

DIE ROL VAN TERUGVOERING IN INTERNET- JOERNALISTIEK

Communitas

ISSN 1023-0556

2003 8: 37 - 58

Willemien Marais, H.J. Breytenbach en Elsabé Pepler*

ABSTRACT

The development of the Internet has had far-reaching implications for every conceivable area – and it is especially important as a medium of communication. The resulting development of electronic publications has also changed the subject of journalism forever. The most outstanding characteristic of the electronic newspaper is arguably its ability to stimulate interaction. This article therefore aims to illustrate this ability to stimulate and accommodate interactivity, or feedback, by comparing the amount and content of feedback to traditional newspapers and electronic newspapers. From the results the electronic newspaper's unique abilities regarding interactivity were evident. However, a few surprising results have shown that some readers, with regard to certain topics, still prefer the old-fashioned, paper-in-hand way.

* Willemien Marais is 'n subredakteur by *Volksblad* in Bloemfontein. Hierdie artikel is 'n verwerking van haar Magister-verhandeling wat sy onder die leiding van dr. Manie Breytenbach en Elsabé Pepler, albei verbonde aan die Departement Kommunikasie en Inligtingstudie aan die Universiteit van die Vrystaat, voltooi het.

INLEIDING

'n E-pos boodskap wat op 9 Mei 2001 op die besprekingsforum by www.news24.com gepubliseer is, begin met die volgende woorde: "Aangesien Naspers se koerante waarskynlik nie my brief sal plaas nie, of dit sinloos sal verkort indien hulle dit wel plaas, gebruik ek die voordeel van tegnologie om dit sommer self te doen".

Tubbs en Moss (1991:371), in 'n bespreking oor die probleme rondom terugvoering in massakommunikasie, noem die voorbeeld van 'n koerant soos die *New York Times* wat tot 40 000 briewe per jaar van lesers ontvang, maar slegs sowat 6% daarvan kan publiseer. As al die briewe gepubliseer moes word, sou dit 135 volledige uitgawes vul.

Hierdie twee voorbeelde illustreer die unieke rol van Internet-joernalistiek en bevestig dít wat elektroniese terugvoering, of interaktiwiteit, van tradisionele terugvoering onderskei, nl. die bemagtiging van die gebruiker.

Met die teenwoordigheid van die elektroniese koerant nou 'n voldwonge feit, het dit nodig geraak dat Internet-joernalistiek as 'n volwaardige subdissipline van die joernalistiek ondersoek word. Aangesien Internet-joernalistiek 'n redelik onlangse verskynsel is, is bestaande navorsing daarvoor beperk. Debatte handel primêr oor die effek van inligtingstegnologie op die gedrukte media sowel as die voortbestaan van die Internet as 'n medium.

Hierdie studie het egter gefokus op die een kenmerk wat volgens die outeur 'n unieke dimensie aan Internet-joernalistiek verskaf, naamlik die elektroniese koerant se vermoë tot die stimulering van terugvoering, of interaktiwiteit, sowel as die vermoë om terugvoering in groter hoeveelhede te akkommodeer. 'n Vooraf-ondersoek het aan die lig gebring dat daar min formele navorsing bestaan oor die rol van terugvoering in die kuberruim. Die outeur is egter van mening dat terugvoering soos dit manifesteer in Internet-joernalistiek die antwoord inhou vir die voortbestaan van die elektroniese koerant as 'n kommunikasiemedium.

Die ontstaan en ontwikkeling van die Internet het verreikende gevolge op elke denkbare gebied gehad, en dit is veral as kommunikasiemedium van groot belang. Die gevolglike ontstaan van elektroniese publikasies (koerante sowel as tydskrifte) het ook die joernalistiek as vakgebied onomkeerbaar verander. Elektroniese koerante het in 'n kort bestek van tyd uit 'n ondersteunende rol vir gedrukte koerante tot 'n selfstandige medium ontwikkel. Berger

(1996:25) stel dit dat die Internet en spesifiek die elektroniese koerant inligting op die goedkoopste denkbare metode van massakommunikasie verskaf.

Onsekerheidsvermyding is een van die belangrikste funksies van massakommunikasie (Heath & Bryant 1992:103). Die enigste manier om te bepaal of hierdie inligtingsoordrag suksesvol was, is aan die hand van terugvoering. Terugvoering manifesteer op verskillende maniere in kommunikasie en veral massakommunikasie. Die briewe aan die briewekolom van 'n gedrukte koerant is een voorbeeld hiervan (Severin & Tankard 1992:41). Die elektroniese koerant bied egter 'n briewekolom waar daar deur middel van e-pos gereageer kan word sowel as 'n besprekingsforum waar gebruikers hulle mening kan lug. Hierdie proses van terugvoering het ook die voordeel van onmiddellikheid en effektiewe meetbaarheid (De Wet 1997:33). McQuail (1994:55) stel dit ook dat die belangrikste kapasiteit van sogenaamde inligtingsmedia die vermoë tot interaktiwiteit, oftewel terugvoering, is.

Alhoewel dit moeilik is om te bepaal presies hoeveel terugvoering elke medium genereer, lyk dit op die oog af asof die elektroniese koerant meer terugvoering kan akkommodeer en hanteer as 'n gedrukte koerant, wat die elektroniese koerant gevolglik meer gebruikersvriendelik sou kon maak.

INTERAKTIWITEIT

Die soeke na 'n definisie

Bykans elke model van kommunikasie bevat een of ander vorm van terugvoering (Windahl, Signitzer & Olson 1998:17). Terugvoering het ten doel om aan die sender van die boodskap 'n aanduiding te gee of die poging tot gedeelde betekenis suksesvol was (Gamble & Gamble 1993:11; Richardson 1969:8). Massakommunikasie is daarvoor bekend dat terugvoering beperk of in die meeste gevalle bloot 'n eenrigting-proses is (Schultz 1999:2).

Die gebrek aan *interaktiwiteit* by massakommunikasie was 'n probleem lank voordat die Internet dit 'n gewilde term gemaak het. Heeter (2000:1) stel dit dat die woord "interaktiwiteit" en die afleidings daarvan gebruik word om soveel verskillende verskynsels te beskryf dat dit uiteindelik net daarin slaag om die betekenis te vervaag en om verwarring te veroorsaak. Ook Severin en Tankard

(2001:370) verwys na die gewildheid van die term en die probleme wat dít vir 'n duidelike definisie skep.

