



VOORWOORD

Hierdie literatuurstudie in verband met die radio as massakommunikasie-medium met spesiale verwysing na die situasie in Suid-Afrika, maak deel uit van die basiese navorsing met betrekking tot die onderskeie media, wat tans binne die RGN deur die onlangs ingestelde Instituut vir Kommunikasienavorsing onderneem word.

Sover bekend verteenwoordig dit die eerste omvattende poging om die funksies van die radio in die Republiek teen die agtergrond van hierdie medium se breëre ontwikkelingsgeskiedenis te evalueer. Met die oog op die moontlike latere instelling van beeldradio in die Republiek, maak dit verder deel uit van 'n noodsaaklike ondersoekprogram na die gesteldheid van die media voor die instelling van so 'n diens. Dit sou verder ook as aansporing kon dien tot 'n omvattende ondersoek na die moontlike aanwending van hierdie medium met die oog op sekere aspekte van tuislandontwikkeling. Hier word meer bepaald gedink aan 'n moontlike georganiseerde landbouvoorligtingsdiens vir die tuislande, iets wat alreeds met 'n groot mate van sukses in onderontwikkelde gebiede, byvoorbeeld in Indië, onderneem is.

'n Spesiale woord van dank word hiermee uitgespreek aan instansies soos die SAUK en Market Research Africa, sonder wie se hulp met die verkryging van noodsaaklike gegewens, hierdie verslag waarskynlik nie moontlik sou gewees het nie.

A. M. Lubbertus
PRESIDENT

RGN		BIBLIOTEEK	HSRC
		LIBRARY	
15-2-1974			
STANDKODE	REGISTERNOMMER		
<i>001-3072068 H.S.R.C.</i>			
BESTELNOMMER	21940/1		↑

INHOUDSOPGAWE

Hoofstuk		Bladsy
1	INLEIDING	1
1.1	Doel	1
1.2	Terminologie	1
2	DIE RADIO AS MEDIUM	12
2.1	Ontwikkeling	12
2.2	Trefwydte	13
2.3	Funksies	14
2.4	Die effek van radio-uitsendings	26
2.5	Samevatting	37
3	DIE RADIO IN SUID-AFRIKA	41
3.1	Ontwikkeling	41
3.2	Trefwydte	49
3.3	Funksies	49
3.4	Effek	57
4	SAMEVATTING EN AANBEVELINGS	60
4.1	Doel van ondersoek	60
4.2	Oriënterende voorarbeid	60
4.3	Die radio in Suid-Afrika	60
4.4	Sekere belangrike afleidings van die ondersoek	61
4.5	Aanbevelings	62
	LITERATUURVERWYSINGS	64

TABELLE

Nr.		Bladsy
3.1	RADIOREKLAME IN SUID-AFRIKA, JAN.-DES. 1969	52
3.2	BLANKE LUISTERAARS VAN DIE FM-STREEKDIEN- STE TEN OPSIGTE VAN GESLAG, TAAL- EN OUDER- DOMSGROEPE, EERSTE KWARTAAL 1970	53
3.3	"GISTER"-LUISTERTALLE VAN DIE AFRIKAANSE EN ENGELSE DIENSTE, SOWEL AS SPRINGBOK- RADIO EN LM-RADIO	54
3.4	DIE AGT GEWILDSTE SPRINGBOKRADIOPROGRAM- ME VIR DIE 4e KWARTAAL 1969 EN DIE 1e KWAR- TAAL 1970	55

DIE RADIO AS MASSAKOMMUNIKASIEMEDIUM MET SPESIALE VERWYSING NA DIE SITUASIE IN SUID-AFRIKA

HOOFSTUK 1

INLEIDING

1.1 DOEL

- 1.1.1 Die Instituut vir Kommunikasienavorsing is gedurende 1969 deur die Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing ingestel met onder andere die opdrag om navorsing te doen oor massakommunikasie. Die massamedia hier ter sprake sluit die pers, die rolprentwese, die radio en televisie in.
- 1.1.2 Die behoefte aan 'n oorsigtelike verwysingsbron in verband met die radio as massakommunikasie-medium is veral gevoel omdat hierdie medium alreeds etlike dekades in Suid-Afrika ingestel is; plaaslike uitsendings is verder uniek in dié sin dat 'n omvattende radiodiens 'n relatief klein bevolkingsgroep in minstens 9 verskillende tale dien. Daar bestaan ook tans geen bron wat die radio as kommunikasie-medium in Suid-Afrika teen die agtergrond van die internasionale situasie ten opsigte van radio-uitsendings inkleef nie.
- 1.1.3 Die Instituut vir Kommunikasienavorsing het, nadat toestemming vir die projek op 18 Februarie 1970 verkry is, 'n skrywe aan die Direkteur: Programme van die SAUK gerig ten einde die SAUK se samewerking in hierdie verband te verkry. Van die SAUK sou belangrike resultate verkry kon word in verband met ongepubliseerde luisteropnames wat oor 'n hele aantal jare onder andere deur Market Research Africa (Pty.) Ltd. en Franklin Research namens die korporasie onderneem is. Verder sou die SAUK aan die RGN die programindielings vir sy verskillende uitsaaidienste kon voorsien, waaruit die aard van die verskillende programdienste deur middel van 'n metode van inhoudsontleding afgelei sou kon word. Hierdie gegewens sou dus 'n beeld van die situasie in Suid-Afrika ten opsigte van die radio vir die doeleindes van hierdie projek kon bied.
- 1.1.4 Gegewens in verband met die radio in die buiteland is vir hierdie ondersoek vanuit bestaande publikasies in verband met die radio ingesamel. Teen die agtergrond hiervan was dit dus moontlik om die posisie van die radio in Suid-Afrika enersyds verder toe te lig en andersyds ten opsigte van sy besondere aard duidelik te onderskei.
- 1.1.5 Die doel van die ondersoek kan dus geformuleer word as die daarstelling van 'n literatuurstudieverslag oor die radio as massakommunikasie-medium met spesiale verwysing na die situasie in Suid-Afrika.

1.2 TERMINOLOGIE

1.2.1 Kommunikasie

(a) Definisie

- (i) Blignaut definieer kommunikasie as "... die oordrag van inligting van die een persoon of instansie na die ander" (1, bl. 2). Dit impliseer vir hom verder gemeenskapslewe, "... waarin mense bepaalde tekens en simbole aan bepaalde belewenisse (heg)" (2, bl. 3).
- (ii) Rhodie toon aan dat kommunikasie vir Kuhn bloot die oordrag van inligting is, terwyl Fairchild dit soos volg definieer: "The process of making comment or exchanging subjective studies such as ideas, sentiment, beliefs, usually by means of language, though also visual representations, imitations and suggestions. Communication in human groups becomes the chief factor in their unity

and continuity and the vehicle of culture
Good communication is the very basis of human so-
ciety" (3, bl. 3).

- (iii) Roucek en Warren sien kommunikasie as die oordrag van feite, gelowe, houdinge en emosionele reaksies of enige ander geestesinhoudes tussen lewende wesens (4, bl. 53). In hierdie proses van kommunikasie tree die mens volgens Van Peursen en andere as tekengewer en tekenontvanger op (5, bl. 16). Die rol wat taal in hierdie wisselwerking speel, word deur Landis en Bolles beklemtoon as die essensiële substansie in menslike kommunikasie (6, bl. 70). Taal het vir Bettinghaus emosionele implikasies en dit het op sy beurt bepaalde emosionele waarde (7, bl. 139). Tekens kan, volgens Aranguren, as 'n soort pre-taal gesien word en speel 'n belangrike rol in kommunikasie. Hierdie tekens dien as referente wat teen 'n bekende verwysingsraamwerk ontleed word (8, bl. 19-26).

- (iv) Schramm toon aan dat Lasswell die proses van kommunikasie soos volg sien:

"Who

Says what

In which Channel

To whom

With what effect?" (9, bl. 179-180).

Hierdie siening van kommunikasie bring dan sekere elemente in die proses van kommunikasie ter sprake wat nadere ondersoek vereis.

(b) Elemente van kommunikasie

(i) Kommunikator

Vir Schramm impliseer die "who" van Lasswell se definisie 'n studie van die kommunikator (9, bl. 180). Die kommunikator is volgens Berlo as bron van kommunikasie belangrik, veral ten opsigte van sy vermoë tot kommunikasie, sy houding, kennisvlak en posisie binne 'n bepaalde sosio-kulturele verband (10, bl. 41). Hy is inderdaad afsender van die boodskap in die kommunikasieproses. Vir Newcombe kan die kommunikator inderdaad eers werklik sinvol met 'n bestemming kommunikeer indien hy sowel as sy bestemming teen 'n gemeenskaplike agtergrond beweeg (11, bl. 68). Phillips sien die effektiewe kommunikator in die groepsituasie as dié persoon wat veel tot die bespreking bydra en daardeur die middelpunt van die groep word. Sy status in die groep en sy aanvaarding deur die groep bepaal hoe effektief hy as kommunikator sal wees (12, bl. 38-40). Vir Schramm kan hy as bron van die proses van kommunikasie 'n individu wees wat kan kommunikeer deur spraak, skrif, tekeninge of gebare, of dit kan 'n organisasie wees, soos 'n koerant, uitgewery, televisiestasie of rolprentteater (13, bl. 3). Hovland en Weiss toon aan dat sy effektiwiteit afhang van die houding van die bestemming teenoor hom as kommunikator (14, bl. 275).

(ii) Boodskap

Schramm sien die "what" in Lasswell se definisie as die bestudering van die boodskap ten opsigte van die inhoud daarvan (9, bl. 180). Berlo onderskei hier minstens drie aspekte, te wete die kode waaruit die boodskap saamgestel is, die inhoud daarvan en hoe dit hanteer word (10, bl. 54). Van Peursen en andere wys daarop dat die verband waarin hierdie tekens verskyn, van belang is in die interpretasie (5, bl. 16-22). Gerbner toon aan dat die boodskap van 'n enkeling of van 'n organisasie, deur middel van spraak, in geskrewe vorm, deur tekens, of deur middel van hulpmiddele soos die pers, radio, televisie of rolprent, tot die bestemming gerig kan word. Vir hom is kultuur daardie sisteem van boodskappe wat die beeld van 'n gemeenskap projekteer. Die boodskap en die samestelling daarvan is ten opsigte van sy bepaalde tekenonderdele kultureel relatief van aard. In kultuur word die boodskap uit tekens saamgestel wat sinvol deur die lede daarvan ontsyfer kan word (15, bl. 432-434). Shands beklemtoon dat 'n boodskap alleen waargeneem kan word wanneer dit 'n kommunikator en 'n bestemming in aanraking met mekaar bring. In hierdie verband moet die boodskap dan ook betekenis hê (16, bl. 103). Betekenis en inhoud van tekens moet dan volgens Van Peursen en andere as deel van die kommunikasieproses bestudeer word, juis omdat die aan- of afwesigheid van inhoud nou met betekenis saamhang (5, bl. 19). Krech en andere wys ook op die verwarring wat hier mag intree en die behoefte aan 'n duidelike definiëring van die betekenis van betekenis in kommunikasie (17, bl. 278). Deutschmann toon aan dat die semantiese differensiaaltoets van Osgood juis ontwerp is om die betekenis van betekenis te bepaal (18, bl. 232-235). Osgood self beweer dat dieselfde woord in konnotasie vir verskillende gemeenskappe mag verskil en dat dit 'n belangrike invloed op die effek van die boodskap sal hê (19, bl. 104-105). Seward beklemtoon dan ook dat in 'n begrip van die individu, niks so fundamenteel is soos kennis van die bepaalde kulturele omgewing waarin hy beweeg nie (20, bl. 3-4). Benedict laat op haar beurt die klem ook sterk val op die kulturele relatiwiteit van norme en waardes (21, bl. 11). In die bestudering van die boodskap in kommunikasie is dit dan nodig om kennis te neem van die volle implikasies van die volgende stelling van Kluckhohn en Murray:

"Every man is in certain respects:

- a. like all other men,
- b. like some other men,
- c. like no other man" (22, bl. 53).

(iii) Kanaal

In Lasswell se definisie verwys "Channel" vir Schramm na die medium van kommunikasie. Tog is daar verskeie gebruike van die begrip kanaal in kommunikasie (9, bl. 180). Bettinghaus sien dit as die sintuiglike orgaan waarop die prikkel inwerk, byvoorbeeld of dit visie prikkel, of smaak, reuk, gehoor ensovoorts (7, bl. 168-170). Die sintuiglike orgaan is dan vir hom die

kanaal waardeur die boodskap aan die bestemming oorgedra word. Toda sien die funksie van die kanaal in kommunikasie as tweërlei van aard: eerstens, verseker dit die draer se optimale beweeglikheid en tweedens beskerm dit die draer van die boodskap. Die kanaalkapasiteit is ook van belang. 'n Snelweg se kapasiteit hou byvoorbeeld noue verband met die soort voertuie wat daarop beweeg. In kommunikasie kan verskeie tydelike kanale 'n rol speel, byvoorbeeld in die pos van 'n brief is die persoon wat dit pos, die posbus, die posman wat dit uithaal, die posvoertuig waarmee dit vervoer word en die ontvanger wat dit huis toe dra, almal tydelike kanale. Tog kom meer as een kanaal in dieselfde boodskap ook nog ter sprake. Die ontvanger wat die brief huis toe dra, is byvoorbeeld 'n tydelike kanaal, terwyl die pad waarop hy huis toe loop, nog 'n kanaal is (23, bl. 28-29). Berlo wys daarop dat die woord "kanaal" dikwels aan verkeerde gebruik blootgestel is en dat in kommunikasiekunde slegs drie gebruike van die woord geregverdig is. Eerstens is sowel die vermoë om die boodskap in kodevorm saam te stel en die bestemming se vermoë om hierdie kode te ontsyfer, 'n kommunikasiekanaal. Die verwysingsraamwerk waarteen sekere tekens in die samestelling en ontsyfering van die boodskap betekenis verkry, is dus 'n kommunikasiekanaal. Tweedens is die draer van die boodskap 'n kommunikasiekanaal, byvoorbeeld klankgolwe. Massamedia soos die radio, televisie, rolprente en dagblaie, asook media soos die telefoon, telegram en brief is in hierdie sin kanale. Derdens moet daar bepaalde sintuie in die oordrag van die boodskap geprikkel word, byvoorbeeld die visuele, gehoor-, smaak- of reuksintuig. Kortliks is hierdie kanaal dan die sintuig waardeur 'n ontsyferaarsbestemming 'n boodskap wat deur 'n kommunikatorkodifiseerder gekodifiseer is, kan ontvang (10, bl. 63-70).

(iv) Bestemming

Vir Van Peursen en andere is hy inderdaad die tekenontvanger (5, bl. 16-22). Ten opsigte van die sinvolle interpretasie van die boodskap is die vermoë om die betekenis daarvan te kan ontsyfer, vir Kréch en andere in die geval van die bestemming van die allergrootste belang (17, bl. 278). Daar is reeds aangedui dat hierdie proses van ontsyfering baie noue verband sal hou met die kulturele agtergrond van die bestemming en die bepaalde waarde wat in sy kultuur aan kommunikasie-tekens geheg word. Berlo voer dan ook tereg aan dat sy kultuur en sy eie posisie in die sosiale orde, sy status, sy groepslidmaatskappe en sy kenmerkende gedragseienskappe in die geval van die bestemming, sy reaksie op die gekommunikeerde boodskap sal bepaal. In effektiewe kommunikasie is hy die belangrikste faktor. Hy kan 'n lesende, luisterende, kykende of aanvoelende bestemming wees, afhange van die bepaalde situasie en omstandighede. Baie gegewens kan ten opsigte van die bestemming, enersyds, en die kommunikator, andersyds, ingewin word, maar die kritieke faktor is die wisselwerking en wedersydse afhanklikheid van hierdie twee faktore in kommunikasie, omdat dit die doeltreffendheid van die kommunikasie sal beïnvloed en bepaal. Die bestemming moet verder ook

altyd in terme van ontsyfering van die boodskap gesien word, omdat in hierdie sin sy rol van betekenis is (10, bl. 50-54). Toda voer verder aan dat kommunikasie nie net in terme van 'n bepaalde bestemming tot wie die boodskap spesifiek gerig word, gesien moet word as 'n vereiste vir die voltrekking van die kommunikasieproses nie. So kan 'n brief bestem wees vir 'n man, maar sy vrou mag dieselfde brief lees en kommunikasie tussen die inhoud daarvan en hierdie vrou vind dan nogtans plaas. Daar is benevens bestemming dus ook nog moontlike ontvangers wat dieselfde boodskap, alhoewel nie oorspronklik vir hulle bestem nie, kan ontvang en dit kan ontsyfer. Dan het kommunikasie wel tussen kommunikator en ontvanger plaasgevind. Kommunikasie kan dus ook betekenis kry in terme van kommunikator en ander ontvangers. Hierdie onderskeid tussen ontvanger en bestemming in die kommunikasieproses is van die allergrootste belang omdat dit juis ook die reaksie van die bestemming kan beïnvloed, byvoorbeeld as sy vrou aggressief reageer op die inhoud van die brief ten opsigte waarvan sy ontvanger en hy bestemming was (23, bl. 30).

