66	10,10	0,33	0,50	6,11	0,38	0	0,31	2,63	99,97
	4 Junie	1,23	2,43	5,66	56,31	4,63	4,70	4,13	0,60	10,36	0,84	0	6,43	0,31	0,22	0,29	1,85	99,99
	18 Junie	0,58	1,61	5,13	62,65	1,13	5,60	1,42	0,55	10,34	0,	0,32	4,81	0,64	1,02	0,21	3,99	100,00
	2 Julie	1,27	0,60	6,42	63,39	2,00	5,78	4,26	0,24	0,94	1,60	0,90	8,32	0,97	0,21	0,27	2,80	99,97
	16 Julie	0,15	1,32	4,85	63,40	1,76	8,36	0,27	2,23	1,99	0	0,45	6,35	0,25	0,90	0,27	7,41	99,96
	30 Julie	0,67	6,85	4,24	64,58	0,57	6,44	0,85	1,13	6,24	0	0,30	2,34	0,31	0,17	0,20	5,11	100,00
*13	Aug.	0	2,82	5,28	61,94	1,54	5,43	2,64	2,29	6,42	0,12	0	6,06	0,40	1,34	0,26	3,46	100,00
	27 Aug.	0,50	3,32	3,45	61,51	0,29	6,24	0,62	1,19	5,53	2,08	0,30	5,87	0,44	0,11	0,16	8,38	99,99
	10 Sept.	0,38	0	4,98	62,67	0,20	9,39	0,50	0,45	8,48	0,88	1,19	8,63	0,67	0,92	0,24	0,41	99,99
	24 Sept	1,29	0,44	5,14	64,39	0,33	9,73	3,06	3,74	2,26	0,42	1,62	5,36	0,73	1,25	0,23	0	99,99
	8 Okt.	1,21	7,55	4,16	64,40	1,46	5,35	1,86	1,18	3,80	0,30	1,15	3,82	0,16	0	0,24	3,34	99,98
	22 Okt.	0,38	1,83	4,33	63,92	0,46	5,98	1,42	3,00	3,24	0	0,	7,93	1,37	0,84	0,20	5,09	99,99
	5 Nov.	0,12	3,09	5,65	62,89	0,22	6,75	3,05	1,86	7,99	0,27	0,	5,14	0,42	0,64	0,24	1,66	99,99
	19 Nov.	0,23	0,21	6,46	61,03	0,45	7,36	1,48	1,11	5,28	0	1,77	11,98	0,13	1,31	0,26	0,92	99,96
	3 Des.	0,81	0,71	4,19	62,84	1,97	5,64	0,52	0,73	8,58	0,17	0,84	7,75	0,94	0,99	0,21	3,08	99,97
Totaal		15,40	57,39	157,47	1 657,78	28,43	173,90	44,44	33,55	160,83	12,63	17,40	210,65	16,61	13,50	6,99	92,92	
Gem.		0,57	2,12	5,83	61,40	1,05	6,44	1,64	1,24	5,96	0,47	0,64	7,80	0,61	0,50	0,26	3,43	99,96

Tabel 7.2

Verskil	Kategorieë															
	A	B	C1	C2	C3	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Hoogste %	1,83	7,55	10,42	72,61	4,63	9,73	4,26	3,74	12,28	2,36	2,06	14,61	1,48	1,34	0,69	8,38
Laagste %	0	0	3,35	39,00	0,18	2,58	0,02	0,24	0,94	0	0	2,34	0,13	0	0,15	0
Verskil	1,83	7,55	7,07	33,61	4,45	7,15	4,24	3,50	11,34	2,36	2,06	12,27	1,35	1,34	0,54	8,18

Telefoongesprek voor onderhoud gevoer word:

Goeie..... Dame/Meneer, dit is mevrou Nel wat praat.

Ek help 'n student in 'n belangrike navorsingsprojek vir haar meestersgraad in die Kommunikasiekunde aan die Universiteit van die Oranje-Vrystaat. Dit handel oor Die Noordelike Stem. Ons wil veral weet hoe hierdie koerant gelees word.