'n Amptelike definisie vir interaktiwiteit in die sin van terugvoering is nog nie geformuleer nie (Heeter 2000:2; Kirsh 2000:1). Outeurs verskil in hulle mening oor interaktiwiteit en Kirsh (2000:1) noem dat definisies wissel in benadering van ekologies tot tegnologies. Heeter (2000:2) verduidelik dat die term ten opsigte van die Internet en webtuistes dikwels gebruik word as 'n sinoniem vir navigasie en dui op die mate waarop die gebruiker die webblad kan gebruik. Dit kan ook dui op die vermoë van die Internet om interaktiwiteit tussen die gebruiker en inligting of tussen twee of meer gebruikers te fasiliteer (Rice, in Heeter 2000:2).

Severin en Tankard (2001:370) sluit hierby aan en stel dit dat probleme rondom die definiëring van interaktiwiteit deels daaraan toegeskryf kan word dat dit op minstens twee verskillende vlakke toegepas kan word. In terme van rekenaarwetenskap verwys interaktiwiteit na die gebruiker se interaksie met die rekenaar. In terme hiervan kan interaktiwiteit dus beskryf word as die vermoë van 'n gebruiker om direk met 'n rekenaar te kommunikeer en om 'n gevolgdraende impak te hê op die boodskap wat geskep word (Dillon & Leonard, in Severin & Tankard 1992:370).

In terme van kommunikasie verwys interaktiwiteit na die betekenisdeling tussen twee mense. In dié geval kan interaktiwiteit, volgens Williams, Rice en Rogers (in Severin & Tankard 2001:370), beskryf word as die graad waartoe deelnemers aan 'n kommunikasieproses beheer het oor, en van rolle kan verander in, die gemeenskaplike diskoers.

Interaktiwiteit in terme van 'n medium soos die Internet word verbind met die sosiologiese dimensies van aanvaarding en bevrediging. Dit het egter ook 'n invloed op kwaliteit, prestasie, motivering, vermaak, opvoeding, openlikheid en eerlikheid en die totstandkoming van sosiale integrasie (Rafaëli & Sudweeks 1997:3). Die belangrikheid vir 'n elektroniese koerant om interaktiewe terugvoering te genereer, is dus duidelik.

Uit die verskeidenheid definisies vir die term, en die omvang daarvan, is dit duidelik dat interaktiwiteit 'n baie komplekse konsep is. Severin en Tankard (2001:370) stel voor dat dié kompleksiteit hanteer word deur die konsep as multi-dimensioneel te beskou.

Interaktiwiteit en Internet-joernalistiek

Die Internet verskil egter van tradisionele massamedia in dié sin dat dit eerder die kenmerke van interpersoonlike kommunikasie aanneem (Deuze 1998:4). Interpersoonlike kommunikasie - of aangesig-tot-aangesig kommunikasie - is die vorm van kommunikasie waarin terugvoering die belangrikste rol speel. Dit is dus duidelik dat terugvoering 'n belangrike onderskeidende rol speel waar dit die Internet as kommunikasiemedium aangaan. Terwyl tradisionele, massamedia-joernalistiek nie veel terugvoering toelaat nie, verskaf inligtingstegnologie aan die Internet-joernalis die vermoë tot interaksie met sy gehoor (Schultz 1999:4).

Die elektroniese koerant betrek die gebruiker in 'n tweerigting-gesprek (De Wet 1997:27). Om die impak van interaktiwiteit op die elektroniese koerant te begryp, stel Deuze (1998:3) voor dat dit gesien moet word as 'n gebruikersverwante kenmerk. Dit het nie soseer te make met die spoed waarmee die nuus beskikbaar gestel word of die joernalistieke aktiwiteite nie, maar fokus eerder daarop om die gebruiker deel te maak van die nuuservaring.

Hierdie interaktiwiteit word geskep deur die implementering van verskillende funksies. Interaksie tussen die gebruiker en die joernalis vind plaas deur middel van e-pos en 'n besprekingsforum waar gebruikers hulle menings kan lug oor bepaalde onderwerpe, en mekaar se standpunte debatteer. Ook is daar 'n fasiliteit wat gebruikers in staat stel om hulle menings aan die uitgewer van die publikasie te stuur (soortgelyk aan 'n gedrukte koerant se briewekolom) en selfs die moontlikheid om die nuusmakers in persoonlike kontak met gebruikers te plaas.

Tradisionele joernalistiek gee volgens Schultz (1999:4) nie veel geleentheid aan die gehoor om deel te neem aan die kommunikasieproses nie. Bekende voorbeelde, soos reeds genoem, is die briewekolom aan 'n koerant of inbelprogramme op radio en TV. Hierdie terugvoering bly egter reaktief omdat veral 'n gebrek aan ruimte nie ware interaktiewe kommunikasie, of gespreksvoering, toelaat nie.

NAVORSINGSMETODOLOGIE

Probleem- en doelstellings

Die ontstaan van die Internet het geweldige veranderinge vir die joernalistiek as vakgebied meegebring. Die ontwikkeling van

tegnologie het aan die gewone gebruiker 'n platform verskaf om sy mening oor nuusgebeure en sake wat sy omgewing raak, op 'n vinnige, eenvoudige en doeltreffende wyse te lug. Die tradisionele vorm van terugvoering - die brief aan die koerant - het nou ontwikkel in 'n onmiddellike proses van gespreksvoering wat die joernalis en die gebruiker by debatte rondom 'n bepaalde aangeleentheid betrek (De Wet 1997:27).

Hierdie onmiddellike terugvoering, wat feitlik sonder sensorskap kan plaasvind en anonimiteit sover moontlik waarborg, verskaf aan Internet-joernalistiek 'n kenmerk wat dit onderskei van ander vorme van joernalistiek.

Ten einde die rol van terugvoering in Internet-joernalistiek te ondersoek en te beskryf, is die volgende doelwitte geïdentifiseer:

Primêre doelwit

Die fokus van die studie val op terugvoering - hetsy deur middel van briewe aan 'n gedrukte koerant of e-pos boodskappe aan 'n elektroniese koerant. Die primêre doelwit van die studie is dus om te bepaal hoe die Internet as kommunikasiemedium die konsep van terugvoering beïnvloed.

Sekondêre doelwitte

Uit die primêre doelwit kan verskeie sekondêre doelwitte afgelei word, naamlik:

- Om te bepaal watter een van die twee media - elektroniese koerante of gedrukte koerante – die meeste terugvoering van lesers of gebruikers kan akkommodeer in terme van publikasie.
- Om te bepaal watter medium die meeste terugvoering van lesers of gebruikers publiseer ten opsigte van twee taalgroepe, nl. Afrikaans en Engels.
- Om te bepaal oor watter tipe nuusgebeure, volgens voorafbepaalde kategorieë, in albei media meer terugvoering van lesers of gebruikers gepubliseer word.
- Om te bepaal of daar oor sekere kategorieë meer terugvoering gepubliseer word in een medium as in die ander.
- Om aan die hand van die voorafbepaalde kategorieë vas te stel waaroor lesers van Afrikaanse koerante oorwegend terugvoering lewer in vergelyking met lesers van Engelse koerante.