(v)

Effek

Effek moet beskou word as die gedragsantwoord wat die kommunikasie uitlok. Soos Van Peursen en andere aantoon, word effek deur Brillouin gesien as 'n funksie van die verhouding tussen die moontlike antwoord vóór en ná ontvangs van die kommunikasie (5, bl. 27-28). Schramm toon aan dat 'n aantal faktore van belang is in die effek van kommunikasie. Hier het die kommunikator net beheer oor een. Hy kan naamlik die boodskap 'n bepaalde vorm gee en besluit wanneer om dit te kommunikeer. Die boodskap is slegs een van ten minste vier belangrike elemente wat sal bepaal watter effek dit sal hê. Die ander is eerstens die omstandighede waaronder die kommunikasie ontvang word en waarin die gedragsantwoord uitgelok moet word; tweedens, die persoonlikheidseienskappe van die bestemming (of ontvanger) en derdens, die gesteldheid van die groep self, asook die norme en waardes wat daarin geld. Daarom is dit so moeilik om die effek van kommunikasie vooraf korrek te voorspel (13, bl. 17). Ten opsigte van die massamedia, glo Klapper dat die effek van kommunikasie veral daarin lê dat dit bestaande houdings en gelowe verstewig, eerder as om dit te verander (24, bl. 546). Berlo toon weer aan dat die effek van kommunikasie noue verband sal hou met die beloning verbonde aan bepaalde gedragsantwoorde (10, bl. 98). Effek sal verder volgens Park in terme van kulturele relatiwiteit gesien moet word (25, bl. 38-39). Foa dui aan dat transkulturele kommunikasie juis mag faal omdat die simbole waarin die kommunikator sy boodskap saamstel, in die kultuur waarop die kommunikasie gerig word, 'n ander effek mag hê as in die kultuur waaruit die kommunikator sy boodskap saamstel (26, bl. 141).

(vi)

Die kommunikasieproses

Van Peursen en andere toon aan dat die volgende

elemente in kommunikasie onderskei kan word:
afsender, teken, inhoud, bestemming, interpretasie,
disposisie, verband, effek (5, bl. 16-22).

Berlo onderskei op sy beurt weer die volgende proses:
bron, kodifiseerder, boodskap, kanaal, dekodifiseerder,
ontvanger (10, bl. 40-41).

In teenstelling met Van Peursen en andere se siening hierbo, laat hy dus ná om ten slotte die gedragsantwoord ter voltrekking van die proses van kommunikasie te herken. Die primêre doel in kommunikasie, wat tog juis die uitlokking van 'n gedragsantwoord impliseer, word dus in Berlo se verdeling oor die hoof gesien. Die kerngedagte is dus dat in die proses van kommunikasie 'n kommunikator deur 'n bepaalde kode simbole orden en rig en deur middel van 'n sekere kanaal (spraak, skrif of tekens; gesprek, brief of radio; visueel, akoesties, oudiovisueel of tassintuig) 'n boodskap tot 'n bestemming rig (wat ook deur 'n ontvanger geïnterpreteer kan word) en dat hierdie bestemming op grond van sy bepaalde disposisies hierdie boodskap ontsyfer, verband tussen die simbole daarin, teen sy eie verwysingsraamwerk insien en 'n gedragsantwoord ter voltooiing van die proses van kommunikasie daarop gee. Hierdie gedragsantwoord se effek lê in die verskil tussen 'n moontlike antwoord vóór, en die werklike antwoord ná die kommunikasie.

1.2.2

Massakommunikasie

(a) Die kode

- (i) Soos aangetoon, bestaan die kode in kommunikasie uit tekens wat teen 'n bekende verwysingsagtergrond vir sowel kommunikator as bestemming tot 'n bepaalde kode saamgestel moet word om effektiewe kommunikasie te verseker. Steyn beklemtoon dan ook dat "... kommunikasie en gevolglike gemeenskaplike begrip in 'n situasie ... moontlik gemaak (word) deur die gebruik van 'n stel gemeenskaplike simbole. Een van die belangrikste kenmerke van die gebruik van simbole is die feit dat al die persone in die situasie dieselfde verstaan onder en dieselfde betekenis heg aan dieselfde simbole weens die feit dat die definiëring van die simbool vir almal eenders is".

Vir haar vorm die gesproke en geskrewe woord vir die mens die belangrikste sisteem van simbole. Dit is dan taal, waardeur kommunikasie tussen mense plaasvind. Slegs baie elementêre kommunikasie is volgens haar moontlik in die afwesigheid van aangeleerde gemeenskaplike linguistiese simbole (27, bl. 1).

- (ii) Die betekenis van betekenis, dit wil sê, 'n bestudering van die effek van simbole in die gemeenskap, kom juis hiermee weer ter sprake. Die belang daarvan word te meer beklemtoon wanneer in gedagte gehou word dat Krech en andere kommunikasie juis sien as "... the interchange of meaning ..." tussen mense (17, bl. 275). In hierdie proses vind daar vir Van Peursen en andere dan "... het overdragen van een bepaalde representatie uit het ene voorstellingskader (dat van de bron waarin zij wordt vervaardigd) naar een ander

(waar zij wordt ontvangen)", plaas (5, bl. 23). Sargent en Williamson beweer dat internasionale spanninge juis voortvloei uit 'n gebrek aan doeltreffende kommunikasie tussen volkere, dit wil sê, dit is die gevolg van die kulturele relatiwiteit van betekenis (28, bl. 272).

- (iii) Krech en andere onderstreep die feit dat die mens 'n pratende dier is. Die woord as taalsimbool het dan minstens drie funksies, te wete eerstens die funksie om as simbool van 'n voorwerp te dien (byvoorbeeld, kat, hond, bal); tweedens, die funksie om as eienskap van die voorwerp te dien en, derdens, is woorde soms die voorwerp self. Die vermoë om woorde as eienskappe van voorwerpe te sien, gaan veral saam met begrippe soos grootte, vorm en kleur. By kinders het Piaget gevind dat selfs woorde soos son en maan betekenis as eienskappe kry, sodat die kind homself nie kan voorstel dat die son maan of die maan son kon geheet het nie. Veral in die geval van meer abstrakte woorde dien die woord as voorwerp self (17, bl. 275-278).
- (iv) Aranguren sê dat Morris daarteen gewaarsku het dat simbole nie sonder meer as substitute vir voorwerpe gesien moet word nie. Die simbool skep eerder 'n predisposisie vir die reaksie wat direk deur die werklike prikkel uitgelok sal word. Die simbool of etiket wat as naam in taal aan die voorwerp geheg word, word daarmee geassosieer maar het nie dieselfde prikkelwaarde as die voorwerp self nie. Dit skep eerder 'n gereedheidstoestand om op die verskyning van die voorwerp self op 'n bepaalde wyse te reageer (8, bl. 30-32).
- (v) Van Peursen en andere beweer dat die mens sy voorwerpbelaaide omgewing in terme van tekens (of simbole) sien. Vooraf is reeds genoem dat die mens vir hulle dus in terme van tekengewer en tekenontvanger beweeg. Die teken word ontvang deur middel van sintuiglike waarneming. Op grond van die inhoud van die teken en die waarnemer se eie verinnerlikte verwysingsraamwerk, kry hierdie teken dan vir hom bepaalde betekenis. Dit is hierdie betekenis wat in kommunikasie belangrik is. Kategories kom hier dan die semiotiek, die linguistiek en die logika ter sprake. Die semiotiek bemoei homself met die bestudering van die kommunikasiewaarde van tekens, asook ander simbole van nie-taalkundige aard. Die linguistiek se terrein is die bestudering van taaltekens, sodat dit in die studie van kommunikasiesimbole 'n bepaalde afgebakende veld betree. Hierdie tekens of simbole word in die kodifiseringsproses saamgevoeg tot tekenkombinasies en sluit as elemente in klanke (foneme) wat saamgevoeg word tot klankgroepe (morfeme). Die taal van tekens en simbole is dan verteenwoordigend van dinge en gebeure wat in die leefwêreld van die mens teenwoordig is. Wanneer die terrein waar abstrakte tekens en tekenkombinasies tot 'n bestemming gerig word betree word, soos byvoorbeeld in 'n moderne skildery, is die kommunikasie nou onderhewig aan die vermoë van die bestemming om die boodskap deur logiese beredenering te ontsyfer en so met die kunstenaar (kommunikator) te kommunikeer. Abstrakte tekens kom dus in die kunstale só ter sprake en lê hoofsaaklik in die verbeeldingswêreld (5, bl. 16-22).

- (vi) Bettinghaus wys daarop dat die konnotasie van woorde in kommunikasie van verdere betekenis is. Woorde kan só emosionele betekenis verkry en die effek van kommunikasie hang af van die mate waarin sowel kommunikator as bestemming dieselfde gevoelswaarde aan konnotasies heg. So het die woord sosialisme verskillende emosionele implikasies vir die Amerikaner en die Rus. Woorde met 'n emosionele inslag het dan ook groter effekwaarde in kommunikasie as woorde met 'n suiwer denotatiewe inslag (7, bl. 139-141).
- (vii) Van Peursen en andere toon aan dat 'n verdere onderskeid hier ten opsigte van sinjaal, teken en simbool noodsaaklik is. In die eerste geval gaan dit om tekens wat van nature bestaan en veral by die dier 'n erflikinstinktiewe inslag het. Op hierdie sinjale van byvoorbeeld dors, honger en seks reageer hy struktureel. In die geval van tekens gaan dit hoofsaaklik om kulturele voorskrifte by die mens. Simbole moet in die woorde van Dewey as 'n kunsmatige teken gesien word. Die gebruik daarvan hang saam met sogenaamde "agreement in social use" (5, bl. 27-28).
- (viii) Uit bogenoemde bespreking moet dan duidelik blyk dat tekens en simbole in kommunikasie van die allergrootste belang is, omdat dit die elemente van die kode waardeur die boodskap oorgedra word, uitmaak. Dit is die primêre instrument in kommunikasie en alle massamedia, hetsy in geskrewe, verbale, visuele of oudiovisuele vorm, is primêr afhanklik hiervan. Dit impliseer kennis van simboolbetekenis in die gemeenskap tot wie die kommunikasie gerig word ten einde sinvolle kommunikasie te verseker. Die simbool is dus in kodevorm draer van die boodskap.

(b) Massamedia

- (i) Soos aangetoon, is die massamedia inderdaad die instrumente wat in die kommunikasieproses aangewend word om tot die enkeling in groepsverband te spreek. Hier is veral die pers, die radio, televisie en die rolprent ter sprake.
- (ii) Die geskiedenis van die perswese dateer, soos De Fleur aantoon, inderdaad eeue terug. Voor die geboorte van Christus het die Romeine nuusbriewe bekend as acta diurna uitgestuur. Lank voor die uitvinding van die drukkuns in Europa, het die Sjinese en Koreaners reeds 'n drukproses geken en gebruik. Gedurende die sestiende eeu gee die Weense regering 'n nuusbrief uit, bekend as die gazeta, waaraan die Engelse woord gazette ontleen is. Die drukkuns volg gedurende die vyftiende eeu in Engeland en in 1621 verskyn die sogenaamde corantos, wat aan die Afrikaanse woord koerant herinner. 'n Aantal klein nuusblaaië met 'n oplaag ver minder as 1,000 per blad verskyn gedurende die agtiende eeu. Op 3 September 1833 volg egter die eerste lonende blad, te wete die Sun van Benjamin Day in New York. Dit lui die era van die joernalistiek in en binne enkele dekades volg 'n nuusbladontploffing dwarsdeur die wêreld. Teen 1837 het die Sun 'n oplaag van 30,000 per dag en in 1919 lees elke Amerikaanse gesin gemiddeld 1.38 dagblaaië per dag (29, bl. 10-21).

- (iii) De Fleur toon aan dat David Sarnoff die vader van die radio is. Die geskiedenis van die radio word egter in hoofstuk 2 omvattend bespreek sodat geen verdere aandag hier daaraan gegee word nie (29, bl. 55-69).
- (iv) Tucker wys in 'n omvattende bespreking van televisie daarop dat hierdie medium inderdaad uit die radio voortgevloei het en derhalwe veel klem op die gesproke woord plaas. Die visuele beeld word inderdaad juis hier aangewend om die gesproke woord verder te onderskraag. In 1963 het 86% van die bevolking in Brittanje televisiestelle besit. Skoolkinders gaan sedert die koms van televisie saans ietwat later slaap en bring gemiddeld 2 uur per dag voor die televisiestel deur. Aanvanklik is geglo dat televisie egskending, misdaad, jeugwangedrag, ensovoorts, sou verhoog, maar tans bestaan daar volgens hom geen bewyse dat televisie of 'n voordelige, of 'n nadelige uitwerking op die gemeenskap het nie (30, bl. 110-155). Klapper wys daarop dat Himmelweit, Oppenheim en Vince in 1958 vind dat televisie tog 'n invloed op kinders het (31, bl. 144-149). Die belang van meer navorsing oor die invloed van televisie, word egter steeds deur Halloran beklemtoon (32, bl. 43-62). Cline wys daarop dat die VSA-soldate wat Vietnamese vrouens en kinders in Milai doodgeskiet het, dit moontlik juis gedoen het omdat televisie hulle verdierlik en afgestomp het (33, bl. 1-2).
- (v) Tucker meen dat daar sekere diepgaande verskille tussen die rolprent en die televisievertoning ten opsigte van aspekte soos redigering en aanbieding bestaan. Die rolprent is verder nie so beperk in decor soos byvoorbeeld die televisieprent nie. Die aanbieding in die rolprent maak 'n meer ambisieuse aanwending van tegnieke van verfilming en redigering moontlik as wat in die geval van televisie geld. Verder is die rolprent juis primêr op die visuele ingestel, sodat dit nie, soos in die geval van televisie, beeld aanwend basies ter onderskraging van die gesproke woord nie. Tog het televisie in Engeland sy grootste tol juis van die rolprent geëis, sodat bywoningsyfers van 30,000,000 per week in 1946 na 8,000,000 per week in 1964 gedaal het. Dit bly egter belangrik dat 6,000,000 van hierdie 8,000,000 bywoners jeugdige tussen die ouderdomme 16 en 24 is. Die rolprent se nadeel in vergelyking met televisie lê daarin dat televisie die mens in sy huis bereik, terwyl rolprente in teaters gesien word. Ten opsigte van kommunikasie, het die rolprent hier egter dié voorsprong dat sy boodskap nie so onderhewig is aan steuringe soos bedrywige gesinslede wat die aandag van die televisieskerm mag aftrek nie (30, bl. 68-109).
- (vi) Du Toit toon aan dat navorsing in massakommunikasie volgens Berelson dié terrein is waar wetenskaplikes uit onderskeie sosiale wetenskappe mekaar ontmoet. Dit het nog nie tot 'n afsonderlike dissipline ontwikkel nie. Tog dra die sosiologie veel by ten opsigte van konsepte, teoretiese beginsels en navorsingsmetodes wat hier van toepassing is. Lazarsfeld is 'n sosioloog en hy het met 'n studie van die radio in die VSA begin.

Katz en Klapper, twee studente van Lazarsfeld, is ewe bedrywig op hierdie terrein. Lasswell het uit die politieke wetenskap na vore getree met 'n sistematiese ontleding van die hele kommunikasiesisteen en die proses van massakommunikasie. Veral op die terrein van die massakommunikasie is die reeds aangehaalde definisie van Lasswell vir Du Toit dan van die allergrootste belang. Hovland kom uit die sielkunde en beklemtoon veral die belang van die effek van kommunikasie op die verandering van houdings. Dit is ook noodsaaklik om kennis te neem dat massakommunikasienavorsing in 'n groot mate deur die handel en nywerheid, plaaslike besture en politieke instansies geborg word. Verder is die resultate van navorsing op hierdie terrein in 'n groot mate sterk kwantitatief gekleur. Die benadering is sterk empiries en behavioristies van aard (34, bl. 1-27).

- (vii) Schramm voer aan dat dit paradoksaal sou wees om vandag nog skerp te wou onderskei tussen navorsing in joernalistiek en kommunikasienavorsing, of tussen kommunikasienavorsing en massakommunikasienavorsing. Belangstelling in navorsing in verband met die radio, televisie, tydskrifte en advertensies het vanuit die joernalistiek self gekom en só het hierdie navorsing uitgebrei om die hele kommunikasieterrein te dek. Du Toit (34, bl. 2-3) wys op sy beurt daarop dat Katz aangetoon het dat die navorser op die gebied te dikwels die lesers- en luisteraarspubliek as 'n blote massa gesien het. Hierdie massa is dan gegroepeer ten opsigte van ouderdom, geslag en klas of inkomste. Die verhoudings tussen mense onderling, die rol wat die gesinslewe en vriendekring speel en persoonlike redes vir die uitwissing van sekere idees en waardes, is nie genoegsaam in berekening gebring nie. Daarom het ondersoekers hier gevind dat die massamedia veel minder invloed op gedrag het as wat hulle aanvanklik gedink het. (35, bl. 3). In sy massaverband bly die mens, soos Mercer aantoon, steeds individu en luister hy saam met duisende of miljoene ander mense na die radio as individu wat nie in massaterme tot 'n blote teoretiese gemiddelde kategoriemens gereduseer kan word nie. So spreek die radio en ander massamedia tot die mens op massagrondslag, maar steeds in sy individuele verband, in sy eie gesins- en besondere en unieke persoonlike verband. En, sê Mercer hier in verband met die radio: "Talk to them by the millions until you're talking to them one at a time because that's the way they're listening" (36, bl. 66).
- (viii) Dean en Bryson beklemtoon ook die feit dat die individu in kommunikasie altyd gesien moet word as die bestemmingseenheid. Alle kommunikasie, en dit impliseer ook massakommunikasie, bly steeds onvoltrek as die individuele gedragsantwoord op die boodskap agterweë bly. Dit is dus nodig om altyd aan die gehoor in massakommunikasie as 'n individu te dink. Dit geld ten opsigte van alle vorme van kommunikasie, te wete rasionele en irrasionele kommunikasie, asook informatiewe en oorreringskommunikasie. Die massamedia soos die pers, radio, televisie en rolprente, sien die skrywers as die basiese instrumente wat in 'n demokratiese gemeenskap 'n informatiewe

funksie in kommunikasie moet vervul. Deur middel van hierdie media is daar 'n voortdurende en konstante vloeï van inligting na die massa. In hierdie sin het die massamedia dan 'n besondere verantwoordelikheid teenoor die gemeenskap. Tog strewe die massamedia na die uiteindelijke bereiking van die massamens. Dit is in die doel geleë om uiteindelik alle individue oor die hele wêreld met dieselfde rolprente, dieselfde televisie- en radioprogramme en dieselfde koerante te bereik. In so 'n geval sou die gehoor dan 'n massagehoor wees en die resultaat sou dan wees dat alle individue dieselfde beeld van die wêreld waarin hulle leef, het, dieselfde standpunte inneem, dieselfde patroon van waardes nastreef, soos hierdie dinge deur die massamedia voorgelê word. Dit is 'n uitgangspunt wat sy oorsprong in die winsmotief het wat altyd na 'n groter gehoor streef, maar in die praktyk steeds bots teen die onomstootlike feit van volhardende individuele verskille. Daarom was die enigste suksesvolle metode om die mens in sy massaverband te bereik, daarin geleë om in radio- en televisieprogramme, in koerantberigte en in rolprente, altyd voorsiening te maak vir die werklikheid van verskille in individuele smaak (37, bl. 341-348).