'n Aantal nommers is op 'n toevallige basis uit die Kroonstadse telefoongids getrek en u het op hierdie manier in die steekproef beland. Ons sal dit hoog op prys stel indien u bereid sal wees om 'n paar minute van u tyd af te staan om die volgende vrae te beantwoord. Wees asseblief daarvan verseker dat u naam nie aan my bekend is nie en selfs u telefoonnommer word nie bekend gemaak nie.

Sal u asseblief so vriendelik wees om die volgende paar vrae te beantwoord?

Baie dankie.

oOo

VRAELYS

1. Telefoonnommer

2. Geslag

¹ manlik	² vroulik
------------------------	-------------------------

3. Huistaal

¹ Afrikaans	² Engels	³ Ander
---------------------------	------------------------	-----------------------

4. Huwelikstaat

¹ Getroud	² Ongetroud	³ Geskei	⁴ Weduwee/Wewenaar
-------------------------	---------------------------	------------------------	----------------------------------

5. Ouderdom

18 - 20	19
21 - 30	25
31 - 40	35
41 - 50	45
51 - 60	55
61 +	65

6. Watter beroep beoefen u?

Administrasie/Munisipaliteit/Spoorweë ¹		Weermag/Gevangenis/Polisie ²	
Professioneel ³	Besighede/Banke ⁴	Onderwys ⁵	Landbou ⁶
Huisvrou ⁷	Pensioentrekker ⁸		

7. Wat is u hoogste opleiding?

St. 6 ¹	St. 8 ²	St. 10 ³	Tegniese Kollege ⁴	Onderwyskollege ⁵	Universiteit ⁶
Ander ⁷					

8. Hoe dikwels lees u Die Noordelike Stem?

Gereeld ⁴	Dikwels ³	Soms ²	Nooit ¹
----------------------	----------------------	-------------------	--------------------

Gereeld = elke week; dikwels = twee maal per maand; soms = een maal per maand.

INDIEN DIE PERSOON GLAD NIE DIE NOORDELIKE STEM LEES NIE, WORD DIE VRAELYS NIE VERDER AS VRAAG 8 INGEVUL NIE

9. Koop u Die Noordelike Stem self, of lees u iemand anders s'n?

Koop self ¹	Iemand anders s'n ²
------------------------	--------------------------------

10. Waar word hierdie koerant gekoop?

By 'n kafee ¹	Op straat ²	Is ingeteken daarop ³	Koop nie self nie ⁴	Ander ⁵
--------------------------	------------------------	----------------------------------	--------------------------------	--------------------

11. Hoeveel persone in u huis lees gewoonlik Die Noordelike Stem?

1 2 3 4 5 6 7 8 ⁹ meer.

12. Hoekom lees u Die Noordelike Stem? Ek sal 'n aantal redes aan u noem, en u moet elke keer sê of u

Volledig ⁴	Redelik ³	Bietjie ²	Glad nie ¹
-----------------------	----------------------	----------------------	-----------------------

saam stem

- Lees u Die Noordelike Stem om meer van Kroonstad en sy omgewing te wete te kom?
- Lees u Die Noordelike Stem omdat dit u laat ontspan?
- Lees u Die Noordelike Stem omdat dit u minder eensaam laat voel as niemand naby is nie?
- Lees u Die Noordelike Stem om op die hoogte te bly met die huidige gebeure in die wêreld?
- Lees u Die Noordelike Stem omdat dit opwindend en stimulerend is?
- Lees u Die Noordelike Stem om u opinies met dié van ander te vergelyk?
- Lees u Die Noordelike Stem om te leer van prysstygings en ander sake wat u alledaagse lewe raak?
- Gebruik u Die Noordelike Stem omdat dit u help om u probleme te vergeet?
- Gebruik u Die Noordelike Stem omdat dit aan u onderwerpe verskaf waaroor u met ander kan gesels?

- (j) Gebruik u Die Noordelike Stem omdat dit deel uitmaak van u lewenspatroon?
- (k) Gebruik u Die Noordelike Stem om te leer hoe plaaslike gebeure u persoonlik raak?
- (l) Gebruik u Die Noordelike Stem om uit te vind hoe munisipale amptenare hul pligte uitvoer?
- (m) Gebruik u Die Noordelike Stem vir besluite wat u moet neem, byvoorbeeld oor burgerlike beskerming?
- (n) Gebruik u Die Noordelike Stem wanneer u niks anders het om te doen nie?
- (o) Gebruik u Die Noordelike Stem om u kwaliteit van leefwyse te verbeter?