Die terrein van ondersoek en steekproeftrekking

Die Suid-Afrikaanse medialandskap, hoewel deeglik ontwikkel en divers, is nie baie groot nie. Twee groot mediamaatskappye oorheers die speelveld, nl. Naspers - www.naspers.com - wat hoofsaaklik Afrikaanse koerante versprei, en die Independent Newspaper and Media-groep - www.iol.co.za - met net Engelse koerante in sy stal. Albei dié maatskappye besit en beheer van die grootste koerante in Suid-Afrika. Vir die doel van die studie is die koerante en webtuistes van dié twee mediareuse dus gekies.

Naspers het vier vlagskip-publikasies, nl. *Die Burger*, *Beeld*, *Volksblad* en *Rapport*. Naspers se elektroniese koerant, *news24* - www.news24.com - bevat nuus en inligting van al hierdie publikasies. Alhoewel elke publikasie ook 'n individuele webblad het, lei die terugvoeringskakels almal na dieselfde webblad. Lesers van *Die Burger*, *Beeld*, *Volksblad* en *Rapport* wat op die Internet wil reageer oor 'n bepaalde aangeleentheid of onderwerp, doen dit dus op een gemeenskaplike webblad.

Ten opsigte van die Independent-groep geld dieselfde beginsel vir terugvoering. Lesers van die *Diamond Fields Advertiser*, *The Star*, *Cape Times*, *Pretoria News*, *Cape Argus*, *Daily News*, *The Mercury*, *Post* en *The Sunday Independent* gebruik 'n gesamentlike Internetforum vir reaksie oor berigte op die groep se elektroniese koerant, *Independent Online* - www.iol.co.za.

'n Beskikbaarheidssteekproef is gebruik vir die steekproeftrekking. Die seleksie is op 'n nie-ewekansige wyse gedoen. 'n Tydperk van 16 dae is lukraak gekies. 'n Loodsondersoek het reeds aangedui dat e-pos boodskappe daagliks in groot volumes op die webtuistes verskyn, en gevolglik kon die tydperk van ondersoek weens praktiese redes nie te lank wees nie. 'n Totaal van 129 koerant-uitgawes is gebruik. Alle e-pos boodskappe wat op twee ooreenstemmende webtuistes tydens dié periode verskyn het, is ook in aanmerking geneem. Vier koerante uit die Naspers-stal sowel as die ooreenstemmende elektroniese koerant en nege koerante uit die Independent-stal te same met die ooreenstemmende elektroniese koerant is geïdentifiseer as deel van die inhoudsanalise vir die tydperk van Maandag, 7 Mei 2001 tot en met Dinsdag, 22 Mei 2001.

Alhoewel die Naspers-groep uit slegs vier koerante bestaan teenoor die nege van die Independent-groep, stem die lesertotaal min or meer ooreen.

Die eenheid van analise en data-analise

Die eenheid van analise vir dié studie is 'n brief of e-pos boodskap. Alle briewe wat in die periode 7 Mei 2001 tot en met 22 Mei 2001 in bepaalde koerante verskyn het sowel as al die e-pos boodskappe wat in hierdie periode op bepaalde ooreenstemmende webtuistes verskyn het, vorm deel van die inhoudsanalise. 3888 E-posboodskappe en 727 briewe (4615 eenhede in totaal) is uiteindelik in bepaalde kategorieë ingedeel volgens die inhoud daarvan. Data-analise is gedoen aan die hand van frekwensietabelle en kruistabulasies. 'n Chi-kwadraatanalise is vir die ontleding van data gebruik om moontlike verskille tussen twee geïdentifiseerde groepe aan te toon.

NAVORSINGSBEVINDINGE

Die maklikste en eenvoudigste manier om aan te toon hoe terugvoering in Internet-joernalistiek verskil van terugvoering in tradisionele, gedrukte media, is 'n blote vergelyking van frekwensie. Die aantal e-pos boodskappe wat 'n elektroniese koerant gedurende 'n bepaalde periode gepubliseer het in vergelyking met die aantal briewe wat 'n ooreenstemmende gedrukte koerant in daardie selfde periode gepubliseer het, sal as aanduiding kan dien oor die betrokke medium se vermoë tot terugvoering.

Die verskynsel van terugvoering is dus aan die hand van 'n inhoudsanalise ondersoek. Een van die grootste nadele ten opsigte van die terrein van ondersoek van hierdie studie is die gebrek aan veranderlikes. Die aard van terugvoering aan enige medium word gekenmerk deur anonimiteit. Die enigste veranderlikes wat dus geredelik beskikbaar is, is taal en medium. Die navorsers kan die studie-onderwerp dus slegs ondersoek aan die hand van verskille in *taal* - Afrikaans en Engels - en *medium* - gedruk en elektronies.

Kategorieë vir analise

Die bepaling van kategorieë vir dié betrokke inhoudsanalise is gedoen aan die hand van 'n loodsondersoek. Uit die aanvanklike ondersoek het bepaalde onderwerpe by herhaling voorgekom, waarvolgens die kategorieë bepaal is. Die bevindinge word vervolgens aan die hand van die kategorieë bespreek. Elke bespreking begin met 'n omskrywing van die bepaalde kategorie.

Rassisme

Alle briewe en e-pos boodskappe wat handel oor rassisme, insluitend praktyke wat op gelykmaking ingestel is soos die Wet op Gelyke

Indiensneming en Regstellende Aksie. Die inhoud moet as die skrywer se mening gesien kan word. Dit sluit egter nie briewe met 'n blatante rassistiese strekking in nie.

'n Chi-kwadraatanalise toon dat daar nie 'n beduidende verskil ($p \leq 0,05$) tussen die frekwensie van terugvoering in Afrikaans teenoor terugvoering in Engels ten opsigte van gedrukte en elektroniese media in die kategorie van rassisme was nie ($\chi^2 = 0,16$; v.g. = 1; $p = 0,68$).

Uit frekwensietabelle blyk dit dat 6,7% ($n = 314$) van die totale aantal terugvoerings ($N = 4615$) oor rassisme gehandel het. Ten opsigte van elektroniese terugvoerings oor rassisme ($n = 243$) was daar 76 (31,8%) Afrikaanse e-pos boodskappe en 167 (68,2%) Engelse e-pos boodskappe wat oor die onderwerp gehandel het. Gedrukte terugvoering oor rassisme ($n = 71$) het bestaan uit 47 Engelse briewe en 24 Afrikaanse briewe.