(ix) Eisenson, Auer en Irwin voel dat die sogenaamde massagehoor steeds 'n illusie bly. Selfs binne dieselfde gesinsverband mag individuele reaksies op televisie- en radio-uitsendings verskil. Ten opsigte van 'n bepaalde program is die boodskap van die radio en televisie dieselfde vir alle individue wat daarop inskakel en terselfdertyd is dit ook hierdie media se grootste enkele nadeel, omdat dit nie voorsiening kan maak vir hoe individue dit sal waarneem en daarop sal reageer nie (38, bl. 311).

(x) Vir Du Toit is dit veral die koms van televisie en die kommunikasiesatelliete wat aan kommunikasienavorsing, hoofsaaklik in die jongste verlede, 'n nuwe kleur gegee het. In die meeste omvattende navorsingsprojekte word daar vandag terdeë rekening gehou met interpersoonlike verhoudings en die kulturele milieu van die leser of luisteraar. Hierdie uitgangspunt word nou ook in die meeste navorsingsinstitute in die VSA beklemtoon (34, bl. 3-4). Ten slotte som Du Toit die belang van massakommunikasienavorsing soos volg op:

"Die empiriese gegewens oor die omvang en trefwydte van ons hedendaagse massamedia, dwing ons egter om voortdurend hierdie soort vraagstukke te opper. Dit wil sê indien ons aanvaar dat kommunikasie op hierdie vlak tog wel uiters belangrik is en 'n effek het op gedrag. Ons beleef immers sedert 10 Julie 1962 'n nuwe era in die kommunikasiewetenskap. Toe is die eerste kommunikasiesatelliet Telstar deur die VSA gelanseer" (34, bl. 24).

HOOFSTUK 2

DIE RADIO AS MEDIUM

2.1 ONTWIKKELING

- 2.1.1 De Fleur wys daarop dat Marconi se belangstelling in Hertziaanse golwe in 1890, die uitvinding van die radio sou voorafgaan. Marconi het naamlik geredeneer dat tekens in kodevorm hiermee sonder draadverbinding oor groot afstande versend sou kon word. Marconi se apparaat, gebaseer op bogenoemde aanvaarding, was die eerste "draadloostelegraaf" en hy het dit in 1897 in Engeland laat patenteer. Groter en kragtiger apparaat is gebou en weldra kon telegraafkodes selfs oor die Atlantiese Oseaan versend word. Die uitvinding van hierdie telegraaf was die eerste groot stap in die rigting van die radio, wat op sy beurt verreikende kommunikatiewe implikasies sou inhou (29, bl. 52).
- 2.1.2 Gorham dui aan dat die radio binne 30 jaar ná sy ontstaan tot een van die magtigste kommunikasiemedia ontwikkel het (39, bl. 13). De Fleur wys daarop dat die sogenaamde radio music box voorafgegaan is deur die radiotelefoon, wat deur Fessenden uit Marconi se telegraaf ontwikkel is. In 1916 het Sarnoff, 'n jong radio-ingenieur in diens van die American Marconi Company, 'n voorlegging aan die bestuur gedoen in verband met die instelling van die radio as musiekverskaffer vir gesinne in hul eie huise. Ná die Eerste Wêreldoorlog het die Amerikaanse Westinghouse-maatskappy probeer om die terrein van die internasionale telegraaf te betree. Dit was egter nie suksesvol nie, omdat die Radio Corporation of America (RCA), wat in 1919 Sarnoff as hul eerste handelsbestuurder in diens geneem het, al die belangrikste patentregte op hierdie terrein besit het. Die Westinghouse-maatskappy het homself toe begin toespits op intensiewer navorsing met die draadloostelefoon. In April 1920 het Conrad, wat in beheer van Westinghouse se navorsing was, sy eie radiosender gelisensieer en kort daarna het hy die eerste radio-uitsendings, bestaande uit musiekprogramme twee aande 'n week, met behulp van sy gesinslede geloods. Stasie KDKA te Pittsburgh, word in 1920 in die lewe geroep deur die Westinghouse-organisasie en met 'n sterker sender toegerus. Davis, vise-president van die Westinghouse-organisasie, word as die vader van handelsradio gesien. Die Pittsburgh-eksperiment was son sukses, dat radiostasies sedert 1921 vinnig gevolg het, byvoorbeeld in New York, Newark en ander Amerikaanse stede. Teen 1923 was die radio reeds in al die belangrikste sentra in Amerika gevestig (29, bl. 54-60).
- 2.1.3 Steele toon aan dat die radio in November 1922 in Brittanje met uitsendings begin het (40, bl. 7). Elders wys dieselfde skrywer daarop dat die feit dat uitsendings in Engeland deur een liggaam, te wete die BBC, hanteer word, 'n heilsame uitwerking op die inhoud van uitsendings gehad het. In teenstelling met die situasie in die VSA en Kanada, waar vele klein privaatmaatskappye teen mekaar vir 'n bestaan gewedywer het, was uitsendings in Engeland van die staan-spoor af gevrywaar van oorkommersialisering en politieke propaganda (40, bl. 26-27).
- 2.1.4 De Fleur meen dat die daling in dagbladsirkulasie per gesin ná 1920, in 'n mate aan die radio gewyt kan word. In hierdie sin het die massamedia derhalwe 'n invloed op mekaar (29, bl. 19). Elders toon hy aan dat die radio sy goue era gedurende die dertiger- en veertigerjare beleef het. Teen die einde van 1930 was daar reeds meer as een stel per gesin in Amerika. Televisie het uit die radio voortgevloei en ten opsigte van handelsadvertensies sy grootste tol juis van

die radio geëis. Elke medium se aanvaarding deur die publiek, het 'n korrelasie getoon met die chronologiese volgorde waarin dit as medium ontstaan het, sodat rolprente, wat in 1900 verskyn het, gouer 'n hoogtepunt as die dagbladpers, wat dit voorafgegaan het, bereik het; dieselfde geld respektiewelik vir die radio en televisie, laasgenoemde twee media, maar veral televisie, wat veral 'n hoë tol van bioskoopbesoek geëis het (29, bl. 65-70).

2.1.5 Die invloed van televisie op die radio sou hoogs tydelik van aard wees. Mercer toon aan dat daar in 1965 \$255,000,000 in die VSA op radio-advertensies gespandeer is, 'n toename van 5% op die syfer van 1964 (36, bl. 64). Webster praat in 1966 van ".... a growing creative enthusiasm for radio" (41, bl. 12).

2.1.6 Die Radio Advertising Bureau wys daarop dat daar in 1965 24% meer radio's as mense in die VSA was (42, bl. 3). Die NBC-radio-organisasie toon aan dat 111,000,000 volwasse Amerikaners, of 90.5% van die bevolking oor 18 jaar, in 1965 daaglik na die radio geluister het, teenoor 87.0% televisiekykers. Vir hulle verteenwoordig 1965 dan ook die jaar van die terugswaai na die radio ná die aanvanklike inslag van televisie op die bevolking. Hierdie swaai van 3.5% terug na die radio is vir hulle betekenisvol (43, bl. 6).

2.2 TREFWYDTE

2.2.1 Schramm toon aan dat daar in 1961 13.2 per 100 mense dwarsdeur die wêreld toegang tot die radio gehad het. Hierteenoor was vergelykende syfers 9.8 vir dagblaaie, 2.3 vir rolprente en 3.8 vir televisie. In Afrika het 2.3 per 100 van die vasteland se bevolking toegang tot die radio gehad terwyl ooreenkomstige syfers vir ander media soos volg was: dagblaaie, 1.2; bioskoop, 0.6; televisie, 0.07. Die meeste radioluisteraars was in Noord-Amerika (73.0 per 100 van die bevolking) en die minste was in Asië (2.1 per 100 van die bevolking). Die opvallende feit hier is dat die radio van al hierdie media die grootste gehoor bereik. Die grootste toename in radiostelle vir 1950 - 1961, was ook in Rusland en Afrika, waar radiostelle in besit van individue respektiewelik met 230% en 229% gegroei het. Hierteenoor was die groei in Europa en Noord-Amerika respektiewelik 133% en 67%. Dagbladgroei in Afrika was vir dieselfde periode 30% teenoor 'n afname van 13% in Noord-Amerika (9, bl. 95-99).

2.2.2 Radio was inderdaad só gewild en sy trefwydte só groot, dat De Fleur kan aantoon dat een van hierdie medium se grootste probleme juis uit die gewildheid daarvan voortgevloei het. Daar is naamlik 'n beperkte aantal frekwensies waarop uitgesaai kan word beskikbaar en weens die feit dat radio in private hande in die VSA was, het radiostasies soos paddastoele opgeskiet, sodat twee probleme weldra opgeduik het. Eerstens was daar die tegniese probleem van frekwensiesteuringe weens oorlaaiing van uitsendingskanale, sodat verskillende stasies se uitsendings op mekaar inbreuk gemaak het; en, tweedens, was daar die probleem van finansiering van die programme wat deur verskillende stasies uitgesaai word. Wetgewing is in 1927 ingestel waarvolgens radiostasies nie langer sonder die nodige lisensie van kanale gebruik kon maak nie. By registrasie is 'n uitsendingskanaal aan 'n bepaalde stasie toegeken en voorsiening is gemaak om uitsendings só te spasieer dat steurnisse nie langer sou voorkom nie. Uit hierdie wetgewing volg die Federale Kommunikasiewet van 1934 wat vandag nog die reguleringsinstrument in Amerikaanse uitsendings is. Teen die einde van die tweede dekade van hierdie eeu was die uitsendingsprobleme van die radio in Amerika opgelos. Eerstens is kanale op 'n vaste grondslag toegeken en tweedens het gereelde radio-adverteerders vir die nodige inkomste om hierdie stasies op 'n gesonde grondslag te bestuur, gesorg (29, bl. 59-65).

2.3 FUNKSIES

2.3.1 Algemeen

Claüsse sê in verband met die radio:

"As a medium of expression whose foundations are the spoken word, music and sound, radio has assumed or been given the most diverse tasks; amusement, information, the interplay of ideas, public service, education and culture".

Dit is vir hom soms moeilik om 'n duidelike lyn tussen die radio se opvoedkundige en kulturele take te trek. Dit is naamlik nie altyd duidelik presies wat as opvoedkundig en wat as kultureel geklassifiseer moet word nie. 'n Mens sou egter kon sê dat 'n uitsending opvoedkundig is as dit saamgestel is en aangewend word vir 'n bepaalde didaktiese doel en 'n onderafdeling uitmaak van 'n groter leerplan. Hierteenoor is programme kultureel van aard wanneer daardie program 'n kulturele onderwerp behandel of 'n artistiese produksie self is (44, bl. 11-12).

2.3.2 Die opvoedkundige funksie

- (a) Gorham wys daarop dat alhoewel die radio as medium eers in November 1922 in Brittanje ingestel is, die aanwending daarvan in opvoeding reeds vroeg in 1923 ter sprake gekom het. Die BBC het 'n kommissie van ondersoek na die instelling van skoolradio-uitsendings aangestel. In 1924 is met eksperimentele uitsendings na sekere skole begin en teen 1926 het 'n volwaardige skoolradiodiens sy beslag gevind. In 1935 het daar in Engeland, Wallis en Noord-Ierland reeds 3,708 skole hierop ingeskakel, terwyl die syfers vir 1936 en 1937 respektiewelik 5,126 en 6,890 was. Dit beteken dat een uit elke vier skole in Engeland teen 1937 op die skoolradiodiens ingeskakel het. In Skotland het daar benewens bogenoemde, vir 1935, 1936 en 1937 respektiewelik 377, 726 en 871 skole op hierdie diens ingeskakel (39, bl. 7-9).
- (b) Janowitz en Street meen dat die radio as opvoedingsmedium aanvanklik, ten minste in die VSA, oorskat is. Dis volgens hulle daarom dat Ogburn oor en oor die vraag kon stel waarom die revolusie in die onderwysmetodiek, wat ná verwagting op die instelling van skoolradiodienste sou volg, nooit plaasgevind het nie (45, bl. 240). Die radio sou, soos Clause aandui, byvoorbeeld nooit die onderwyser kon vervang nie en sou steeds van die onderwyser afhanklik bly ten einde werklike effektiwiteit in die onderwys te verseker (44, bl. 16). Dit sluit nou aan by die tweerigtinghipotese wat volgens Krech en andere oorspronklik deur Lazarsfeld, Berelson en Gaudet soos volg geformuleer is:
- "Ideas often flow from radio and print to the opinion leaders and from them to the less active sections of the population". Die massamedia self bly naamlik in gebreke om houdings te beïnvloed in dieselfde mate waarin persoonlike oorreding dit kan doen. Daarom sou inligting volgens hierdie hipotese van die massamedia na leiers beweeg en as hulle dit deur persoonlike oorreding opvolg, volg die werklike effek van die kommunikasie eers (17, bl. 233-235).
- (c) Die posisie van die onderwyser as "leier" in die "skoolgemeenskap", word deur Biddle en Rossi geïllustreer. Vir hulle is 'n primêre onderafdeling van die skoolgemeenskap die klaskamer, met die onderwyser as leier. Die les deur middel van die massamedium, kan geredeneer word, word opgevolg deur die onderwyser in sy nasorgwerk. Die kommunikasie vloei

dus na hom en van hom terug na die klas (46, bl. 15-16). Tucker beklemtoon dan ook dat die onderwyser 'n besondere taak het in die ontwikkeling van die leerling se diskriminasievermoë ten opsigte van goeie en swak uitsendings (30, bl. 3).

- (d) Pool toon aan dat verskeie ondersoekte die tweerigtinghipotese steun, naamlik dat 'n gedragsantwoord as reaksie op die massamedia ten nouste saamhang met persoonlike beïnvloeding deur gemeenskapsleiers. Ook die literatuur in verband met die effek van hierdie media op die onderwys, toon volgens hom dat die aanleer van moeilike materiaal 'n mate van motivering vereis wat alleen verseker kan word in die verhouding met 'n belangrike verwysingspersoon wat 'n gedragsantwoord in die leerproses vereis (47, bl. 438-441).
- (e) Vroeg reeds het die verskillende instansies in Brittanje volgens Steele besef dat die sukses van skoolradio-uitsendings ten nouste sal afhang van samewerking tussen radio- en onderwysoutoriteite (40, bl. 9). Vir Clause is dit byvoorbeeld nodig om altyd in gedagte te hou dat die radio 'n suggestiewe eerder as instruktiewe funksie in die onderwys vervul (44, bl. 16). Taylor meen dat opvoedkundige televisie- en skoolradiodienste min effek sal hê as dit nie deur ander hulpmiddele onderskraag word nie (48, bl. 26). Postgate en Weltman dui aan dat die radio en televisie die onderwyser se taak aanvul deurdat dit deur middel van klank en beeld aan die kind as illustrasie dien aangaande daardie dinge waarvan die onderwyser hom slegs kan vertel (49, bl. 60-61). So kan die radio byvoorbeeld musiekonderrig, soos Biddle en Rossi aantoon, met groter sukses bekroon, deurdat daardie musiek deur die massamedium voorgespeel kan word (46, bl. 29-30).
- (f) Een van die grootste nadele van skoolradio-uitsendings is volgens Clause daarin geleë dat die radiogehoort nie homogeen van aard is nie (44, bl. 16). Die individu reageer steeds op uitsendings op hoogs individuele wyse sodat die sogenaamde massareaksie van 'n massagehoort, soos Dean en Bryson aantoon, steeds 'n onvervulde ideaal van gelykmakers bly (37, bl. 344).
- (g) Die vraag is nou: wie moet by skoolradio-uitsendings betrek word? Eerstens moet vasgestel word presies wie as die gehoor beskou moet word. Volgens Taylor word die 16- tot 17-jariges in Brittanje steeds van groter belang en hierdie groep sal volgens hom teen 1980 hoofsaaklik uit leerlinge en al minder uit werkende jeugdiges bestaan (48, bl. 22). Firth redeneer egter op sy beurt steeds teen die agtergrond van die Britse situasie, dat kinders vroeg tuis reeds self in aanraking met die massamedia kom en dat dit, ten einde die kind se diskriminasievermoë ten opsigte van wat die massamedia aanbied, op gesonde grondslag te plaas, noodsaaklik is om hierdie media reeds teen om en by die dertiende lewensjaar in die leerplan te betrek. Die laaste twee skooljare is egter reeds té eksamengerig om hier nog massamedia in die leerplan te betrek (51, bl. 9-10). Vir Clause is die luistergehoort minstens die skoolgaande jeug, wat in die klas-kamersituasie onder leiding van die onderwyser op skooluitsendings inskakel. Hulle is homogeen in dié sin dat hulle in dieselfde standerd is, aan dieselfde ouderdomsgroep behoort en op dieselfde geestelike ontwikkelingsvlak verkeer (44, bl. 12). Dale toon aansluitend hierby aan dat opvoedkundige radio-uitsendings in die VSA vir sowel kindertuin- as skoolgaande kinders

en jeugdiges bestaan. Die kerngedagte is egter dat die programme aangepas moet word by die bepaalde gehoor tot wie dit gerig word (52, bl. 280).