13. Vind u na u mening Die Noordelike Stem as 'n plaaslike koerant

Baie ⁵ goed	Goed ⁴	Middelmatig ³	Swak ²	Baie ¹ swak
------------------------	-------------------	--------------------------	-------------------	------------------------

14. Gesels u met ander mense oor dinge wat u in Die Noordelike Stem gelees het?

Gereeld ⁴	Soms ³	Min ²	Nooit ¹
----------------------	-------------------	------------------	--------------------

15. In die geheel gesien, hoe deeglik lees u Die Noordelike Stem?

Intensief ⁴	Redelik ³ intensief	Oorsigtelik ²	Glad ¹ nie
------------------------	--------------------------------	--------------------------	-----------------------

16. Hoe lank lees u gewoonlik aan een uitgawe?

5 min. ¹	15 min. ²	30 min. ³	45 min. ⁴	60 min. ⁵	Langer ⁶
---------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	---------------------

17. In watter mate lees u die berigte en rubrieke in Die Noordelike Stem? Ek sal die soort berigte noem, en u kan dan net sê of u dit

Deeglik ⁴	Redelik ³	Swak ²	Glad ¹ nie
----------------------	----------------------	-------------------	-----------------------

lees.

Deeglik = die hele berig; Redelik = 'n gedeelte van die berig; Swak = kyk net na die opskrif of eerste reëls)

- (a) Misdaad
- (b) Landbou
- (c) Advertensies
- (d) Sport
- (e) Verenigingslewe (byvoorbeeld Rotariërs, Rapportryers, VLU, ens.)
- (f) Vermaak
- (g) Skolenuus
- (h) Munisipale nuus
- (i) Persoonlike berigte (byvoorbeeld mense wat aftree of sterf)

18. Hoe lank word 'n spesifieke uitgawe van Die Noordelike Stem in u huis gehou voordat dit weggegooi word?

Dieselfde ¹ dag	1 ² dag	3 ³ dae	1 ⁴ week	Langer ⁵
----------------------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------

19. Stel Die Noordelike Stem as 'n plaaslike koerant u

Baie ⁴ tevrede	Redelik ³ tevrede	Min ² tevrede	Glad ¹ nie tevrede
---------------------------	------------------------------	--------------------------	-------------------------------

20. In matter mate lees u die advertensies in Die Noordelike Stem? Ek sal die tipe advertensie aan u noem en u kan dan net sê of u dit

Deeglik ⁴	Redelik ³	Swak ²	Glad ¹ nie	lees
----------------------	----------------------	-------------------	-----------------------	------

(a) Groot advertensies wat 'n groot gedeelte van die bladsy beslaan, byvoorbeeld Chechers, motors, ens.

(b) Klein geklassifiseerde advertensies, byvoorbeeld goedere te koop, te koop gevra, huise te koop, ens.

21. Hoe dikwels reageer u op advertensies in Die Noordelike Stem, byvoorbeeld 'n uitverkoop, spesiale aanbieding, dienste gelewer, ens.

Gereeld ⁴	Soms ³	Selde ²	Nooit ¹
----------------------	-------------------	--------------------	--------------------

22. As u die noodsaak vir 'n plaaslike koerant soos Die Noordelike Stem in Kroonstad as 'n punt uit 100 moet aandui, hoe noodsaaklik sou u sê is dit?

bv. 065	(100 = kan nie daarsonder klaarkom nie; 0 = dit het geen waarde)
---------	--

23. Hoe gaan u te werk as u Die Noordelike Stem lees?

Blaai vinnig deur en ¹ lees dan deeglik	Begin van 'n gegewe ² punt af en lees
dan deeglik	Kyk maar hier en daar ³
	Ander ⁴

24. Hoe lees u die foto's in Die Noordelike Stem?

Kyk na alle foto's maar ¹ lees net sommige onderskrifte	Kyk na alle ² foto's
en lees alle onderskrifte	Kyk slegs na die foto's ³ maar lees selde onder=
skrifte.	