Haatspraak

Alle briewe en e-pos boodskappe met 'n blatante diskriminerende strekking, hetsy rassisties of andersins, wat nie as opbouwende kritiek of 'n geldige mening gesien kan word nie en wat kru en aanstootlike verwysings bevat.

Terugvoering wat as haatspraak gekategoriseer kan word, het net by elektroniese media voorgekom. Van die totale aantal e-pos boodskappe wat oor dié onderwerp gehandel het ($N = 60$), was 35% ($n = 21$) in Afrikaans terwyl 65% ($n = 39$) in Engels was. Ten spyte van die onderskeid in taal, het al die terugvoering wat as haatspraak gesien kan word, op die elektroniese besprekingsforum by *www.news24.com* verskyn. Dit is ten spyte van 'n duidelike waarskuwing op die besprekingsforum dat rassistiese terme en vuil taal nie geduld sal word nie. Die reëls stel dit ook duidelik dat enige materiaal wat aanstoot kan gee, verwyder sal word. Dit gaan selfs sover om gebruikers te waarsku dat persone wat hulle skuldig maak aan só 'n oortreding, opgespoor sal word.

Haatspraak in enige vorm is 'n negatiewe verskynsel. In Suid-Afrika word dit in die grondwet ingesluit en kan dit as 'n kriminele oortreding gesien word. Die teenwoordigheid van haatspraak by elektroniese media in die konteks van hierdie studie dien egter as aanduiding van die voorkeur wat aan elektroniese koerante gegee word ten opsigte van die bespreking van sensitiewe onderwerpe.

Die feit dat briewe aan 'n koerant afhanklik is van die goedkeuring van die redakteur voordat dit gepubliseer word, kan dus gesien word as 'n bykomende hekwagter. In die geval van e-pos boodskappe is hierdie "sensorskap" afwesig, wat daartoe lei dat gebruikers meer vrymoedigheid het om hulle opinie te lug. Haatspraak is egter 'n uiterste voorbeeld hiervan en, buiten om die groter vryheid te illustreer wat die Internet aan terugvoering verleen, lewer dit geen positiewe bydrae nie.

MIV/Vigs

Briewe en e-pos boodskappe wat handel oor die MI-virus en Vigs in alle kategorieë, insluitend regeringsbeleid en politieke stellings oor die onderwerp, misdade soos die doelbewuste infektering van 'n persoon met die MI-virus en godsdienstige sienings rondom die aangeleentheid.

Uit frekwensietabelle blyk dit dat daar 30 briewe en e-pos boodskappe was wat oor MIV/Vigs gehandel het. Hiervan was 6,7% ($n = 2$) in Afrikaans en 93,3% in Engels. Die totale aantal e-pos boodskappe wat oor dié onderwerp gehandel het ($N = 17$), was almal in Engels. Ten opsigte van gedrukte terugvoering oor MIV/Vigs ($n = 13$) was daar 2 in Afrikaans en 11 in Engels. Ten spyte van die verskil in frekwensie tussen die twee taalgroepe - daar was slegs twee Afrikaanse briewe oor MIV/Vigs - dui 'n Chi-kwadraatanalise egter aan dat daar nie 'n statistiese beduidende verskil tussen gedrukte en elektroniese media ten opsigte van die frekwensie van terugvoering oor MIV/Vigs was nie ($\chi^2 = 2,8$; v.g. = 1; $p = 0,09$).

Die afleiding kan dus gemaak word dat lesers en gebruikers van Engelse gedrukte en elektroniese koerante meer geneig was om die onderwerp van MIV/Vigs te bespreek as die lesers en gebruikers van Afrikaanse gedrukte en elektroniese koerante.

Sport

Alle briewe en e-pos boodskappe wat primêr handel oor sportgebeure, afrigting, politiek in sport en omstrede gedrag van sportpersoonlikhede, insluitend gedrag wat as 'n misdaad beskou kan word.

Aan die hand van 'n Chi-kwadraatanalise blyk dit dat daar 'n statisties hoogs beduidende verskil ($p \leq 0,01$) was tussen Afrikaans en Engels ten opsigte van die frekwensie van terugvoering oor sport ($\chi^2 = 12,65$; v.g. = 1; $p = 0,00038$). E-pos boodskappe in Engels ($n = 156$) het die

grootste gedeelte van die totale aantal terugvoerings oor sport ($N = 258$) gevorm met slegs 28 e-pos boodskappe in Afrikaans. Dit is dus duidelik dat die Internet ten opsigte van sport 'n gewilde medium vir terugvoering was. Wat die gedrukte media betref, het Engelse briewe oor sport ($n = 48$) ook die grootste gedeelte van die totaal ($n = 74$) gevorm met 26 briewe in Afrikaans. Die *Cape Argus* het gedurende die ondersoekperiode 26 briewe oor sport gepubliseer, wat gelyk is aan die totaal van die vier Afrikaanse koerante.

Misdaad en hofsake

Alle briewe en e-pos boodskappe wat handel oor misdaad, misdaadstatistiek, die regstelsel en regeringsbeleid rondom dié aangeleenthede. Uitgesluit misdade en hofsake wat verbind word met MIV/Vigs en sportaangeleenthede.

Ten opsigte van terugvoering wat gehandel het oor misdaad en hofsake was daar 'n hoogs beduidende verskil in frekwensie ($p \leq 0,01$) tussen gedrukte en elektroniese terugvoering ten opsigte van die twee taalgroepe ($\chi^2 = 5,82$; v.g. = 1; $p = 0,1576$). E-pos boodskappe in Engels ($n = 129$; 57,6%) het die grootste gedeelte van die totaal vir hierdie kategorie gevorm ($n = 224$). Die meeste terugvoering oor misdaad en hofsake was in elektroniese formaat ($n = 153$; 68,3%) met 71 (31,7%) briewe in koerante wat oor die onderwerp gehandel het. Ten opsigte van elektroniese sowel as gedrukte terugvoering was Engels die dominante taal ($n = 179$; 79,9%). Die medium van voorkeur vir terugvoering ten opsigte van hierdie kategorie was dus duidelik elektronies ($n = 153$; 68,3%) met die lesers van Engelse gedrukte en elektroniese koerante wat die grootste gedeelte van die terugvoering gegenereer het ($n = 179$; 79,9%).

Taal en kultuur

Alle briewe en e-pos boodskappe wat handel oor enige aspek van enige taal, kulturele verwysings en debatte daarom, insluitend politieke en opvoedkundig.