- (h) Tweedens toon Taylor aan dat die uitgangspunt dat onderwysers almal ewe bekwaam is, nie in die praktyk geld nie. Verder is die onderwyser se eie aandag reeds só deur die leerplan in beslag geneem, dat die massamedia dikwels verwaarloos mag word. Die onderwyser self moet dus ook in 'n sinvolle aanwending van die massamedia in klasgebruik betrek, opgelei en ingelig word. In baie vakke, byvoorbeeld Wiskunde, is daar 'n ernstige tekort aan die nodige opgeleide onderwysers en diegene wat dan in die dosering hiervan betrek word, het dikwels self 'n behoefte aan opleiding daarin, 'n behoefte waarin die radio en televisie goed kan voorsien (48, bl. 22-24). Dale beweer dan ook dat die wyse waarop die onderwyser die radio as hulpmiddel sal aanwend, 'n ware toets vir sy eie vermoëns sal wees (52, bl. 284).
- (i) Wittich en Schuller wys daarop dat George Watson, superintendent van skole van die Wisconsinse departement van openbare onderrig, gesê het radio is geen toevoeging tot die onderwys nie, ook nie iets wat slegs 'n verlengstuk van die onderwys is nie. Dit is onderwys self (53, bl. 255). Dis dan ook te begrype waarom sommiges, soos Cross en Cypher aantoon, radio sowel as televisie as 'n bedreiging vir die onderwyser self begin sien het. Daar is gesê dat dit alles wat die onderwyser doen, beter kan doen en volgens die skrywers is dit dikwels waar (54, bl. 256-257). Siepman meen dat die onderwyser se bydrae tot klasonderrig as gevolg van die radio 'n terugslag ondervind het. Opvoeding gerig tot die lewende mens kan vir hom beswaarlik plaasvind sonder die lewende mens as onderriggewer in wisselwerking met die leerling. Die radio gee wye onderrig buite die verband van die leerplan en selfs sy kulturele uitsendings is in 'n sekere sin opvoedkundig. Tog kan dit ook "opvoeding" impliseer ten opsigte van onaanvaarbare waardes en hieraan is die kind ook blootgestel. Radio-uitsendings wat egter by die leerplan aanpas, kan 'n waardevolle hulpmiddel vir die onderwyser wees. Die kerngedagte is dat radio nie die opvoedingstaak van die onderwyser moet bemoeilik deur die waardes wat hy aan sy leerlinge moet voorhou, met sekere programme (byvoorbeeld fiksie) te ondermyn nie (55, bl. 193-194).
- (j) Dale noem drie basiese beginsels wat by die aanwending van die radio in die klaskamer deur die onderwyser in gedagte gehou moet word. Eerstens baat leerlinge veel meer uit 'n radioles as hulle voorberei word daarvoor. Tweedens moet die onderwyser aktief deelneem aan die les tydens uitsending, byvoorbeeld deur gebiede waarna verwys word, op 'n landkaart aan te dui. Derdens is nasorgwerk van die grootste belang en hier is dit veral nodig om die lesinhoud in verband te bring met huidige behoeftes. As die les byvoorbeeld oor 'n uitstappie gaan, kan die klas hierby aansluit deur nou self 'n uitstappie te beplan (52, bl. 284-286). Ten opsigte van voorsorgwerk toon Cross en Cypher aan dat die onderwyser sy leerlinge hier moet lei om 'n latere verband tussen die radioles en die bepaalde aspek van die leerplan in te sien. Ná die voorsorgwerk afgehandel is, moet daar 'n behoefte bestaan om na die radioles as aanvullende hulpmiddel te luister. Die voorsorg moet van so'n aard wees dat dit vrae by die leerling laat ontstaan wat na antwoorde in die radioles sal soek. Die kind moet dus gemotiveerd wees om na die radioles te luister.

Fisies moet die omstandighede van so 'n aard wees dat die leerlingemaklik na die les kan luister in die klaskamer. Die nasorgaspek vereis dat die onderwyser die leerlinge bystaan in die leerling se eie verwerking van wat hy oor die radio gehoor het. Hier kan die volgende vrae geopper en bespreek word: "Het ons gehou van wat ons gehoor het of nie?" en "Waarom het ons daarvan gehou of nie?"; "Wat het ons uit die les geëbaat?"; "Het die les ons gehelp leer wat ons wou leer?"; "Hoe hou wat ons gehoor het, verband met wat ons vooraf geweet het?"; "Wat het ons geleer wat ons nie vooraf geweet het nie?"; "Was daar foute in die inhoud van die radioles?"; "Watter nuwe probleme het vir ons uit die radioles se inligting voortgevloei en hoe moet ons dit nou opvolg?"; "Wat het ons nie verstaan in die les nie?"; "Behoort ons die les weer te hoor?"; en "Hoe het die radioles ons insig en houding ten opsigte van die bepaalde aspek waaroor dit gegaan het, verander of bevestig?" (54, bl. 267-269).

- (k) Kinder meen dat onderwyseropleidingsentra die onderwyser ook behoort op te lei in die metodiek van radiobenutting in skoolverband. Die radio is 'n belangrike hulpmiddel om bloot oorgelaat te word aan suiwer die persoonlike diskresie van elke individuele onderwyser tot wie se klaskamer hierdie medium spreek. Hy behoort wetenskaplike kennis te dra van die moontlikhede en beperkings van hierdie medium (56, bl. 455-456). Die onderwyser se vermoë tot programkeuse vir sy klas, die vermoë om leerlinge se diskriminasievermoë ten opsigte van uitsendinge te ontwikkel en om 'n algemene begrip te hê oor die invloed van programme op die kennis, houdings en aanpassing van die leerling, word deur Dale genoem en is van die allergrootste belang in die onderwys waarby die radio as hulpmiddel betrek is. So 'n verwysingsagtergrond by die onderwyser kan dan ook nie op 'n blote lukraakgrondslag tot stand gebring word nie (52, bl. 288).
- (l) Bailey bespreek die probleem van opleiding vir onderwysers in die aanwending van massamedia soos die radio en televisie enigszins breedvoerig. Die basiese probleem lê daarin dat hierdie media steeds nog as 'n bedreiging vir die professie deur sekere onderwysers gesien word en dat hierdie houding sal bly voortbestaan, so lank as wat kennis en insig ten opsigte van die waarde van hierdie media in die vergemakliking van die eie taak, agterweë bly. Om sinvol te kan beplan in die optimale benutting van hierdie media, is opleiding van die onderwyser verder meer van belang (56, bl. 165-166). Gesien van 'n ander gesigspunt, bou Holroyde hierop voort en wys op die noodsaaklikheid van opleiding van sekere onderwysers om as aanbieders, skrywers en beplanners van programme vir skooltelevisie en radio te kan optree. Dit is noodsaaklik dat programbeplanners sal kennis dra van die breëre onderwysituasie in die skool self ten einde programme en leerplanne optimaal bymekaar te kan laat aansluit (57, bl. 181).
- (m) Kinder wys daarop dat die radio as medium nie ten volle benut kan word sonder 'n kombinasie daarvan met ander hulpmiddels, soos byvoorbeeld transkripsies, opnames op band en op plaat, kaarte, foto's, ensovoorts, nie (58, bl. 478). Die kerngedagte hier is dan ook, soos Cross en Cypher aantoon, dat die radio suiwer van die ouditiewe aanbod gebruik maak. As sodanig kan dit wat aangebied word, slegs gehoor en nie gesien word nie. Waar die gesproke woord geassosieer word met visuele beelde, kombineer die gebruik van visuele hulpmiddele dan hier die ouditiewe aanbod nou op sinvolle wyse met visuele waarnemings (54, bl. 6-7). Erickson glo nou dat die waarde van audiovisuele onderrig in die volgende ses beginsels opgesluit lê:

- (i) Dit sluit die elemente in wat noodsaaklik is om die ondervindingsveld te verbreed.
 - (ii) Dit bied bruikbare bronne waardeur inligting betekenisvol oorgedra en ingeklee kan word.
 - (iii) Dit dien as vertrekpunt vir 'n verskeidenheid van leeraktiwiteite.
 - (iv) Dit bied aan die onderwyser geleentheid om sy diagnostiese en navorsingstake meer doelgerig uit te voer en is ook 'n nuttige hulpmiddel in remediërende onderwys.
 - (v) Dit help die onderwyser om die fisiese beperkinge van die klaskamersituasie te oorkom.
 - (vi) Dit gee aan die leerling 'n doelgerigte taak deur middel van die voorbereiding van sekere visuele modelle as deel van die klaswerk (59, bl. 56-57).
- (n) Postgate toon aan dat die meeste massamedia wat tot die onderwys gerig word, vergesel gaan van gedrukte pamflette, gerig tot die onderwyser, en geïllustreerde pamflette, gerig tot die leerling. Die onderwysersgids help die onderwyser in die beplanning van sy voorsorg- en nasorgwerk, terwyl die geïllustreerde pamflet die leerling visuele beelde gee wat aansluit by die ouditiewe aanbod wat deur middel van die radioles sal volg (49, bl. 58).
- (o) Tot dusver is hier aandag gegee aan opvoedkundige radio vir sover dit in die skoolverband ter sprake kom. Clausse toon egter aan dat opvoedkundige radio verder ook nog 'n taak het ten opsigte van volwasse onderrig buite skoolverband. Dit is vir hom populêre onderwys, teenoor die meer formele onderwystaak van die radio in skoolverband. Populêre onderwys deur middel van die radio word dan veral gerig tot volwassenes met die doel om veral tegnologiese en algemene kennis oor te dra wat nie in die skoolverband verwerf is nie (44, bl. 12). Vir Knowles is volwasse onderwys nog maar 'n nuwe vertakking van opvoeding en is dit nog nie duidelik omlyn nie. Dit is vir hom egter waar dat volwasse onderwys deur middel van die massamedia nie soos by die skoolgaande leerling doelgerig op 'n leerplan is nie, dog eerder op 'n meer filosofiese benadering aanspraak het. Dit is inderdaad breër van aard, meer populêr in wese (60, bl. 307). Tog kan dit, Soos Schramm en andere aantoon, wel in sommige gevalle doelgerig wees, soos in die bestryding van ongeletterdheid onder sekere bevolkingsgroepe. Omdat hierdie aspek inderdaad baie ná aan die rol van die massamedia in gemeenskapsontwikkeling beweeg, word dit later breedvoeriger in daardie verband bespreek (61, bl. 17).
- (p) Dale sien verskeie voordele in die radio as hulpmiddel in die onderwys. Eerstens is dit onmiddellik van aard en is dit nie, soos die geval byvoorbeeld met handboeke is, gebonde aan die tydvak waarin dit gepubliseer is nie. Tweedens is dit weens die kombinasie moontlikhede van klank, soos byvoorbeeld die brul van 'n leeu en ander moontlike voorstellinge, veel meer realisties as die beskrywings waartoe geskrewe stukke of verbale mededelings in die klas gebonde is. Derdens is dit geensins gebonde aan ruimte en tyd nie en kan selfs 'n deel van Shakespeare se lewe lewensgetrou gedramatiseer voorgestel word. Vierdens maak die uitsending weens die lewensgetroue aanwending van byklanke en die prikkeling van sekere gevoelswaardes deur die gebruik van stemmingsmusiek, 'n besondere

emosionele indruk op die leerling. Vyfdens is die radio-aanbieding outentiek in dié sin dat dit die beste outoriteite ten opsigte van bepaalde vakke na alle klaskamers in 'n land kan bring. Sedsens is die radio 'n relatief goedkoop aanbiedingsvorm vir opvoedkundige programme (52, bl. 281-283)

- (q) Cross en Cypher sien die nadele van die radio as opvoedingsmedium in die feit dat dit slegs van die ouditiewe aanbod gebruik kan maak. Tog is dit 'n voordeel bo televisie, juis omdat dit goedkoper as televisie gemaak kan word weens die afwesigheid van beeld. By hierdie nadele kan hier nog ook die feit gevoeg word dat die radio 'n vlugtige medium is wat nie aan lees en herlees ondergeskik is soos byvoorbeeld die handboek nie (54, bl. 256-257).
- (r) Ten slotte ontstaan die vraag watter vakke deur middel van die radio aangebied kan word. Cross en Cypher glo dat nuusprogramme, reisprogramme, dramatiese aanbiedings, taalprogramme, ensovoorts, onder andere suksesvol aangewend kan word in die onderrig van die skoolkind (54, bl. 255-256). Sands toon aan dat Willey en Young aanvoer dat 'n skoolradiodiens die onderwyser tot hulp kan wees met spraak, lees- en skryfprogramme, programme vir die aanleer van vreemde tale, musiekprogramme, kuns, drama, danslesse, sosiale studies, natuur- en algemene wetenskap en rekenkunde (62, bl. 463). Ook hý beklemtoon die nut van nuusprogramme in die radio-uitsendings vir skole (62, bl. 446). Ook McKown en Roberts beklemtoon veral die waarde van radiolesse in taalonderrig, wetenskaplike vakke en sosiale studie. Vir hulle moet die radio egter steeds aangewend word om die kind op te voed in die nuttige besteding van vrye tyd en om sy smaak ten opsigte van uitsendings te ontwikkel (63, bl. 287-294).

2.3.3 Die inligtingsfunksie

- (a) Informatiewe kommunikasie het volgens Dean en Bryson die doel voor oë om suiwer mee te deel. 'n Nuusberig oor die feite van 'n motorongeluk sou dus informatief van aard wees. Dit het nie die doel voor oë om die aanhoorder die bepaalde insident te laat beleef of om hom van enigiets te oortuig nie, alhoewel dit toevallig sodanige effek op sommige aanhoorders mag hê (37, bl. 16).
- (b) Schramm verwys onder andere na ondersoeke van Lerner, wat aan die lig bring dat massamedia soos die radio en koerante in afgesonderde gemeenskappe in Egipte 'n belangrike informatiewe funksie vervul. Lesers en luisteraars is beduidend meer ingelig in verband met algemene politiek as nie-lesers en nie-luisteraars (9, bl. 74-75). Elders toon Schramm aan dat die verspreiding van inligting in 'n gemeenskap van die allergrootste belang is. Hy onderskei hier drie vorms van inligting, te wete die brandwagrol (om naamlik kennis te neem van wat op die breë lewensterreine gebeur en terug te rapporteer), die beleidsrol (om te besluit in verband met beleid, te lei en wetgewing te formuleer) en die opvoedingsrol (wat veral met die sosialiseringsproses in die gemeenskapslewe te doen het). In die primitiewe gemeenskap word hierdie funksies ten opsigte van inligting eenvoudig op verbale vlak in persoonlike kommunikasie vervul. In die moderne samelewing raak dit nou egter meer gekompliseerd en word die taak tot op groot hoogte deur massamedia onderneem. Veral die brandwagrol word nou deur massamedia vervul in die vorm van nuusverslaggewing. Met hierdie doel voor oë verkry verslaggewers, nuuskommentators, nuusagentskappe, telekommunikasienetwerke, persgroepe en uitsaaimedia dan 'n bepaalde inligtingsfunksie in die gemeenskapslewe.

Tot sover strek dan die funksie van blote formele nuusberiggewing. Die inligtingsfunksie wat homself besig hou met sosiale oorreding, beleidsformulering, politieke oorreding en die algemene vorming van die openbare mening, is vir sover die massamedia hierby betrokke is, nie meer langer bloot formeel van aard nie. Dit is lynreg gemoeid met die beïnvloeding van die mens en doen dus 'n beroep op die emosie sodat dit 'n definitiewe subjektiewe kleur kry. (Nuuskommenaar, waar feite nie bloot gegee word soos in die brandwagrol van nuusberiggewing nie, maar waar nuusfeite aangewend word om 'n bepaalde standpunt, dikwels ideologies van aard, te sterk, is dan reeds oorredend van aard). Die laaste inligtingsfunksie, te wete die sosiatiseringsfunksie, word onderneem met hulpmiddele soos handboeke, opvoedkundige uitsendings, ensovoorts, en is reeds onder 2.3.2 bespreek (9, bl. 38-44).