DIE VOLKSBLAD IS 'n KOERANT WAT DAAGLIKS IN DIE VRYSTAAT VERSPREI WORD. DIE VOLGENDE PAAR VRAE HANDEL DAN OOR DIE VOLKSBLAD EN NIE DIE NOORDELIKE STEM NIE.

25. Uit elke ses uitgawes van Die Volksblad wat verskyn, hoeveel lees u gewoonlik

0 1 2 3 4 5 6

26. In watter mate stem u ooreen met die politieke beleid van Die Volksblad?

Stem volkome ⁴ saam	Stem redelik ³ saam	Stem glad ² nie saam	Weet ¹ nie.
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------------------

27. Het u Die Volksblad van drie jaar gelede meer aanvaarbaar gevind as die huidige?

1 Ja	2 Nee	3 Weet Nie
---------	----------	---------------

28. Watter een van die volgende twee koerante sal u verkies om te lees?

1 Die Volksblad	2 Die Noordelike Stem
--------------------	--------------------------

29. Waarom word hierdie spesifieke koerant bo die ander een verkies? Ek sal 'n paar alternatiewe noem, en u kan net sê watter een die belangrikste vir u is.

1	meer plaaslike nuus
2	meer nasionale en internasionale nuus
3	politieke beleid is aanvaarbaar
4	dit is 'n huisvriend
5	dit het meer sportnuus wat my interesseer
6	dit het meer advertensies wat my interesseer

30. Watter koerant lees u meer intensief?

1 Die Volksblad	2 Die Noordelike Stem
--------------------	--------------------------

31. Die Volksblad het elke week 'n bylae, naamlik Die Goudveld. Watter een van die volgende koerante lees u meer intensief?

1 Die Goudveld	2 Die Noordelike Stem
-------------------	--------------------------

32. Uit elke vier uitgawes van Die Noordelike Stem wat verskyn, hoeveel lees u gewoonlik?

0 1 2 3 4

33. Het u enige klagte of aanbeveling oor Die Noordelike Stem?

1 Ja	2 Nee
---------	----------

Indien "JA", spesifiseer asseblief.

Baie dankie vir u samewerking, ek waardeer dit opreg. Tot siens.

HOEKOM LEES U DIE STEM?

VIR die eerste keer word daar nou in Suid-Afrika gekyk na die redes waarom 'n plaaslike koerant gelees en gekoop word.

Gedurende die volgende paar weke gaan ongeveer 300 mense in Kroonstad oproepe ontvang of persoonlik versoeke word om 'n aantal vrae oor Die Noordelike Stem te beantwoord. Die identiteit van hierdie mense is nie ter sprake nie, want dit gaan hier slegs om die onbekende respondent se mening.

Indien u genader word om 'n vraelys te voltooi, word u versoeke om asseblief u samewerking te gee. Dit sal slegs 'n paar minute van u

tyd in beslag neem.

Hierdie gegewens word verwerk in 'n verhandeling van 'n student in die kommunikasiekunde aan die UOVS ter verwerwing van 'n meestersgraad in hierdie vakgebied.

Faktormatriks

Rede	Faktor 1	Faktor 11	Faktor 111
Rede 1	,25	-,22	,00
Rede 2	,65	-,06	-,17
Rede 3	,50	,64	-,18
Rede 4	,59	-,18	-,38
Rede 5	,65	-,07	-,28
Rede 6	,60	-,11	-,00
Rede 7	,62	-,23	,03
Rede 8	,58	,48	-,27
Rede 9	,62	-,19	-,03
Rede 10	,54	,00	,09
Rede 11	,46	-,01	,63
Rede 12	,67	,07	,41
Rede 13	,67	-,08	,33
Rede 14	-,02	,79	,18
Rede 15	,68	,01	-,09

Faktormatriks

Vraag	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Vraag 17 a	0,58	0,10	-0,45
Vraag 17 b	0,31	0,69	-0,05
Vraag 17 c	0,65	-0,22	-0,17
Vraag 17 d	0,18	0,61	0,42
Vraag 17 e	0,50	-0,45	0,50
Vraag 17 f	0,55	-0,19	0,32
Vraag 17 g	0,49	0,28	0,37
Vraag 17 h	0,64	0,14	-0,35
Vraag 17 i	0,68	-0,20	-0,10