'n Chi-kwadraatanalise dui aan dat daar 'n statisties hoogs beduidende verskil in frekwensie ($p \leq 0,01$) was tussen terugvoering in Afrikaans en Engels ten opsigte van gedrukte en elektroniese media in dié kategorie ($\chi^2 = 11,16$; v.g. = 1; $p = 0,00083$). Die meeste terugvoering in hierdie kategorie ($N = 173$) was in Afrikaans ($n = 137$; 79,2%) met terugvoering in Engels wat 20,8% ($n = 36$) van die totaal verteenwoordig het. E-pos boodskappe ($n = 117$; 67,6%) het ook meer as die helfte van die totaal gevorm met slegs 56 briewe in

koerante wat oor dié onderwerp gehandel het. Die afleiding kan dus gemaak word dat die onderwerp van taal en kultuur 'n gewilde onderwerp van bespreking onder lesers en gebruikers van Afrikaanse media was.

Sosiale en interpersoonlike interaksie

Terugvoering wat as 'n persoonlike opmerking beskou kan word as deel van 'n gesprek en waarvan die strekking en inhoud moeilik is om te plaas vir 'n buitestaander. Dit sluit egter nie kort reaksies op ander debatte as deel van 'n gesprek in nie.

Daar was geen gedrukte terugvoering ten opsigte van hierdie kategorie nie. Wat elektroniese terugvoering betref, was daar feitlik geen verskil tussen Afrikaans ($n = 1206$; 48,9%) en Engels ($n = 1260$; 51,1%) nie. Hierdie kategorie het meer terugvoering as enige ander kategorie gegeneer en verteenwoordig 53,4% ($n = 2466$) van die totale aantal e-pos boodskappe en briewe ($N = 4615$). Die terugvoering was ook beperk tot die besprekingsforum van www.news24.com.

Godsdien

Briewe en e-pos boodskappe waarvan die inhoud handel oor godsdienstige aangeleenthede, kerkbeleid, godsdien as deel van opvoeding en sedepreke. Dit sluit egter nie godsdienstige sienings rakende MIV/Vigs in nie.

Alhoewel die frekwensie van terugvoering oor godsdien ten opsigte van gedruk ($n = 40$; 55,6%) en elektronies ($n = 32$; 44,4%) nie noemenswaardig verskil het nie, was daar wel 'n groot verskil tussen terugvoering in Afrikaans ($n = 53$, 73,6%) en Engels ($n = 19$; 26,4%). Dié verskil in frekwensie was egter nie statisties beduidend nie ($\chi^2 = 3,43$; v.g. = 1; $p = 0,06381$). Wat Afrikaans betref, was daar 'n verskil van een tussen gedrukte terugvoering ($n = 26$) en elektroniese terugvoering ($n = 27$). In die geval van Engelse terugvoering was daar 14 briewe oor godsdien in koerante terwyl daar slegs 5 e-pos boodskappe oor die onderwerp verskyn het.

Partypolitiek

Alle terugvoering oor partypolitieke beleidsaangeleenthede en kritiek op politieke partye. Uitgesluit is terugvoering oor regeringsaangeleenthede, politieke standpunte oor misdaad, MIV/Vigs, sport, immigrasie, emigrasie, ekonomie en toerisme.

Ten opsigte van terugvoering oor partypolitiek het e-pos boodskappe

voorkeur geniet met 74,4% (n = 119) van die totaal (N = 160). Gedrukte terugvoering oor die onderwerp het slegs 25,6% (n = 41) van die totaal verteenwoordig. Terugvoering in Engels was oorheersend met 103 (64,4%) van die totaal van 160 response in dié taal. In beide tale was die elektroniese terugvoering meer as gedrukte terugvoering. Die verskil was egter nie statisties beduidend nie ($\chi^2 = 3,03$; v.g. = 1; p = 0,08154).

Streeksgebonde terugvoering

Alle terugvoering oor provinsiale en plaaslike regerings wat betrekking het op aangeleenthede in 'n spesifieke streek. Uitgesluit is verwysings na misdaad, sport, MIV/Vigs, immigrasie, emigrasie, ekonomie en toerisme.

Gedrukte terugvoering het 92,5% (n = 98) van hierdie kategorie (N = 106) gevorm met slegs 7,5% (n = 8) van die terugvoering in die vorm van e-pos boodskappe. Engelse briewe oor die onderwerp het 88,8% (n = 87) van die totale aantal briewe (N = 106) verteenwoordig met slegs 11,2% (n = 11) in Afrikaans. Wat elektroniese terugvoering betref, was daar 3 e-pos boodskappe in Afrikaans en 5 in Engels. 'n Chi-kwadraatanalise het aangedui dat die verskil in frekwensie tussen Afrikaanse en Engelse streeksgebonde terugvoering statisties beduidend was ($\chi^2 = 4,45$; v.g. = 1; p = 0,03481). Dit is dus duidelik dat streeksgebonde terugvoering 'n onderwerp was wat oorheersend in koerante bespreek is met die lesers van Engelse koerante wat die meeste terugvoering gegenerer het.

Regeringsaangeleenthede

Alle terugvoering wat handel oor die nasionale regering en die Parlement, uitgesluit partypolitiek en beleid rakende misdaad, MIV/Vigs, sport, taal, godsdiens, ekonomie en toerisme.

Daar was 'n statisties beduidende verskil in frekwensie ($p \leq 0,05$) tussen Afrikaanse en Engelse terugvoering ten opsigte van gedrukte en elektroniese media in dié kategorie ($\chi^2 = 4,28$; v.g. = 1; p = 0,03838). Terugvoering in Engels vir beide elektroniese en gedrukte media het 80,2% (n = 223) van die totaal vir hierdie kategorie (N = 278) gevorm met Afrikaanse terugvoering wat slegs 19,8% (n = 55) van die totaal gevorm het. Elektroniese terugvoering het 64,2% (n = 179) van die totaal verteenwoordig terwyl 35,6% (n = 99) van die terugvoering in gedrukte media verskyn het.

Buitelandse verwysings

Alle verwysings na internasionale politiek, regeringsaangeleenthede

en gebeure buite die grense van Suid-Afrika, uitgesluit sportgebeure. Meer as 80% ($n = 118$; 81,4%) van die terugvoering rakende buitelandse verwysings was in elektroniese formaat met Engels as die dominante taal ($n = 94$; 78,3%). Gedrukte terugvoering het 18,6% ($n = 27$) van die totaal ($N = 145$) uitgemaak met slegs een brief in Afrikaans ($n = 1$; 3,7%). Die verskil in frekwensie tussen Afrikaanse en Engelse terugvoering rakende buitelandse verwysings was statisties beduidend ($\chi^2 = 4,26$; v.g. = 1; $p = 0,03899$). Dit is dus duidelik dat die lesers van Engelse koerante meer geneig was om buitelandse aangeleenthede soos internasionale politiek te bespreek.