- (c) Klapper dui aan dat Wilson reeds in 1948 kon aantoon dat die verwagte invloed van 'n massamedium soos die radio in die verandering van houdings deur middel van oorredingskommunikasie, te hoog gestel was. Wilson vind naamlik dat alhoewel 71% proefpersone beweer dat hulle veel geleer het uit 'n radio-uitsending oor atoomkrag, terwyl 24% verklaar dat hulle wel "iets" geleer het, 95% van hierdie groep nogtans geen verandering ten opsigte van houding in verband met atoomkrag toon nie. Soortgelyke resultate is ook deur Cooper en Dinerman ten opsigte van die invloed van rolprente in 1951 gerapporteer (31, bl. 84).
- (d) Merton toon aan dat propaganda 'n magtige wapen is wat sowel ten goede as ten kwade aangewend kan word in massaoorreding. Veral in die twintigste eeu het propaganda as basiese instrument in oorredingskommunikasie 'n stoot vorentoe gekry met die koms van massamedia soos die radio. Die klassieke geval van Kate Smith, wat op 21 September 1943 met behulp van die radio daarin geslaag het om in 65 kort emosionele uitsendings Amerikaners te oorreed om \$39,000,000 aan oorlogsfondse te skenk, is 'n uitstaande voorbeeld van die moontlikhede wat propaganda inhou (64, bl. xi).
- (e) Die geheim van Kate Smith se sukses moet egter nie uit verband gesien word nie. Soos Merton aantoon, was sy nie alleen 'n bekende en gewilde radiopersoonlikheid nie, maar het sy tot 'n Amerikaanse gehoor gespreek wat ten opsigte van houding in 'n groot mate 'n homogene standpunt in verband met die oorlog en die behoefte dat dit beëindig moes word, ingeneem het (64, bl. 2). Hierby was die meeste Amerikaners emosioneel betrokke en soos Klapper aantoon, het Crosby vroeg reeds in die New York Herald Tribune soos volg oor die invloed van die massamedia geskryf:
- "It might be stated as Crosby's Law that the more important the subject is, the less influence the guy with the mike has. In matters of the most profound importance to the individual - say, religion - I doubt that the Murrows, or Godfreys, the Winchells or anyone else could sway a single soul a single inch". Verskeie ondersoeke toon dan ook dat in gevalle soos rasse- en godsdienstoleransie die media selde 'n verandering in houdings veroorsaak, maar dikwels bestaande houdings verstewig (31, bl. 45).
- (f) De Fleur wys daarop dat 'n mens se houdings 'n invloed het op die prikkels wat hy selekteer om homself aan bloot te stel. Dit is

duidelik dat die potensieële gehoor van 'n bepaalde medium nie kollektief-homogeen blootgestel is aan al die prikkels van daardie medium nie, maar dat elke individuele lid van die gehoor die prikkels waaraan hy blootgestel wil word, selekteer aan die hand van reeds gevestigde houdings wat by hom bestaan. Seleksie binne dieselfde prikkel kan ook plaasvind deur middel van selektiewe aandag, waar dan meer aandag gegee word aan wat met die eie houdings ooreenstem as aan wat daarteen indruis (29, bl. 212).

- (g) Vir Schramm bly die vraag na die invloed van massamedia op bestaande houdings ingewikkeld. Hy wys daarop dat benewens Kate Smith se marathon-aanslag van 21 September 1943, Welles se The Invasion of Mars veral diegene wat nie inherente verdedigingsmeganismes opgebou het nie, die berge in laat hardloop het toe hierdie fiktiewe radioverhaal uitgesaai is. So kan 'n soldaat ook min aandag gee aan 'n pamflet wat sy groep wil oorreed om die stryd gewonne te gee indien die bepaalde regiment nie aangeval word nie, terwyl hy veel aandag daaraan sal gee as 'n verpletterende aanval dreig. Ook in die geval van Kate Smith se uitsending het sy nie met wat sy gesê het, mense se houdings verander nie, maar eerder op bestaande houdings staatgemaak om mense tot optrede aan te spoor (65, bl. 12).
- (h) Janis toon aan dat oorreedbaarheid in kommunikasie nie alleen bepaal word deur wat gesê word nie, maar ook deur aan wie dit gesê word. Die netto-effek van oorreringskommunikasie op houdings is vir hom aan die hand van vele studies beslis van beperkte omvang. Ook hy beklemtoon dat die effek veral in die versterking van bestaande houdings en gelowe gesoek moet word. Die kerngedagte is egter dat die status van die kommunikator, die bepaalde emosies waarop die aanspraak gerig word en die orde waarin argumente aangebied word, saam met die gesteldheid van die bestemming self, hier die effek van die oorreringskommunikasie sal bepaal. Ten opsigte van vatbaarheid vir oorreding verskil individuele bestemmings in die gehoor op grond van hul gereedheid om in daardie bepaalde stadium gunstig of ongunstig op die kommunikasie te reageer; ook verskil bestemmings binne dieselfde gehoor ten opsigte van hul oorreedbaarheidsvlak vir bepaalde tipes argumente en oorredingstegnieke; en in die finale instansie verskil bestemmings ten opsigte van hul algemene vatbaarheid vir oorredingsuggesties. Hierdie individuele verskille geld inderdaad vir alle vorme van oorreding, wat kan wissel van uiterstes soos politieke veldtogte tot opvoedkundige feite. Bestemmings kan op soortgelyke oorreringskommunikasies nie alleen in graad van reaksie verskil nie, maar kan selfs kategorieë verskil deurdat die opwekking van vrees, sterk emosies, skuldgevoelens en skaamte, by sommige positiewe en by andere negatiewe reaksie mag uitlok. Faktore soos die vlak van opvoeding, intelligensie en sosiale posisie, oefen eweneens 'n invloed uit op die effek van die oorreringskommunikasie. Inderdaad kan 'n mens dan volgens hierdie skrywer duidelike persoonlikheidstipes onderskei wat op 'n kenmerkende wyse op die oorreringspoging sal reageer (66, bl. 54-64).
- (i) As deel van die breë oorreringspropaganda sou ook advertensies geklassifiseer kan word. Advertensies is 'n wesenlike deel van die inkomstepotensiaal van die massamedia. Hoe duurder die materiaal is wat uit die aard van die bepaalde medium aangebied kan word, hoe belangriker is advertensies as bron van inkomste. Dean en Bryson toon aan dat advertensies

die hoofbron van inkomste vir die massamedia is. In die perswese is dit as bron belangriker namate die koste van die bepaalde publikasie toeneem. Die invloed van advertensies op die perswese is egter vir hulle van meer indirekte aard as in die uitsaaiwese, waar borge dikwels die enigste bron van inkomste vir die radio- of TV-stasie uitmaak. Dikwels kan selfs gereelde nuusprogramme van die lug af verdwyn as daar geen borg vir die programme gevind kan word nie of as 'n bestaande borg sy advertensie kanselleer. Dikwels (veral in die VSA en Kanada) sorg die borg self vir die produksie van die bepaalde program en word dit aan die uitsaaistase voorsien vir blote uitsending. In 'n sekere sin is massamedia soos die radio en televisie in die VSA sterker onder regeringskontrole as die pers. Alhoewel radio- en televisiemaatskappye in die VSA in privaat hande is, is die wetlike standpunt dat hulle in hul uitsendings van lugweë gebruik maak, wat as openbare besit gereken word. Die Kommunikasiewet van 1934, wat reeds vroeër bespreek is, bepaal dat die lugweë as openbare besit beskerm moet word, dat uitsaailisensies slegs vir 'n periode van 3 jaar uitgereik kan word deur die Federale Kommunikasiekommissie en dat hierdie kommissie verantwoordelik is vir hernuwing of weiering van hernuwing van hierdie lisensies. Alhoewel die Federale Kommunikasiekommissie nie aan die stasies mag voorskryf wat uitgesaai mag word of nie, kan hulle weier om 'n lisensie te hernu as hulle so'n stap in openbare belang sou beskou. In hierdie sin het die staat dus 'n mate van kontrole oor radiostasies. Hierdie kommissie verwag onder andere van die radio om nie al sy beskikbare tyd aan handelsadvertensies af te staan nie, omdat dit nie in die openbare belang sou wees nie (37, bl. 360-366).

2.3.4 Die vermaaklikheidsfunksie

- (a) Halloran waarsku aan die hand van 'n stelling van Lazarsfeld en Merton teen die sogenaamde narcotizing dysfunction van massamedia soos die radio en televisie. Dit sou daarop neerkom dat 'n oormatige inligtingsingesteldheid van hierdie media die luisteraar 'n passiewe houding van kennisname, eerder as een van aktiewe deelname in sy gemeenskap kan laat inneem. In uiterste gevalle kan dit die luisteraar ook weerhou van ware insig in sy eie gemeenskapsrol. Daarom word daar deur hierdie ondersoekers gewaarsku teen 'n oorbelading van die massamedia met materiaal gerig op propaganda, soos byvoorbeeld die geval mag wees wanneer 'n swaar las aan advertensies gedra word. Die basiese funksie van die uitsaaimedia is nie een van informatiewe aard nie, maar wel een van vermaak (32, bl. 23).
- (b) Schramm, Lyle en Pool vind dat een van die twee uitsaaimedia, te wete televisie, só sterk in die VSA met vermaak geassosieer word, dat opvoedkundige televisie 'n sukkelbestaan voer (67, bl. 1-3). Klapper toon aan dat hierdie massamedia se grootste aantrekkingskrag vir die gehoor in die vermaaklikheidsaspek geleë is en dat daar gewaak moet word daarteen om in sodanige uitsendings enige groepe aanstoot te gee; maar, sê hy, die populêre gedagte van die veertiger- en vyftigerjare as sou sodanige media as noodsaaklike funksie dominante kulturele waardes moes verstewig, is vandag nie meer langer so algemeen aanvaar soos voorheen nie. Vandag gebruik radio- en televisiestasies hul beste uitsaaityd vir die uitsending van nie-omstrede vermaaklikheidsprogramme. 'n Groot persentasie programme bestaan uit vervolghverhale in ligte luim, verskeidenheids- en vasvrapro-

gramme, terwyl televisiestasies gewilde wildewestprente op groot skaal uitsaai (31, bl. 38-43).

- (c) Ten opsigte van die kind toon Dexter en White aan dat ondersoek van Himmelweit, Oppenheim en Vince aan die lig bring dat 'n uitsaaimedium soos televisie veral luisterwaardig is as die aanbieding in dramatiese vorm (dit wil sê, met die vermaaklikheidsaspek by die aanbieding in gedagte) is (68, bl. 528-529). Halloran toon op sy beurt dat dieselfde ondersoekers gevind het dat waar massamedia soos die radio en televisie die fiktiewe meer lewensgetrou as boeke aanbied, kinders wat aan hierdie media blootgestel is, hul behoefte aan die fiktiewe hierdeur bevredig en dan minder boeke met fiksie as tema lees (32, bl. 11-39).

2.3.5

Die voorligtingsfunksie

- (a) Die voorligtingsfunksie van die radio vind moontlik sy beste uitdrukking in wat hier as ontwikkelingskommunikasie beskryf sou kon word. Ontwikkelingskommunikasie kom veral ter sprake in onderontwikkelde gemeenskappe. Vir Schramm is 'n onderontwikkelde gemeenskap per definisie van die VVO, 'n land waar die jaarlikse inkomste per capita minder as \$300 is. Vir hom vereis ontwikkeling dat sosiale verandering moet in-tree en vir sosiale verandering om in te tree, is dit nodig dat alle menslike bronne in die gemeenskap gemobiliseer moet word en dat ingewikkelde menslike probleme opgelos moet word. Hier speel massakommunikasiemedie 'n belangrike voorligtingsrol (9, bl. 9).
- (b) Kennis van die bestemming, sy aard, behoeftes en betekenis wat hy aan sekere simbole binne die raamwerk van sy bepaalde kultuur heg, is, soos Salisbury breedvoerig aantoon, van die allergrootste belang ten einde kommunikasie-blokkades tussen bestemming en kommunikator in die proses van ontwikkelingskommunikasie, waarby die massamedia betrek mag wees, te voorkom (69, bl. 77-95).
- (c) Die ontwikkelingsfunksie van die massamedia is, soos vroeër reeds aangetoon, in 'n sekere sin ook opvoedkundig van aard. In hierdie verband is televisie byvoorbeeld soos Schramm en andere aantoon, reeds sedert 1961 in Amerikaans-Samoa aangewend om die inheemse bevolking van die gebied met 'n moderne onderwysstelsel toe te rus. Die gedagte was dat die onderwysbeleid 'n Amerikaanse karakter moes verkry en uitsendings sou dan ook in Engels wees. Dit het egter weldra geblyk dat 'n kommunikasie-blokkade tussen hierdie uitsendings en die Samoaanse bestemmings bestaan het, eerstens weens die feit dat onderwysers nie altyd Engels na behore magtig was nie en, tweedens, weens die primitiewe aard van onderwys in die gebied. Die behoefte aan programme vir die opleiding van onderwysers is dus aangevoel. In Japan word die radio sedert 1951 ingespan in die onderrig van die werkende jeug wat korrespondensiekursusse volg. In Italië en Nigerië is televisie suksesvol aangewend om volwasse ongeletterdheid te bekamp. In die Ivoorkus was die doel van televisie-uitsendings onder andere gewees om fundamentele onderwys aan nywerheidswerkers te verskaf (61, bl. 17-20).
- (d) Lefranc bespreek radio-uitsendings as hulpmiddel in die bekamping van ongeletterdheid in Nigerië omvattend. Die grootste gros van die bevolking van hierdie Afrikastaat is ongeletterd.

Frans is die amptelike taal van die gebied, maar slegs 5% van die bevolking kon dit gedurende die projek praat en verstaan. In 1962 en 1963 is daar begin om Frans aan inwoners van seker dorpe met behulp van strokiesfilms, gekombineer met radio-programme, te leer. In 1963 en 1964 is die veldtog na 'n honderd dorpies uitgebrei en radio-uitsendings is na twee uitsendings per week vermeerder. Hierdie uitsendings het plaasgevind tydens groepsamekomste met die oog op onderrig. Daarbenewens is onderrig in twee inheemse tale, Djerma en Hausa, vier keer per week ingestel. Van 1964 tot 1966 is dit vermeerder en is onderrig op omvattender skaal gegee. Onderwysers is as groepsleiers geneem om in hul bepaalde dorpe studiegroepe byeen te bring en te hanteer. Die radio as hulpmiddel in die bekamping van ongeletterdheid, moet egter nie oorskakel word nie. Sonder ander hulpmiddele, soos byvoorbeeld 'n groepsleier wat die onderrigprogram implementeer en verder toelig, asook ander hulpmiddele soos byvoorbeeld strokiesfilm in die onderrigprogram, bly sy waarde steeds beperk (70, bl. 41-77).

- (e) Elders bespreek Schramm die rol van die radio in 'n ontwikkelingsprogram in Indië. In 1956 is 144 plattelandse radioforums vir tien weke lank op eksperimentele grondslag in die omgewing van Poona, in die suid-weste van Indië, ingestel. Die eksperiment was 'n groot sukses. Sowel op grond van deelnemers se eie oordeel en op grond van eksperimentele evaluasies, het dit geblyk dat die luisterlede van groepe veel in verband met nuwe landboumetodes en gesondheidspraktyke geleer het. Baie van wat geleer is, is suksesvol in die praktyk toegepas. As resultaat hiervan het die regering van Indië besluit om sodanige forums na die res van Indië uit te brei ten einde soveel as moontlik van die 560,000 dorpies in die land op hierdie wyse te bereik. Teen 1959 was daar reeds 251 forums van hierdie aard in die omgewings van Bombaai en Poona. Dit is op nasionale grondslag aangepak en teen 1965 was daar alreeds 12,776 forums van hierdie aard in Indië. Die sukses hiervan is te meer van betekenis as die heterogene taal- en kulturele samestelling van Indië in ag geneem word. In Indië kom hierdie forums twee keer per week, te wete Dinsdae en Vrydae, byeen en luister na radioprogramme van ongeveer dertig tot vyf-en-dertig minute. Die samestelling van die programme is hoofsaaklik soos volg:

- (i) Beantwoording van vrae deur forums ingestuur.
- (ii) Forumnuus, insluitende verslae in verband met projekte wat uit die forums se werksaamhede voortgevlou het.
- (iii) Die hoofprogram van die dag. Hierdie aanbieding mag gedramatiseer van aard wees, of uit praatjies, besprekingsprogramme waaraan boere en ander deskundiges deelneem, onderhoude ensovoorts, bestaan. Die inhoud het egter altyd betrekking op onderwerpe wat van belang vir die onderskeie gemeenskappe geag word. Nuwe praktyke word dikwels voorgestel en teen oues opgeveeg.

Ná die uitsending volg 'n bespreking tussen forumlede onder leiding van die voorsitter in verband met die uitsending. Dit duur gewoonlik 'n halfuur. 'n Program van aksie word dan uitgewerk. Indien verdere inligting verlang word, rig die forumleier 'n skrywe aan die radiostasie waarin om die nodige inligting gevra word. Die Indië-projek het geleer dat organisasie 'n belangrike

rol in sukses speel. Groepe moet onder leiers se toesig vergader om te luister en 'n program van aksie vir elke gemeenskap uit te werk. Landbouvoorligters in die gebiede moet betrek word. Groepsleiers moet deeglik vir hul taak afgerig word. Programme moet by die bepaalde behoeftes aangepas word. Radiostelle moet beskikbaar en in goeie werkende toestand wees. Wenke moet in die praktyk toegepas kan word (71, bl. 105-131).

- (f) Schramm beklemtoon dat uitsendings gerig op ontwikkeling geen aktivering van omvattende aard op sigself inhou nie. Sonder die nodige organisasie sal die onderneming van landbouprojekte nie plaasvind nie. Die behoefte aan voorligting is veral in die platteland geleë en dorpe binne trefafstand van groot stede neig eerder na industrialisasie as na die grootskaalse implementering van 'n omvattende landbouprogram. Aanduidings is dat twee byeenkomste 'n week reeds te veel is in 'n voortgesette program. Die praktyk leer ook dat dit bepaald wenslik is om eers op klein en eksperimentele skaal met 'n sodanige radioprojek te begin en dit dan geleidelik landswyd uit te brei (71, bl. 132-134).
- (g) Schramm toon aan dat gemeenskapsontwikkeling waarby die massamedia betrokke is, deur drie fases gekenmerk word. Die eerste fase is een van opname. Dit gaan onder andere aan die lig bring watter behoeftes in die gemeenskap bestaan en watter medium of media die bepaalde bevolking die beste kan bereik. Hier vra die ondersoeker homself af wat die grootte van die gehoor is wat bereik kan word, watter deel van die bevolking die bepaalde gehoor uitmaak, wat die aard van die gehoor is, hoe intensief die gehoor ingelig, opgevoed, vermaak en voorgelig behoort te word. Die geletterdheidsvlak van die bevolking, onderwysfasiliteite, nywerheidsbehoefte ensovoorts, moet ook by die opname betrek word. Unesco stel ten opsigte van die massamedia die volgende minimum kriteria waarvolgens gewerk kan word:
- (i) 10 kopieë van 'n dagblad per 100 persone;
 - (ii) 5 radiostelle per 100 persone;
 - (iii) 2 bioskoopsitplekke per 100 persone;
 - (iv) 2 televisiestelle per 100 persone.

Dit is ook nodig om te weet watter hulp die bestaande ontwikkelingsmiddele en onderwysbeleid van die massamedia met goeie vrug sou kon aanwend. Die behoefte aan ondersteunende middele, soos organisasie, opgeleide persone, navorsingsprogramme, regeringsadministrasie, wetgewende aspekte en kapitaal wat so 'n massamedium of media in sy taak moet bystaan, moet ewe-eens vooraf bepaal word. Uit hierdie gegewens kan 'n ontwikkelingsprogram vir die massamedia uitgewerk word (9, bl. 211-217).

- (h) Schramm toon aan dat die tweede stap nou een van formulering van die doelstellinge met so 'n ontwikkelingsprogram is. Prioriteite word dan ook bepaal. Daar is in nasionale ontwikkeling altyd meer te doen as wat opeens aangepak kan word. As derde stap is dit nodig om die effek van die ontwikkelingsprogram voortdurend na te vors ten einde 'n voortdurende vinger op die pols te hou. Dit sal verseker dat uitsendings nie op 'n lukraakgrondslag berus nie, deurdat die program dan ook ingestel is op die aktiveringswaarde van die ontwikkelingskommunikasie (9, bl. 213-217).

- (i) Elders toon dieselfde skrywer aan dat ontwikkelingskommunikasie altyd van 'n ekonomiese uitgangspunt uitgaan. Die ontwikkeling moet egter steeds van so 'n aard wees dat dit die lewens-terrein in sy totaliteit vul. Die grondslag van die ontwikkelingsproses is dat dit 'n geleidelike toename in die ekonomiese produktiwiteit van die bepaalde gemeenskap moet verseker. Die kerngedagte is dat groei 'n funksie van nasionale belegging, die produktiwiteit van hierdie belegging en die bevolkingstoename is. So sou 'n land wat 7% van sy inkomste teen 'n gemiddelde produktiwiteitstoename van 25% belê, 'n groei van die belegging maal die produktiwiteit, wat op 1.75% per jaar neerkom, hê. As die bevolking egter met meer as 1.75% per jaar toeneem, word die land inderdaad armer, terwyl daar ekonomiese groei is as die bevolkingsaanwas laer as die ekonomiese groei is. Die grondgedagte is dan dat ekonomiese groei bevolkingsaanwas moet oortref om ontwikkeling te verseker. Dit kan dus as 'n ontwikkelingsindeks gesien word (9, bl. 20-44).
- (j) Schramm beklemtoon ook nou die mobilisering van menslike hulpbronne in 'n ontwikkelingsbeleid. Hy wys daarop dat Harbison in 'n bestudering van die mannekragprobleme van 75 lande, tot die slotsom gekom het dat 'n volk se ontwikkeling veral op die ontwikkeling van sy bevolking berus. Indien die mens nie ten volle ontwikkel word nie, sal materiële, ekonomiese, politiese en kulturele ontwikkeling in die gemeenskap steeds agterweë bly. Die basiese probleem van onderontwikkelde lande is dan nie armoede nie, maar menslike onderontwikkeltheid en dit beklemtoon intensiewe onderwys, die onderrig in ambagte, geestelike en fisiese gesondheidsprogramme ensovoorts. Wat die mens dus weet, wat hy kan doen en sy houding teenoor nasionale ontwikkeling, is hier van die allergrootste belang. Die individu moet eers op massagrondslag verander (ontwikkel) voordat die gemeenskap sal verander (ontwikkel). Ontwikkelingskommunikasie moet dus gerig wees op die opleiding van sy mense om op alle vlakke en terreine van die beroepslewe in die gemeenskap die leisels te kan oorneem (9, bl. 27-34).
- (k) Schramm wys ook op die belang van 'n etiese en verantwoordbare uitgangspunt in die formulering van 'n ontwikkelingsbeleid. Die mens in die gemeenskap moet in sy eie belang by die ontwikkelingskommunikasie betrek, daardeur bereik en oorreë word. Ontwikkelingskommunikasie is egter 'n moeisame proses wat altyd deur spanning in die geleedere van die ontwikkelende gemeenskap gekenmerk word. Dit is dus inderdaad niks anders as beplande akkulturasie nie (9, bl. 34-38).

2.4 DIE EFFEK VAN RADIO-UITSENDINGS

2.4.1 Die opvoedkundige effek

- (a) Die effek van opvoedkundige uitsendings is onder andere met bystand van Unesco onder meer in Thailand, Japan, Australië, Togo, Nigerië en Nieu-Seeland bestudeer. Schramm toon aan dat 'n opvoedkundige radiodiens op 1 Januarie 1954 op nasionale grondslag in Thailand ingestel is. Gedurende die eerste vier jaar van bestaan, het hierdie diens Maandae tot Saterdag van 6.00-8.00 nm. en Sondae van 4.00-8.00 nm., opvoedkundige programme gerig tot skoolkinders, onderwysers en die algemene bevolking, uitgesaai. Met verbeterde toerusting kon 'n omvattende skoolradiodiens later ingestel word, veral met die oog op swakker toegeruste skole in plattelandse gebiede.

Skoolvakke soos Engels en Musiek het in hierdie diens besondere aandag geniet, juis weens die onvermoë van baie onderwysers om Engels na behore te kon doseer en as gevolg van die feit dat musiekinstrumente in musiek-onderdig nie in skole beskikbaar was nie. Sosiale studies is ook bygevoeg en Engelse lesse is vermeerder. In 1965 kon 5,000 skole (8,000,000 leerlinge) op die diens inskakel. Xoomsai, Paibulya en medewerkers het in 1958 en 1959 'n ondersoek na die effek van die skoolradio-uitsendings onderneem en bevind:

- (i) In die geval van sosiale studies is bevind dat leerlinge in skole wat inskakel op die diens; beduidend meer kennis dra van sosiaal aanvaarbare houdings en waardes as leerlinge in skole wat nie op die diens inskakel nie. Daar was ook 'n verband tussen leerlinge se aanvaarding van hierdie houdings en waardes en die standerd waarin hulle hul bevind, met die gunstigste resultate by leerlinge in hoër standerds.
 - (ii) Ten opsigte van die vermoë om sekere musiekstukke en -instrumente korrek te identifiseer, was kinders in skole wat inskakel op die diens, statisties hoogs beduidend meer superieur as kinders in skole wat nie van die diens gebruik maak nie.
 - (iii) Minder gunstige resultate is ten opsigte van skoolradio-onderdig in Engels verkry. Daar was geen beduidende verskille tussen die kennis van kinders in die twee groepe skole nie. Laasgenoemde kon verklaar word deurdat daar dikwels klagtes ontvang is dat ontvangs swak is en dat dit veral in taalonderrig 'n kritiese faktor was omdat dit begrip van byvoorbeeld korrekte uitspraak van woorde bemoeilik het (72, bl. 83-104).
- (b) Schramm bespreek ook die effek van Japan se gekombineerde uitsaai-korrespondensiekursus vir hoërskoolleerlinge. In 1963 was 99% van alle Japanese kinders van skoolgaande ouderdom ingeskrewe leerlinge in die eerste nege klasse van die openbare skoolstelsel in die land, maar slegs die helfte van diegene wat die negende klas geslaag het, kon hul senior hoërskoolstudies voortsit. Die eerste korrespondensiehoërskool is in 1948 in die lewe geroep. In 1963 was bykans 100,000 hoërskoolleerlinge, van wie die meeste jong werkers was, ingeskryf vir verskillende kursusse, terwyl daar 735 voltydse en 2,078 deeltydse onderwysers by die stelsel betrokke was. Ses-en-sestig korrespondensieskole, bygestaan deur meer as 400 ander medewerkende skole, was ook hierby betrokke. Skoolradio-uitsendings vir korrespondensieleerlinge dateer terug na 1951, toe 'n streekdiens vir die Sendai-streek in Japan in die lewe geroep is. Die eerste radiovakke was in Japanees, Engels en Wetenskap. In 1953 het die NHK-korrespondensieskool op nasionale grondslag met 'n korrespondensieskoolradiodiens begin en lesse in Japanees, Engels en Wiskunde is aangebied. In 1960 is 'n skoolteleviesiediens ingestel in vakke soos Chemie, Elektrisiteit, Meganika en Meganiese Tekene, Beskrywende Aardrykskunde, Engels en Voorligting. Biologie is in 1961 hierby gevoeg. Teen 1963 is die meeste leerplanvakke by sowel radio- as televisie-uitsendings betrek. Daar is bevind dat die uitsaai-korrespondensiekursusse goedkoper as residensiële hoërskole is, maar minstens net so effektief in sy resultate is. Dit berus egter op waarneming en wetenskaplike bewyse bly steeds agterweë as gevolg van 'n gebrek aan doelgerigte navorsing in dié verband. Baie faktore bemoeilik sodanige navorsing

egter. Dit is byvoorbeeld nodig om aanvanklik eers te weet watter verskille daar tussen leerlinge in residensiële skole en leerlinge wat korrespondensiekursusse volg, bestaan, alvorens groepe enigsins sinvol ten opsigte van prestasie vergelyk kan word. Die NHK radio- en televisienavorsings-instituut toon in 1954 tot 1955 aan dat die radio effektiewe resultate oplewer, veral ten opsigte van vakke soos Japanees, Engels en Musiek. 'n Vergelykende ondersoek in 1963 na die prestasie van 'n groep leerlinge wat op uitsendings inskakel en 'n groep wat nie daarop inskakel nie, bring aan die lig dat die gemiddelde prestasie van inskakelaars (71.6%) en van die nie-inskakelaars (48.9%) in 'n Engelse toets beduidend verskil. Verder wil dit voorkom asof korrespondensieskoolradio die volgende effek het:

- (i) Dit help die student om sy studies geskeduleerd in oorleg met uitsendings en op gereelde grondslag te beplan.
- (ii) Dit motiveer die student om sy prestasie te verhoog.
- (iii) Dit laat hom sy lewens- en werksgewoontes op 'n grondslag reguleer wat in 'n sekere sin ooreenkom met die gewone skooldag van 'n residensiële skool (73, bl. 135-167).

(c) Korrespondensieskole, wat van skoolradiodienste gebruik maak, is soos Kinane aantoon, ook in Australië bekend. Korrespondensieonderrig dateer hier terug na 1916, toe 'n inspekteur van skole persoonlik onderneem het om 'n seun in 'n afgeleë gebied deur middel van korrespondensie te onderrig. Die eksperiment was só suksesvol, dat daar in 1917 soveel as 27 kinders uit 11 gesinne ingeskryf het vir korrespondensiekursusse. Tussen 1917 en 1924 is 4 verskillende korrespondensieskole gestig, wat in 1924 geamalgameer is. In 1966 was daar in die land 6,800 korrespondensieleerlinge. Om leerlinge te help, bestaan drie vorme van opvoedkundige radioprogramme, te wete programme vir korrespondensieleerlinge, programme vir residensiële skole en die sogenaamde skool van die lug, wat op 'n tweerigtingbasis uitsaai. Klein groepe (8 tot 10 leerlinge en hul onderwyser) in afgeleë gebiede ontvang deur middel van laasgenoemde stelsel onderrig en kan dan reageer deur self op die tweerigtingstelsel oor die eter hul vrae aan die uitsaaiende onderwyser te vra en onmiddellik sy antwoord te ontvang. Hierbenewens bestaan daar ook opvoedkundige uitsendings vir universiteitstudente. Ondersoeke bring aan die lig dat die opvoedkundige radio-uitsendings veral waardevol is in Gesondheidsleer, sanglesse en die aanleer van vreemde tale. Die probleem wat ondervind is, dat klasse nie altyd hul werksaamhede só kon rig om gedurende uitsendingstye in te skakel nie, is opgelos deur bandopnames van uitsendings te maak en dit dan op geskikte tye vir klasse voor te speel. Die skool van die lug, wat 'n tweerigtingdiens vir leerlinge in afgeleë gebiede bied, het dié effek gehad dat landelike kinders wat na stede verhuis het, makliker as voorheen by die leerplan van die stadskool kon inskakel. Daar is ook bevind dat hierdie stelsel die leerling se vermoë tot sosiale verkeer bevorder het. Die uitstaande waarde van die skool van die lug is egter daarin geleë dat dit die probleem van afstande in 'n omvattende onderwysprogram in 'n groot mate uitgeskakel het (74, bl. 169-195).

(d) Soos Ewing uiteensit, bestaan skoolradiolesse vir korrespon-

densieskole onder departementele vleuels, ook in Nieu-Seeland. Korrespondensieskole is hier in 1922 ingestel om afgeleë kinders te bereik en radiolesse is reeds in 1936 op eksperimentele grondslag ingestel. In 1961 is dit deur die Nieu-Seelandse Uitsaakorporasie oorgeneem en op nasionale grondslag geplaas. Vier soorte uitsendings word hier aangetref, te wete:

- (i) Die sogenaamde instruktiewe uitsendings bring die onderwyser op hoofsaaklik dieselfde wyse as in die klas-kamer, na die mikrofoon. Voorbeelde is spraakonderrig en poësie vir primêre leerlinge en onderrig in Frans en Maori vir sekondêre leerlinge.
- (ii) Sosiale studies wat in die vorm van dokumentêre programme aangebied word, byvoorbeeld "Die lewe op 'n plaas in Nieu-Seeland".
- (iii) Voorligtingsuitsendings, wat gerig is op ouers, hoofsaaklik moeders, om toesig te kan hou oor huiswerk en op sekondêre leerlinge, met die oog op die sosiale kultivering van die kind.
- (iv) Skolenuusprogramme, byvoorbeeld programme soos "Ontmoet jou leermeester".

Daar is bevind dat laasgenoemde programme veral effektief is in die skep van 'n gevoel van betrokkenheid in die skoolsituasie by die kind. Dieselfde geld ten opsigte van programme gerig op die betrekking van die ouer. Alhoewel geen navorsing op gerigte wyse onderneem is nie, is daar bevind dat korrespondensieradiolesse die kind se vermoë om by 'n residensiële skool in te skakel, verbeter, terwyl dit ook sy vermoë om eksamen af te lê, verstewig. Radiolesse in verband met poësie- en spraakonderrig, Fisika, Frans en Maori, is veral baie effektief (75, bl. 79-94).

- (e) Lyle bespreek die radioskole van Honduras in Sentraal-Amerika. Die doel hiermee is om geletterdheid en basiese onderwys tot beskikking van die land se groot plattelandse bevolking te stel. Effektiviteit hier word veral in die wiewe gery deurdat toesighouding in so'n situasie moeilik is. Een van die faktore wat effektiviteit verder in die wiewe ry, is die feit dat daar 'n gebrek aan finansiële ondersteuning en omvattende administrasie bestaan. 'n Kommissie van ondersoek na die effek van die radiolesse het dan ook bevind dat aangesien daar talle faktore is wat die gesonde organisasie van sistematiese luistergroepe bemoeilik, die situasie in Honduras nie as maatstaf vir die effek van die radio in die bekamping van ongeletterdheid geneem moet word nie (76, bl. 95-108).
- (f) Die radio as hulpmiddel in die onderwys het dus bewese effek. Verskillende skrywers toon aan dat die instelling van skoolradiodienste in lande soos Thailand, Nieu-Seeland, Australië en elders, sekere belangrike rigtingwysers aan die lig gebring het wat by die instelling van so 'n diens in ander lande, in aanmerking geneem behoort te word. Schramm noem 'n paar hiervan teen die agtergrond van die situasie in Thailand. Die belangrikste les wat hier geleer is, is vir hom dat die radio, minstens dan in soortgelyke omstandighede, effektief aangewend kan word om verskillende vakke vir leerlinge sowel op primêre as sekondêre vlak aan te bied. Dit is ook 'n relatief goedkoop hulpmiddel in die onderwys. Verlaas in musiekonderrig, die aanleer van 'n tweede

taal en in die bevestiging van sosiale houdings en waardes deur middel van sosiale studies, het die radio bewese opvoedkundige effek. Dit het ook aan die lig gekom dat samewerking met onderwysdepartemente noodsaaklik is ten einde uitsendings by leerplanne aan te pas en luisterperiodes op skool te verseker. Die samewerking van onderwysers was 'n probleem, want sekere persone, veral die oueres, het 'n negatiewe houding teenoor skoolradiolesse ingeneem en dit dus nie ten volle benut nie. In die versekering van effektiwiteit is die opleiding van die onderwyser om die noodsaaklike voor- en nasorgwerk te kan verrig, 'n essensiële vereiste. Veral van belang is die invloed wat die koms van televisie op skoolradio-uitsendings kan hê. Wanneer televisie op groot skaal in 'n land ingestel is, sal die rol van skoolradiolesse in heroorweging geneem moet word. By die instelling van 'n skoolradiodiens is dit egter nodig om ten volle kennis te dra van moontlike probleme wat verwag kan word, beplanning moet 'n geleidelike uitbreidingsprogram beoog, tegniese faktore moet onder beheer wees, die onderwysers moet deeglik voorgelig word en skole moet geskik wees vir instelling van die diens (72, bl. 101-103).