Immigrasie en emigrasie

Alle briewe en e-pos boodskappe oor immigrasie en emigrasie sowel as terugvoering van Suid-Afrikers in die buiteland oor aspekte soos aanpassing en die voor- en nadele van verhuising, uitgesluit verwysings na toerisme.

Elektroniese terugvoering het die gedrukte terugvoering oorskadu met 94,9% ($n = 75$) van die terugvoering in dié kategorie in die vorm van e-pos boodskappe. Slegs vier briewe (5,1%) het in koerante verskyn rakende immigrasie en emigrasie. Afrikaanse e-pos boodskappe ($n = 49$) was die meeste met Engelse e-pos boodskappe ($n = 26$) in die tweede plek. Die verskil tussen die Afrikaanse en Engelse terugvoering ten opsigte van elektroniese en gedrukte media was egter nie statisties beduidend nie ($\chi^2 = 0,39$; v.g. = 1; $p = 0,53219$).

Ekonomie en toerisme

Alle briewe en e-pos boodskappe wat inhoudelik handel oor ekonomie en toerisme in Suid-Afrika, beleid daarrondom en internasionale verwysings na plaaslike ekonomie en toerisme.

'n Chi-kwadraatanalise het 'n statisties hoogs beduidende verskil in frekwensie ($p \leq 0,01$) tussen die Afrikaanse en Engelse terugvoering ten opsigte van gedrukte en elektroniese media rakende ekonomie en toerisme getoon ($\chi^2 = 12,77$; v.g. = 1; $p = 0,00035$). Die meeste terugvoering het as Engelse briewe in koerante verskyn ($n = 39$; 55,7%). Elektroniese terugvoering was ewe veel met 13 Afrikaanse en 13 Engelse response terwyl daar slegs 5 (7,1%) Afrikaanse briewe rakende die onderwerp verskyn het.

GEVOLGTREKKINGS

Uit frekwensietabelle is dit duidelik dat elektroniese media ($n = 3888$)

meer as vyf keer meer terugvoering as gedrukte media ($n = 727$) in die periode van 16 dae gegeneer het. In elf van die kategorieë was die e-pos boodskappe ook telkens meer as die briewe. Dit bevestig nie alleen die gewildheid van die Internet as 'n medium vir terugvoering nie maar ook 'n ander kenmerk van die elektroniese koerant, nl. die omvang van inligting wat die elektroniese koerant kan hanteer (Fitzgerald 1996:72).

Veral twee kategorieë dien as staving vir die argument dat elektroniese koerante voorkeur geniet ten opsigte van terugvoering. Dit sluit in die verskynsel van haatspraak sowel as die groot hoeveelheid sosiale en interpersoonlike terugvoering ($n = 2466$; 53,2%). Haatspraak dien as 'n bevestiging van die anonimiteit wat die elektroniese koerant bied. Enige iemand kan enige iets op die Internet publiseer (Lasica 1996:24; Millison 1999:4). Hierdie beginsel geld dus ook vir terugvoering - in dié geval 'n negatiewe verskynsel.

Die teenwoordigheid van haatspraak bevestig ook 'n nadeel van rekenaarbemiddelde-kommunikasie, nl. die ontstaan van bepaalde negatiewe gedrag (Rafaëli & Sudweeks 1997:4). Postmes, Spears en Lea (1998:692) verwys ook daarna dat die verlaagde bewustheid van ander deelnemers, en die anonimiteit wat daarmee gepaardgaan, veroorsaak dat daar nie so 'n hoë mate van sosiale bewustheid is soos in die geval van 'n aangesig-tot-aangesig gesprek nie. Gebruikers voel dus dat omstrede en selfs aanstootlike stellings gemaak kan word omdat die gevolge daarvan in 'n groot mate uitgeskakel word deur anonimiteit.

Sosiale en interpersoonlike interaksie is by uitstek 'n voorbeeld van interaktiwiteit. Schultz (1999:3) asook Rafaëli en Sudweeks (1997:3) noem dat die sukses van die kommunikasieproses gemeet word aan die mate van interaktiwiteit wat dit teweeg bring. As sosiale en interpersoonlike interaksie 'n maatstaf is, is die elektroniese koerant dus uiters suksesvol. Daar moet egter in gedagte gehou word dat dié kategorie bestaan uit persoonlike gesprekke waaruit 'n buitestaander niks wys sal word nie. Ten opsigte van stimulerende debatte en die bespreking van sinvolle onderwerpe is dit dus nie 'n goeie voorbeeld van interaksie nie.

Ten spyte van die ooglopende oppervlakkigheid daarvan en die gebrek aan waarde ten opsigte van die generering van sinvolle debatte, bevestig die hoeveelheid sosiale en interpersoonlike interaksie egter nog 'n kenmerk van die elektroniese koerant, nl. die skep van 'n

“virtuele gemeenskap” (Riley *et al.* 1998:5; Deuze 1998:8). Hierdie “kubergemeenskappe” ontstaan weens gedeelde belangstelling (Riley *et al.* 1998:2). Sosiale en interpersoonlike interaksie bevestig dus die bestaan van hierdie gemeenskappe in dié sin dat die lede van ’n bepaalde gemeenskap - in dié geval die gebruikers van die elektroniese koerant *news24* - nie alleen debatte oor byvoorbeeld rassisme en taal voer nie, maar ook persoonlike gesprekke, kenmerkend van ’n werklike gemeenskap. Hier kan ook verwys word na Kirsh (2000:3) se term *intelligente interaksie* wat as hoofdoelwit sosiale omgang het.

Ten spyte van die hoë frekwensie van die e-pos boodskappe in die meeste kategorieë, was daar steeds drie kategorieë met meer gedrukte terugvoering as elektroniese terugvoering. In die geval van godsdiens, streeksgebonde terugvoering en ekonomie en toerisme is dit dus duidelik dat terugvoering in die briewekolom van ’n koerant voorkeur geniet.

Veral streeksgebonde terugvoering aan koerante ($n = 98$) was meer as twaalf keer meer as die e-pos boodskappe oor dié onderwerp ($n = 8$). Hierdie hoë frekwensie dui daarop dat die elektroniese koerant se kenmerk van geografiese ongebondenheid (Rosenstiel 1997:6) egter daartoe lei dat daar nie voorsiening gemaak word vir terugvoering wat gebind is aan die geografiese ligging van die gebruiker nie. Die Internet stel gebruikers in staat om oor taal- en landsgrense heen aan gesprekke deel te neem, maar aangeleenthede rakende ’n persoon se fisieke omgewing (die slaggate in die hoofstraat en die geraas in ’n bepaalde woonbuurt) word makliker aangespreek in ’n gedrukte koerant wat in die bepaalde streek uitgegee word. Hierdie verskynsel bevestig ook die behoefte aan elektroniese gemeenskapskoerante (Brown 1999: 16-18).