- (g) Die Japanse eksperiment het volgens Schramm geleer dat daar 'n volledige opname gemaak moet word van die behoeftes van die gehoor tot wie opvoedkundige uitsendings gerig word, ten einde hierby aansluiting te vind. Dit is nodig om te bepaal hoeveel tyd die leerling aan skoolradio kan afstaan en hoeveel daar van hom verwag kan word om deur middel van hierdie medium te absorbeer. Samewerking tussen so'n radiodiens en die onderwys is van essensiële belang. Die uitsendings moet 'n geïntegreerde deel van die leerplan uitmaak. Programbeplanning behoort 'n jaar vooruit gedoen te word en die inhoud daarvan moet voor die uitsending in sy geheel deur die onderwyser aan die klas beskryf word. Dit is ook nodig om deurgaans opnames te maak van die effek van skoolradiolesse op die leerling ten einde tred te kan hou met wat die kind verstaan en wat nie. Die terrein wat deur die les bestryk word, behoort duidelik gedefinieer te word. Die leerling moet voortdurend aangemoedig word in sy aanwending van die radioles. Die leerling moet betrokke voel by die uitsendings. Sistematiese skoolradioprogrambeplanning is essensiël. Aan die einde van die les moet alle belangrike punte kortliks opgesom word. Leerlinge behoort vir sover moontlik die persone wat die lesse uitsaai te ontmoet, ten einde die gevoel van betrokkenheid by wat uitgesaai word, te verhoog (73, bl. 161-163).

2.4.2

Die informatiewe effek

- (a) Klapper toon aan dat eksperimente in die jare voor die koms van televisie daarop dui dat persoonlike kommunikasie meer oorredingswaarde as die radio het en, dat die radio op sy beurt meer oorredend is as die gedrukte woord. In 'n eksperiment wat Wilkie in 1934 rapporteer, word bevind dat 'n lektor meer effektief is by die verandering van menings en dat die radio hierna volg met die gedrukte woord laaste, in die aanbieding van dieselfde boodskap. Onderzoekers soos Knower, Cartril en Allport vind soortgelyke resultate in 1935 en 1936. Rose toon op sy beurt in 1948 aan dat die aanwending van verskillende media in die gesamentlike aanbieding van dieselfde boodskap, meer effektief is as die aanwending van slegs een medium. Dit is veral waar in veldtogte gerig op die bestryding van meer gevestigde houdings, soos rasse- en godsdienstige vooroordeel. Die grootste enkele beswaar teen hierdie laboratoriumeksperimente is egter daarin geleë dat

die resultate van sodanige laboratoriumsituasies, waar proefpersone op kunsmatige wyse aan verskillende kommunikasies in dieselfde mate blootgestel word, nie altyd veralgemeen kan word. na die daaglikse lewensituasie, waar mense media en boodskappe waaraan hulle blootgestel word, na willekeur kan selekteer nie (31, bl. 106-107). Aansluitend hierby toon Klapper dan ook aan dat ander ondersoek aan die lig bring dat massamedia hoofsaaklik daardie gedragsrigtings versterk wat persone reeds ingeneem het en dat mense hulself in die reël blootstel aan dié soort inligting wat hulle graag wil hoor. Massamedia sou dan eerder reeds bestaande houdings versterk, eerder as om houdings te verander. Hy onderskei hier drie prosesse waardeur die individu homself beskerm teen oorreding, te wete:

- (i) Selektiewe blootstelling, waar die persoon vooraf besluit waarna hy simpatiek sal luister.
- (ii) Selektiewe retensie, waar die persoon inligting waarteenoor hy negatief staan, beduidend gouer "vergeet" as dié inligting waarteenoor hy 'n positiewe houding inneem.
- (iii) Selektiewe waarneming, waar 'n persoon by waarneming van voorwerpe dié waarin hy nie belang stel nie, selektief uitsluit (31, bl. 18-26).

- (b) Oorreding is volgens De Fleur slegs één van die moontlike inligtingseffekte wat in kommunikasie betrokke is, maar dan ook wel dié terrein waarop die meeste klem val, juis omdat dit die verandering van houdings as resultaat van kommunikasie impliseer. Binne die raamwerk van 'n sielkundige uitgangspunt, sou oorreding impliseer dat die innerlike psigologiese struktuur van die individu verandering moet ondergaan, sodat die psigodinamiese verhouding tussen latente innerlike prosesse en manifeste uiterlike gedrag, sal lei tot handeling wat oorspronklik deur die oorredingskommunikasie beoog is. Hierdie sielkundige uitgangspunt gaan ook van die veronderstelling uit dat daar in die praktyk onderskei sou kon word tussen mindere en meerdere oorreedbare tipes. Dit is dan ook Berelson wat volgens hom in 1948 in aansluiting hierby in verband met die effek van kommunikasie tereg besluit: "Some kinds of communication on some kinds of issues, brought to the attention of some kinds of people under some kinds of conditions, have some kinds of effects."

Dit vorm vir hom 'n bruikbare grondslag vir massakommunikasie wat sterk op die erkenning van individuele verskille tussen mense berus (29, bl. 122-127).

- (c) Davison beweer dat die kommunikator alleen houdings of gedrag kan beïnvloed wanneer hy in staat is om daardie inligting te verstrek wat die bestemming se behoeftes en begeertes kan bevredig. Wanneer hy daarby nog beheer het oor 'n betekenisvolle faktor in die bestemming se omgewing, is sy taak relatief makliker, byvoorbeeld as hy 'n groot beloning aanbied vir 'n taak wat uitgevoer moet word. Meer gevestigde houdings en waardes toon ook die sterkste weerstand teen verandering. Daar is ook bevind dat kommunikasie binne 'n bepaalde groep meer effektief is in die verandering van houdings as dieselfde kommunikasie komende van buite die groep. Die bestemming is ook geen passiewe ontvanger van die inligting nie. Teen hierdie wetmatigheid bots die paradoks van die sogenaamde meesterpropagandis dikwels

in die praktyk. Die gehoor moet iets van die kommunikator ontvang, aler hy iets van die gehoor sal terugontvang. Dit is 'n proses van gee en neem (77, bl. 87-89).

- (d) Mendelsohn voer aan dat die enkele feit dat radio die aanslag van televisie oorleef het, aandui dat hierdie medium 'n ander funksie vir die bestemming vervul as televisie. Vir hom is radio onder andere op sy eie effektief by die vermaak van mense, inlig van mense, as "agtergrondlawaaï", terwyl dit ook die inskakelaar toelaat om ander aktiwiteite uit te voer terwyl hy luister. Die effek van die radio moet egter nie verdeel word in sy onderdele van vermaak, inligting, voorligting en opvoeding nie, maar op grond van sy totaliteitsfunksie en -effek gesien word, want dit is hoe mense aan hierdie medium blootgestel is. In 1961 het hyself in 'n ondersoek in New Yorkstad bevind dat 78% radioluisteraars die radio as 'n belangrike faktor in hul daaglikse lewe beskou. Die totaliteitsrol van die radio is een van "belangrike en alomteenwoordigheid," wat stimuleer, maar ook laat ontspan. Die radio het besondere intimiteitswaarde vir die luisteraar, wat verder ook belangrike en groot gebeurtenisse in die wêreld onder die aandag kan bring. Van al die proefpersone in die ondersoek, het 44% gesê dat hulle op die radio inskakel met die hoofdoel om na informatiewe nuusprogramme te luister. In die ondersoek sê 80% van die proefpersone dat hulle nie die radio op 'n ander stasie sal inskakel as dié een waarop hulle ingeskakel is 'n nuusprogram uitsaai nie, selfs al het hulle reeds die bepaalde nuusberigte vroeër oor die radio, of op 'n ander wyse gehoor of gelees. Etlikes beweer dat hulle nie koerante lees nie, juis omdat hulle op die radio vir nuusberiggewing vertrou. Daar is deurgaans 'n behoefte aan die verkryging van informatiewe inligting deur middel van die radio gevind. Die radio se onmiddellikheidswaarde in nuusberiggewing bevoordeel hom hier ook in 'n sekere sin bo die dagbladpers. Deur middel van voortdurende inskakeling op nuusuitsendings, ervaar luisteraars ook 'n gevoel van voortdurende en onmiddellike betrokkenheid in wêreldgebeure op die voorgrond (78, bl. 239-249)

- (e) Oxtoby-Smith, Inc. voer 'n ondersoek uit na die informatiewe rol van die radio met die kragonderbreking van 9 November 1965 in Noordoos-Amerika. New Yorkstad, Westchester en Nassau word in hierdie ondersoekprogram betrek en 494 volwassenes word ondervra. Die volgende bevindings spreek hieruit:

- (i) Met die kragonderbreking was miljoene paniekbevange Amerikaners vir hul inligting slegs op die radio aangewese. Die radio het dan ook die primêre rol gespeel in die kalmering van mense en in die bekamping van vrees. Hierin slaag die radio deur die werklike feite van die onderbreking onder die aandag van die luisteraars te bring.
- (ii) Dit blyk dat 77% van alle mense in die gebied in een of ander stadium tydens die onderbreking op 'n radio vir inligting ingeskakel het. Hiervan het 70% vier uur of meer na die radio geluister.
- (iii) Daar is 'n positiewe korrelasie gevind tussen die duur van luister na die radio en die mate waarin vrees en paniek by mense afgeneem het. Die meeste proefpersone sê ook dat hulle tot waansin gedryf sou gewees het as hulle nie hul inligting van die radio ontvang het nie. Ook die wyse waarop omroepers die inligting verskaf het, het 'n rol gespeel in die kalmering van gemoeidere.

- (iv) Dit blyk ook dat die meerderheid van luisteraars as groep jonger en in 'n hoër inkomstegroep geval het as diegene wat nie geluister het nie.
 - (v) Van diegene wat nie na die radio geluister het nie, het 89% gesê dat hulle graag sou wou geluister het as hulle kon, terwyl 62% van dieselfde groep gesê het dat hulle hul inligting dieselfde aand nog gekry het van mense wat wel geluister het.
 - (vi) Op die oggend van 10 November, nadat die onderbreking reeds herstel was, was die radio steeds nog die bron wat 'n eerste posisie in die verskaffing van inligting ingeneem het. Van diegene wat tydens die onderbreking ingeskakel het, het 81% die volgende oggend weer ingeskakel, 8% het op televisie ingeskakel, terwyl 6% die oggendkoerante gelees het. Van die groep nie-luisteraars het 69% die volgende oggend wel na die radio vir inligting geluister, 9% het na televisie gekyk en 5% het die oggendkoerante gelees.
 - (vii) Van die luisteraars tydens die kragonderbreking, was 81% tevrede dat die radio hulle wel volgens hul behoeftes ingelig het. Die meeste mense wou onderskeidelik weet hoe lank die onderbreking sou duur (37%) en hoe dit gebeur het (26%).
 - (viii) Van diegene wat op die aand van 9 November na die radio geluister het, het 28% om 5.30 nm., enkele minute ná die onderbreking, ingeskakel, terwyl ongeveer 75% teen 6.00 nm. reeds ingeskakel was. Hiervan het 82% na transistorradio's en 18% na motorradio's geluister.
 - (ix) Van die proefpersone beklemtoon 25% die waarde van die radio as inligtingsmedium tydens noodtoestande. Hulle glo dat die radio hier paniek kan voorkom en emosionele sekuriteit kan verseker (79, bl. 49-53).
- (f) Die tydskrif Broadcasting toon aan dat die kragonderbreking van 9 November 1965 die radio as inligtingsmedium in kommunikasie, waarskynlik die grootste enkele stoot in die Amerikaanse geskiedenis gegee het. Radioluisteraars in die VSA het in 1965 80,000,000 per dag beloop. In New York het 82% mense minstens een keer per week na die radio geluister, terwyl die radio 83% volwassenes per week bereik het. Middeljariges maak die grootste enkele groep uit wat op die radio inskakel. Seepmaatskappye toon ten opsigte van advertensie-uitleg 'n terugswaai vanaf televisie na die radio as oorredingsbron. General Motors is die beste kliënt by die borg van programme oor alle radionetwerke, terwyl Chrysler Corporation die grootste enkele koper van uitsaaiflitse oor die radio is. Oor die algemeen belê motorhandelaars die meeste in radio-advertensies. In 1965 was daar 400,000,000 radio's in die wêreld teenoor 130,000,000 televisiestelle (80, bl. 21-24).
- (g) Die Radio Advertising Bureau toon aan dat daar in 1965 31,000,000 radiostelle in Amerika verkoop is (42, bl. 58). Broadcasting meen dat die radiogehoor meer gesofistikeerd is as voorheen en dat dit in oorredingskommunikasie aan die adverteerder eise stel wat hy alleenlik na behore sal kan nakom indien daar 'n voortdurende navorsingsprogram na die effek van kommunikasie in werking gestel word. Die adverteerder verlang kommunikasie-metodes wat sy advertensie-uitleg steeds 'n lonende onderneeming sal maak (42, bl. 20).

- (h) Uit bogenoemde is dit duidelik dat die radio 'n effektiewe rol in die aanbieding van inligting speel. Die effek van die radio as inligtingsmedium sal egter nou saamhang met die mate waarin die bestemming self betrokke is by die situasie waarvoor die inligting gaan. Verder sal die radio houdings beïnvloed wat veral afhanklik is van die inligting wat gegee word, soos byvoorbeeld die bekamping van paniek met die genoemde kragonderbreking van 1965 in die VSA. Waar houdings egter reeds gevestig is, veral waar dit gaan om sosiale waardes soos rasse- en godsdienstverdraagsaamheid, sal die radio as enkele medium min invloed in die verandering van houdings hê. Bestaande houdings sal eerder as of positiewe, of negatiewe reaksie op die inligting wat uitgesaai word, verstewig word. In die verandering van gevestigde houdings moet die radio vir optimale effektiwiteit gekombineer word met persoonlike oorrëding, sowel as met ander media van kommunikasie. Ten einde hier wel effektief te kommunikeer, is 'n voortdurende navoringsprogram na houdings en die effek van kommunikasie van basiese belang.

2.4.3

Die vermaaklikheidseffek

- (a) Mendelsohn toon aan dat die radio by uitstek effektief is in die verskaffing van vermaak. In hierdie sin is die radio vir hom oor die algemeen gesproke 'n intieme kameraad wat die daaglikse roetine en 'n gevoel van isolasie en eensaamheid verbreek. Vir die huisvrou lê die waarde van die radio veral daarin dat dit afleiding kan bied terwyl sy haar normale dagtake uitvoer. Dit maak die vrou 'n baie belangrike bestemming tot wie die radio hom in vermaaklikheidskommunikasie kan rig. Een proefpersoon sê byvoorbeeld dat die musiek oor die radio sy taak as vragmotorbestuurder aangenamer maak. Ná die dagtaak verskaf dit vir die werker afleiding en bring dit hom in kontak met die breëre sosiale lewe, sonder om die bedreiging van inspanning mee te bring. Die bestaan van verskillende programdienste verseker verder dat die luisteraar die stasie waarop hy wil inskakel, volgens sy bepaalde sielkundige behoeftes van die oomblik kan selekteer, ten einde afleiding te verseker. Musiekprogramme, wat by uitstek deur die radio verskaf kan word, word gesien as 'n baie belangrike afleidingsfunksie van die radio. 'n Verdere vermaaklikheidseffek van die radio is dat waar talle individue dieselfde uitsendings hoor, dit 'n latere bespreking daarvan moontlik maak en dus sosiale afleiding in die hand werk. Die radio dien só as effektiewe katalisator om onderwerpe aan te roer wat kommunikasie tussen mense wat hierdie onderwerpe in sosiale verband wil bespreek, makliker maak. Die basiese funksie van die radio is dan vir hom die verligting van psigologiese spanning (78, bl. 242-249).
- (b) Klapper toon aan dat die ontvlugtingseffek van die massamedia nie altyd die negatiewe konnotasie het wat daaraan geheg word nie. Dikwels bring dit verligting vir spanning en afleiding mee, wat 'n belangrike vermaaklikheidsfunksie van die massamedia uitmaak. So kan die mees ernstige musiek byvoorbeeld die effek van ontvlugting op 'n aktiewe geneesheer of sosiale werker hê. Dit is Siepmann wat volgens hom in 1948 ten opsigte van die radio 'n negatiewe konnotasie aan ontvlugtingsmateriaal gee wat dan eerder 'n bedreiging as positiewe stimulant vir sielkundige groei sou inhou. Seldes, toon hy aan, beweer in 1950 dat ontvlugtingsmateriaal, soos byvoorbeeld die daaglikse vervolghverhaal, mag lei tot 'n instelling op fantasie-

vlak eerder as op realiteitsgronde ten opsigte van die eie lewensproblematiek. Sodanige ontvlugtingsmateriaal sou die gemeenskap weerhou van die opvoeding van volwasse en verantwoordelike individue. Hierdie negatiewe invloed word intenser voorsien deur ondersoekers soos Demant, Maccoby en Lewin met die koms van televisie na die VSA en Brittanje. Later sou Maccoby self proefeksperimenteel bevind dat die vermaaklikheidswaarde van ontvlugtingsmateriaal dikwels ook die belangrike positiewe funksie van ontspanning en sosiaalaanvaarbare ontlading van agressie dien. Soortgelyke standpunte is vroeër ook deur Waples, Berelson en Bradshaw in 1940 reeds ingeneem. Herzog het in 1944 bevind dat daaglikse radiovervolgverhale (die sogenaamde "soap opera" waarvoor Amerikaanse radio bekend geword het) ontspanningswaarde vir sommige luisteraars inhou, terwyl Lazarsfeld en Dinerman in 1949 'n soortgelyke effek met vasvra- en verskeidenheidsprogramme opgemerk het. In 1954 vind Maccoby dat fantasieprogramme oor televisie soortgelyke resultate met kinders oplewer. Daarteenoor vind Lazarsfeld en Dinerman egter dat baie vroueluis-teraars die "soap opera" vermy, juis omdat dit hul spanning verhoog en hul bewus maak van hul eie probleme. McPhee en Meyersohn vind in 1955 dat die radio as bron van ontspanning sedert die instelling van televisie belangriker geword het. Die radio moes sy eie rol in heroorweging neem en hom veral rig tot die aanbieding van agtergrondvermaak wat die persoon besig met sy dagtaak, effektief kon bereik (31, bl. 167-174).