Uit die navorsing is dit dus duidelik dat terugvoering aan elektroniese sowel as gedrukte koerante afhanklik is van die onderwerp van bespreking. Sommige onderwerpe, bv. regeringsaangeleenthede ($n = 278$) het heelwat terugvoering in die vorm van e-pos boodskappe ($n = 179$) sowel as briewe ($n = 99$) gegenereer. Ander onderwerpe, soos streeksgebonde terugvoering, het duidelik meer voorkeur geniet in terme van gedrukte terugvoering met rassisme ($n = 314$) wat weer baie meer voorkeur geniet het by elektroniese koerante ($n = 243$) as gedrukte koerante ($n = 71$).

Ten opsigte van omstrede onderwerpe soos rassisme - wat maklik as

haatspraak gesien kan word - is dit dus duidelik dat die groter anonimiteit en vryheid tot publikasie van die elektroniese koerant as 'n voordeel gesien word. Ook met 'n onderwerp soos taal en kultuur ($n = 173$), wat 'n gewilde onderwerp van bespreking in Afrikaans is, geniet elektroniese media voorkeur met 117 e-pos boodskappe teenoor 53 briewe. Hier is die taalvoorkeur ook duidelik met 137 response in Afrikaans teenoor slegs 36 in Engels.

Uit die resultate van die studie blyk dit dat die elektroniese koerant by www.news24.com aansienlik meer terugvoering en interaksie gegenereer het as sy eweknie by www.iol.co.za. Die kategorieë haatspraak en sosiale en interpersoonlike interaksie het slegs response by *news24* aangeteken. *Independent Online* het in werklikheid slegs 36 response in totaal aangeteken. Die rede hiervoor is nie duidelik nie, maar kan moontlik daarop dui dat die ontwerp van die raakvlak van *Independent Online* nie voldoende was om volgehoue interaktiwiteit te stimuleer en ondersteun nie (Kirsh 2000:2).

Independent Online sowel as *news24* dui aan dat aanstootlike materiaal verwyder sal word. Die teenwoordigheid van haatspraak en sosiale en interpersoonlike interaksie by *news24* kan dus daarop dui dat die reëls by *Independent Online* strenger toegepas word. Die kwessie van geloofwaardigheid speel ook 'n rol hierin, aangesien 'n elektroniese koerant wat kies om nie streng op te tree nie, moontlik die geloofwaardigheid daarvan in gedrang kan bring.

Die resultate van die inhoudsanalise dui egter daarop dat terugvoering 'n belangrike onderskeidende rol in Internet-joernalistiek speel, maar dat die keuse vir 'n medium van terugvoering ook gebind is aan bepaalde onderwerpe. Die resultate het ook verskeie leemtes aan die lig gebring ten opsigte van elektroniese terugvoering, met spesifieke verwysings na streeksgebonde terugvoering.

Dié inhoudsanalise is uitgevoer met die doel om aan te dui wat die rol is van terugvoering in Internet-joernalistiek. In terme van die primêre doelwit kan dit dus gestel word dat die Internet as kommunikasiemedium 'n merkbare invloed op die konsep van terugvoering het. In tradisionele massamedia reageer die gehoor na willekeur op boodskappe en is terugvoering dikwels beperk (McQuail 1994:10). Ten opsigte van die Internet, en spesifiek die elektroniese koerant, is dit uit die resultate van die inhoudsanalise egter duidelik dat elektroniese media meer terugvoering kan akkommodeer en hanteer in terme van publikasie as gedrukte media. Terugvoering

beklee dus 'n prominente posisie in die elektroniese kommunikasieproses vanweë die vermoë om interaksie te stimuleer.

SLOTOPMERKINGS

Die doel van hierdie studie was om die unieke rol van terugvoering in Internet-joernalistiek te ondersoek. Alhoewel terugvoering slegs 'n enkele komponent vorm van die kommunikasieproses soos dit manifesteer in Internet-joernalistiek, is dit van groot belang. Die rede hiervoor is dat terugvoering, of interaktiwiteit soos daarna verwys word in terme van die elektroniese koerant, 'n onmisbare en unieke rol in Internet-joernalistiek vertolk. Dit is in só 'n mate uniek dat dit as't ware 'n nuwe dimensie aan Internet-joernalistiek verskaf wat min ander vorme van Joernalistiek kenmerk, nl. die moontlikheid van onmiddellike en volhoubare interaksie tussen die joernalis en sy gehoor. Die elektroniese koerant het voorts die kapasiteit om feitlik 'n onbeperkte hoeveelheid terugvoering te kan akkommodeer en publiseer.

Hierdie onmiddellike en volhoubare interaksie vorm deel van die unieke aanbiedingswyse van Internet-joernalistiek, nl. die bemagtiging van die gebruiker. Al die kenmerke van die elektroniese koerant is daarop gemik om die behoeftes van die gebruiker te bevredig. Hierdie gebruikersbevrediging verskil egter van joernalistieke inhoud wat só aangepas word dat dit die mening van die gebruiker weergee of woorde in sy of haar mond lê. Dit fokus eerder op die gebruik of aanwending van die medium.

Sommige kenmerke van die Internet, soos toeganklikheid, kan egter daartoe lei dat geloofwaardigheid 'n kwessie raak. Hierdie vrae rondom kwaliteit en geloofwaardigheid vereis dus van die gebruiker om oor 'n hoër mate van media-geletterdheid te beskik. Een van die metodes om vas te stel of 'n feit waar is of waarom dit verskil van 'n ander weergawe van dieselfde gebeurtenis, is deur kommunikasie. Die elektroniese koerant stel die gebruiker in staat om met die joernalis in gesprek te tree en onduidelikhede op te klaar of bykomende inligting te bekom.

Die inhoudsanalise, alhoewel uitgevoer met 'n beperkte aantal veranderlikes, het interessante resultate opgelewer. Die belangrikste hiervan was dat die elektroniese koerant in staat is om meer terugvoering te akkommodeer en publiseer weens die intrinsieke kenmerke van veral onmiddellike, toeganklike en die vermoë om feitlik 'n onbeperkte hoeveelheid inligting te kan hanteer.

Alhoewel gedrukte koerante meer briewe ontvang as wat gepubliseer word, is dit juis hierdie beperking op ruimte wat gebruikers noop om eerder op elektroniese wyse 'n mening te lug.

Dit is egter nie in alle opsigte waar nie. Enkele kategorieë, nl. godsdien, ekonomie en toerisme en streeksgebonde terugvoering, het steeds meer voorkeur geniet ten opsigte van gedrukte koerante. Die outeur is van mening dat, alhoewel demografiese inligting nie vir hierdie studie beskikbaar was nie, eienskappe soos ouderdom, opvoedingsvlak en veral belangstelling moontlik bepaal watter medium deur 'n gebruiker verkies word vir die doel van terugvoering.

Die kern van die studie was om te bepaal wat die rol van terugvoering is in terme van Internet-joernalistiek. Drie bevindinge het veral lig op hierdie onderwerp gewerp. Eerstens was daar die verskynsel van haatspraak op die besprekingsforum van *news24*. Soos reeds genoem, is dit 'n negatiewe verskynsel, maar ten opsigte van dié studie dui dit daarop dat die anonimiteit wat elektroniese koerante bied, terugvoering stimuleer.

Tweedens het die groot hoeveelheid terugvoering in die kategorie van sosiale en interpersoonlike interaksie 'n verdere voordeel van elektroniese terugvoering geïllustreer, nl. die skep van 'n "virtuele gemeenskap" en die stimulering van gespreksvoering tussen gebruikers.

En derdens dui die gebrek aan elektroniese terugvoering ten opsigte van streeksgebonde terugvoering daarop dat, alhoewel gebruikers meestal elektroniese terugvoering verkies, daar tog die behoefte aan 'n meer gemeenskapsgerigte elektroniese koerant bestaan.

Alhoewel dit op die oog af voorkom asof daar tydens die studie 'n vergelyking tussen appels en pere ten opsigte van elektroniese en gedrukte koerante gemaak is, is die blote teenwoordigheid van hierdie "wanbalans" 'n bevestiging van die feit dat die elektroniese koerant as gevolg van die intrinsieke kenmerke daarvan homself beter leen tot terugvoering. Alhoewel gedrukte koerante baie meer briewe ontvang as wat gepubliseer kan word, is dit juis hierdie gebrek aan ruimte, en die bykans onbeperkte moontlikhede wat die elektroniese koerant ten opsigte hiervan inhou, wat gesien kan word as die grootste voordeel van die elektroniese koerant ten opsigte van terugvoering.

Hand-aan-hand met die koerant se gebrek aan ruimte gaan die verkorting en redigering van briewe. Die elektroniese koerant bied

aan 'n gebruiker die geleentheid om self sy of haar reaksie te publiseer, meestal sonder enige sensuur. Alhoewel anonimiteit bepaalde nadele inhou, dra dit verder by tot die elektroniese koerant se vermoë om terugvoering te hanteer.

Die gebrek aan veranderlikes in die inhoudsanalise kan ook as 'n tekortkoming sowel as 'n bevestiging dien. Dit dui op die vermoë van die elektroniese koerant om aan 'n persoon die geleentheid te bied om anoniem en sonder die kniehalter van taal of kultuur 'n oordeel te fel.

Internet-joernalistiek is reeds gevestig as 'n volwaardige subdissipline van die joernalistiek en verdere navorsing oor dié verskynsel is nodig om te verseker dat alle komponente en verskynsels daaraan verbonde deeglik beskryf word. Hierdie kennis sal daartoe bydra om die geloofwaardigheid van ernstige Internet-joernalistiek te bevestig sowel as om gebruikers bewus te maak van die talle voordele wat dit inhou.

VERWYSINGS

- Berger, G.J.E.G. 1996. *New tricks for the newspaper trade: An old watchdog meets press freedom and the information age*. Grahamstown: Rhodes University.
- Brown, C. 1999. Fear.com. *American Journalism Review*. Beskikbaar by: <http://www.journalism.org/stateof.html>
- Deuze, M. 1998. Journalism and the Net: Thinking about global standards. *Sage Journal Gazette* 61(5). Beskikbaar by: <http://home.pscw.uva.nl/deuze/publ5.htm>
- De Wet, S. 1997. *Newspapers in the new media world: A perspective on change*. Ongepubliseerde meestersgraadverhandeling. Stellenbosch: University of Stellenbosch.
- Fitzgerald, M. 1996. The effect of the Internet on print journalism. *Editor & Publisher* 129(15): 72.
- Gamble, T.K. en Gamble, M. 1993. *Communication works*. New York: McGraw-Hill.
- Heath, R.L. en Bryant, J. 1992. *Human communication theory and research: Concepts, contexts and challenges*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Heeter, C. 2000. Interactivity in the context of designed experiences. *Journal of Interactive Advertising* 1(1). Beskikbaar by: <http://www.jiad.org/vol1/nol/heeter>
- Kirsh, D. 2000. *Interactivity and multimedia interfaces*. Beskikbaar by: <http://icl-server.ucsd.edu/~krish/Articles/Interactivity/brock-single.html>
- Lasica, J.D. 1996. Net Gain. *American Journalism Review* 18(9): 20-33.
- McQuail, D. 1994. *Mass communication theory*. Third edition. London: Sage.
- Millison, D. 1999. *Online Journalism*. Beskikbaar by: <http://www.online-journalist.com/faq.html>
- Postmes, T., Spears, R. en Lea, M. 1998. Breaching or building social boundaries? SIDE-effects of computer-mediated communication. *Communication Research* 25(6): 689-715.
- Rafaëli, S. en Sudweeks, F. 1997. *Networked interactivity*. Beskikbaar by: <http://www.it.murdoch.edu.au/~sudweeks/projecth/publications.html>
- Richardson, L. 1969. *Dimensions of communication*. New York: Appleton-Century-Crofts.

- Riley, P., Keough, C.M., Christiansen, T., Meilich, O. en Pierson, J. 1998. Community or colony: The case of online newspapers and the Web. *Journal of Computer-Mediated Communication* 4(1). Beskikbaar by: <http://jcmc.huji.ac.il/vol4/issue1/keough.html>
- Rosenstiel, T. 1997. The promise, and perils, of online journalism. *The Chronicle of Higher Education* 43(28): 6.
- Schultz, T. 1999. Interactive options in online journalism: A content analysis of 100 U.S. newspapers. *Journal of Computer-Mediated Communication* 5(1). Beskikbaar by: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue1/schultz.html>
- Severin, W.J. en Tankard, J.W. 1992. *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. Third edition. White Plains, NY: Longman.
- Severin, W.J. en Tankard, J.W. 2001. *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. Fifth edition. New York: Longman.
- Tubbs, S.L. en Moss, S. 1991. *Human communication*. Sixth edition. New York: McGraw-Hill.
- Windahl, S., Signitzer, B. en Olson, J.T. 1998. *Using communication theory*. Sixth edition. London: Sage.