(c) Klapper toon vervolgens aan dat Bogart in 1956 daarop wys dat die kritikus, John Crosby, eenmaal 'n huisvrou gevra het waarom sy na "soap operas" luister. Sy het gesê dat dit al is wat sy op die radio kon opvang, maar dat sy dit nie wou afskakel nie, omdat dit "n stem in die huis" is. Katz en Lazarsfeld vind in 1955 dat meer sosiaalgerigte vroue minder op fiksie ingestel is as minder sosiaalgerigtes, waarskynlik juis omdat fiksie in 'n sekere sin kompenseer vir 'n gebrek aan sosiale verkeer. McPhee en Meyersohn bevind in dieselfde jaar dat meer afgesonderde mense meer bewus is van radioprogramme gerig op sosiale interaksie as diegene wat nie in afsondering leef nie. Dit het by die afgesonderdes 'n gevoel van deelname en betrokkenheid meegebring. Lazarsfeld en Herzog bevind respektiewelik in 1940 en 1944 dat vasvra- en vervolghverhaaluitsendings sosiale interaksie bevorder, deurdat dit tot latere besprekingsaanleiding gee. Herzog se ondersoek van 1944 bring die belangrike feit aan die lig dat die "soap operas" by vroue veral dien as 'n ontlading vir emosionele spanning (dit bied die geleentheid om te huil) en as 'n bron van hulp en advies (om hul eie probleme op te los). Laasgenoemde standpunt word deur ondersoekte van Warner en Henry (1948) en Bailyn (1959) gerugsteun. Warner en Henry bevind dat die waarde van die "soap opera" vir baie vroue in die volgende geleë is:

- (i) Dit verminder hul futiliteitsgevoel en verhoog die gevoel van belang, omdat die verhale die vrou se rol as belangrik beklemtoon en die gesinslewe as van essensiële betekenis in die samelewing voorstel.
- (ii) Die gevoel van sekuriteit word verhoog omdat dit morele waardes, norme en metodes om emosionele en interpersoonlike probleme te hanteer, voorstel en die sekuriteit van die huwelik beklemtoon.
- (iii) Dit voorsien maniere om behoeftes gesublimeerd te bevredig in die identifikasie met sekere karakters.

In hierdie sin is die vermaaklikheidseffek van die programme volgens die skrywers dus positief en wenslik (31, bl. 175-190).

- (d) Klapper wys daarop dat besin moet word oor die vraag of media-verslawing inderdaad oorsaak of gevolg van die bepaalde medium se aanbiedingsmateriaal is. Katz en Lazarsfeld vind byvoorbeeld in 1955 dat vroue met angssimptome hulself meer blootstel aan "ware verhaal"-rolprente, tydskrifte en radiovervolgverhale. Ricutti vind in 1955 dieselfde verskynsel by kinders. Hier presteer diegene wat hulself oormatig aan radio en avontuurverhale blootstel, ietwat laer op toetse wat geluk, persoonlike en sosiale aanpassing, verbeelding en algemene skoolprestasie meet, as ander kinders. Die kerngedagte is dus dat die kommunikasiemedium nie die neurose veroorsaak nie, maar as gevolg van die neurose op buitensporige wyse aangegryp word (31, bl. 190-199).
- (e) Die radio as medium het dus besondere effek as vermaaklikheidsmedium wat sy gehoor deur middel van programme soos vervolgverhale, vasvra, verskeidenheidskonserte en musiekuitsendings tot ontspanning in oorleg met hul besondere goedstoestand motiveer. As vermaaklikheidsbron lê die waarde van die radio veral in sy intimiteit, kameraadskap en alomteenwoordigheid. Die radio het 'n onafskeidbare deel van die huisvrou se dagtaak geword. Verder moedig dit sosiale interaksie as gevolg van programme wat bespreking uitlok, aan. Met die koms van televisie na 'n land is dit veral die funksie van vermaak wat die radio op groter en omvattender skaal moet vervul.

2.4.4

Voorligtingseffek

- (a) Die voorligtingseffek van die radio kan nie altyd duidelik van die opvoedkundige aspek geskei word nie. Waar die radio onder andere, soos aangetoon, in Indië in 'n omvattende landbou- en gesondheidsvoorligtingsprogram ingespan is, het dit wel ten opsigte hiervan voorligtingswerk gedoen, maar in 'n sekere sin was daar hierby ook opvoeding, sowel as inligting en vermaak betrokke. Dieselfde geld ten opsigte van volwasse geletterheidsveldtogte, wat inderdaad nog minder van sy opvoedkundige implikasies ontnem kan word.
- (b) Schramm bespreek die ontwikkelingseffek van die landbou- en gesondheidsvoorligtingsprogram in Indië. Dit is volgens hom duidelik dat die radio effektief ingespan kan word in nasionale en gemeenskapsontwikkeling, maar hy waarsku dat ware effek agterweë bly as die uitsending nie gekombineer word met die nodige beplanning en veldorganisasie nie. Dit vereis op sy beurt genoegsame organisatoriese en toesighoudende personeel. Daar behoort voorsiening gemaak te word vir 'n veldorganiseerder met 'n genoegsame aantal distriks- en streeksorganiseerders, wat voorsien moet wees van die nodige vervoer. Die kragte van landbouvoorligters in die streke moet ook by son projek betrek word en in die onderskeie gemeenskappe moet die samewerking van groepsleiers, wat verantwoordelik sal wees om groepsbyeenkomste te reël vir inskakeling op die radio, verkry word. Die persone betrokke, moet genoegsaam opgelei word in die take wat hulle moet hanteer. Radioprogramme moet aanpas by plaaslike behoeftes. Daar moet radiofasiliteite in die gemeenskappe wat in die projek betrek word, bestaan. Daar moet ook voorsiening gemaak word dat wat voorgestel word, wel in die praktyk toegepas kan word. Die hoofles is dat die radioforums hulself nie

op grond van een of ander vermeende inherente krag aan die gang sal hou nie en dat ondoeltreffende organisasie teleurstellende resultate sal oplewer. Vir effektiwiteit moet luistergroepe van hanteerbare grootte wees. Daar moet 'n bewustheid aan sekere landboubehoeftes by die groepe bestaan. Die gemeenskappe moet buite die nywerheidsdominante skaduwee van groot stedelike gebiede lê. Uitsendings moet beperk bly tot hoogstens een keer per week (71, bl. 131-134).

- (c) Dat effektiwiteit wel deeglik agterweë bly waar doeltreffende organisasie ontbreek, word duidelik deur Lyle teen die agtergrond van die Hondurassituasie geïllustreer. Hier is bevind dat 'n geletterdheidsveldtog teleurstellende resultate oplewer, wat nie te wyte is aan 'n gebrek aan effektiwiteit van die radio as medium nie, dog juis herleibaar is na die afwesigheid van 'n doeltreffende organisasie van luister- en studiegroepe (76, bl. 108-110)..
- (d) Lefranc bespreek die gevolge van die aanwending van die radio in die bekamping van ongeletterdheid in Nigerië. Die waarde van die radio in sodanige eksperimente is volgens hom nog in 'n eksperimentele fase en van 'n geringe aard. Ook hy beklemtoon dat die medium met 'n onderwysbeleid wat volwasse studiegroepe betrek, gekombineer moet word (70, bl. 56-67).
- (e) Lefranc bespreek elders ook die sogenaamde radioklubs in Nigerië, wat ten doel gehad het die kultivering van gemeenskappe om demokratiese praktyke na te volg, om leiers op te lei, om goedbeplande ontvangsentra in te stel en om gebruik te maak van 'n stelsel van terugvoer in radiovoorligting. Die effek hiervan was dat gemeenskappe bewus geword het van die radio as medium van kommunikasie, dit het ongeletterdes in 'n geleentheid gestel om self by die mikrofoon te kom en met 'n wyere groep te kommunikeer, dit het sosiale interaksie bevorder, dit het die weë na 'n groter buitewêreld oopgestel, dit het kennis uitgebrei en mense tot 'n groter groepsbewustheid gestimuleer. Verder het dit 'n gunstige klimaat vir opvoeding deur middel van die radio geskep en 'n verbreding van die kulturele lewe gestimuleer (81, bl. 61-78).

2.5 SAMEVATTING

2.5.1 Ontwikkeling

- (a) Die ontwikkelingsgeskiedenis van die radio in die VSA word gekenmerk deur die feit dat dit veral vanuit private inisiatief ontwikkel het. Die gevolg hiervan is dat daar in die VSA letterlik honderde klein radio-netwerke bestaan, wat veral toegespits is op die winsmotief, sodat geborgde programme en ander advertensies 'n wesentlike deel van radio-uitsendings uitmaak.
- (b) Tereg kan die sogenaamde "soap operas" as 'n "genre" gereken word wat sy ontstaan gehad het uit die behoefte van die Amerikaanse produsent om sy bepaalde produk pertinent onder die aandag van die koperspubliek, veral die vrou, te bring. Die vervlakkende invloed van sodanige beheer wat die adverteerder op radio-uitsendings verkry, blyk dan ook veral uit die feit dat hierdie "soap operas" dikwels vir die neurotiese luisteraar as ontvlugtingsmateriaal dien. Die gevolg is derhalwe 'n onrealistiese benadering van die eie lewensprobleme in terme van die denkbeeldige situasies wat deur die "soap operas" "aan die hand gedoen" word.

- (c) Die koms van 'n medium soos televisie het 'n hoë tol aan reklamebesteding van die radio geëis. Dit skyn egter in 'n groot mate toeskryfbaar te wees aan 'n stralekrans effek, omdat daar in 1965 'n toename van 5% op die reklamebesteding van 1964 aan radio-advertensies was. Teen 1965 sou daar dan, niestandaard televisie, 111,000,000 daaglikse radioluisteraars in die VSA wees, dit wil sê, 90.5% van die bevolking oor 18 jaar, teenoor 87.0% televisiekykers. Dit kom dus voor asof die radio, minstens in die VSA, die aanvanklike aanslag van televisie oorleef het, en veral in krisistye, soos byvoorbeeld met die groot kragonderbreking van November 1965 in die noordooste van Amerika, weens sy aard dikwels meer bereikbaar as televisie kan wees.

2.5.2

Trefwydte

- (a) Dit is opvallend dat die radio ten opsigte van trefwydte dié medium is waartoe die meeste mense per honderd van die bevolking toegang het. Dit sou waarskynlik aan verskeie faktore gewyt kon word, byvoorbeeld:
- (i) Radiostelle is goedkoper as televisiestelle en kan meer gereedelik bekostig word;
 - (ii) die transistorradio het dié voorsprong bo televisie dat dit in gebiede versprei kan word waar elektriese krag nie beskikbaar is nie;
 - (iii) radiosenders kan 'n veel groter bevolking dien weens die feit dat sy uitsendings minder aan afstand gebonde is as televisie;
 - (iv) kultuur- en taalgebonde radioprogramme kan in terme van koste en tyd op groter skaal aangebied word as televisieprogramme;
 - (v) weens sy ouditiewe aanbod is die radio by uitstek geskik as "agtergrondlawaaie" tydens die uitvoer van ander taaie, omdat dit nie visuele aandag vereis nie;
 - (vi) die radio het nie dieselfde "verspreidingsprobleme" as die pers nie, en kan byvoorbeeld in afgeleë gebiede na oorstromings die luisteraar bereik wanneer padtoestande die verspreiding van dagblaaie tydelik onmoontlik maak;
 - (vii) weens sy ouditiewe aanbod stel dit nie die vereistes dat die bestemming noodwendig moet kan lees nie;
 - (viii) dit het nie dieselfde veeleisende produksie- en verspreidingsprobleme van die rolprent nie;
 - (ix) dit vereis nie dat die bestemming sy huis moet verlaat om byvoorbeeld 'n saal te besoek waar dit aangebied kan word nie.
- (b) In die VSA was die radio se gewildheid juis een van sy aanvanklike probleme, sodat die aanvraag 'n oorlading van beskikbare frekwensies tot gevolg gehad het met gevolglike steurings oor die eter. Die gevolg was dat strenge beheer in die toekenning van uitsaaikanale ingestel moes word.

2.5.3

Funksies

- (a) Alhoewel die vier funksies van opvoeding, inligting, vermaak en voorligting met betrekking tot die massamedia onderskei

word, oorvleuel hierdie funksies dikwels in die praktyk. So kan dieselfde radioprogram dikwels sowel voorlig, opvoed as vermaak en inlig, byvoorbeeld 'n dokumentêre program oor die lewe op 'n plaas.

- (b) Programme word egter dikwels beplan hoofsaaklik met die doel om op te voed, in te lig, te vermaak of voor te lig. Die opvoedkundige funksie van die radio kan tweërlei van aard wees: dit kan eerstens gerig wees op die leerling in sy skoolverband of tweedens op die opvoeding van die volwassene buite skoolverband. In eersgenoemde geval is die programme in die reël aangepas by die betrokke leerplan. Dit dien nie die doel om die onderwyser te vervang nie, maar is slegs bedoel as hulpmiddel tot die onderwys, byvoorbeeld as die onderwyser die leerling van 'n leeu vertel, kan die radio hierdie kennis aanvul deur die leeu nou oor die radio te laat brul. Waar die radio aangewend word sonder die voor- en nasorgwerk van die onderwyser, bly die opvoedkundige effek beperk. Dit is ook met betrekking tot verhoogde effek in die praktyk nodig om die ouditiewe aanbod van die radio in die onderwys te kombineer met ander hulpmiddels, byvoorbeeld die visuele aanbod van die rolprent. In die tweede geval sou die sukses van volwassene opvoeding alleen effektief wees wanneer luistergroepe behoorlik georganiseer word en die aanbod eweneens met ander hulpmiddels en instruksies vir dié nodige voor- en nasorgwerk aangevul word. Die aanwending van die radio in die bekamping van volwassene-ongeletterdheid moet egter nog as in 'n eksperimentele fase beskou word.
- (c) Die kerngedagte hier is dat die radio in die vervulling van 'n opvoedkundige funksie 'n mate van inspanning by die bestemming vereis wat nie basies met die uitsaaimedia geassosieer word nie. Waar die bestemming dus 'n keuse van uitsaaikanale waaraan hy hom kan blootstel, het, sal hy daardie kanaal selekteer wat die minste inspanning verg, indien hy nie deur die nodige organisasie gemotiveer word tot die keuse van blootstelling aan die opvoedkundige uitsending nie.
- (d) Die informatiewe funksie is meedelend van aard en het dikwels as doel die oorredingskommunikasie. Eksperimente toon egter aan dat persoonlike kommunikasie meer oorredingswaarde met betrekking tot die wysiging van bestaande houdings en gedrag het as massamedia soos die radio. Die blote vermeerdering van kennis met betrekking tot 'n bepaalde aspek deur middel van hierdie media, bring nie noodwendig verandering in houding mee nie; eerder sou die sukses hier gesoek moet word in die verstewiging van reeds bestaande houdings, byvoorbeeld die marathonaanslag van Kate Smith met betrekking tot die aanwending van die radio om die Amerikaanse publiek aan te spoor om geld aan oorlogsfondse te skenk.
- (e) Onderzoekers waarsku daarteen dat die aanwending van die massamedia om te veel in te lig, tot die sogenaamde narkotiserende disfunksie van die media aanleiding kan gee. Juis hierom het die Federale Kommunikasiekommissie in die VSA 'n beperking op die totale tyd wat radionetwerke aan handelsadvertensies beskikbaar mag stel, gelê.
- (f) In die VSA word die uitsaaimedia volgens onderzoekers veral met die vermaaklikheidsfunksie geassosieer. Dié media het dus veral die funksie om die bestemming te laat ontspan en dit is dus aan sodanige uitsendings dat die bestemming hom in

hoofsaak selektief blootstel, sodat uitsaaistases wat die klem op opvoedkundige programme laat val, inderdaad 'n sukkelbestaan voer.

- (g) In die ontwikkelingskommunikasie met betrekking tot die opheffing van onderontwikkelde gemeenskappe moet die voorligtingsfunksie van die radio hoofsaaklik gesoek word. Hier is kennis van die bestemming, sy behoeftes, motiewe, norme en waardes, ontwikkelingsmoontlikhede van die bepaalde gemeenskap en sy bodem, van die allergrootste belang in 'n kommunikasiebeleid. Die werklike sukses van die voorligtingskommunikasie moet gemeet kan word in terme van die toepassing wat die voorgestelde ontwikkeling in die praktyk vind, byvoorbeeld met die landbouradioforums in Indië was die vraag in watter mate voorgestelde projekte in die landboubeoefening geïmplementeer is. Ook hier moet die noodsaaklikheid van doeltreffende organisasie beklemtoon word. Die sukses van landbouradio in Indië word juis daaraan toegeskryf dat doeltreffende organisasie die vorming van luistergroepe in streke onder groepsleiers tot gevolg gehad het. Hierdie groepsleiers het die belangrike voor- en nasorgwerk met betrekking tot die uitsendings onderneem. Verder het motivering van die groep die motivering van die individu in die groep tot die implementering van voorgestelde landboumetodes verhoog. Daarteenoor het die poging tot bekamping van volwassene-ongeletterdheid in Honduras juis misluk omdat doeltreffende organisasie aldaar ontbreek het.

DIE RADIO IN SUID-AFRIKA

3.1 ONTWIKKELING

3.1.1 Uitsendings vir Blankes

- (a) Soos die SAUK in sy jaarverslag aantoon, is die eerste uitsaai-ateljees in Suid-Afrika op 1 Julie 1924 deur die Geassosieerde Wetenskaplike en Tegniese Verenigings in Johannesburg geopen. Op 15 September 1924 het die Publisiteitsvereniging van die Kaapse Skiereiland ateljees in Kaapstad geopen. Durban volg op 10 Desember 1924 met 'n eie uitsaai-ateljee, sodat daar in 1924 drie uitsaai-ateljees in die destydse Unie was (85, bl. 9).
- (b) In 1927 het die Schlesingergroep die uitsaai-ondernemings in Johannesburg, Kaapstad en Durban oorgeneem en die African Broadcasting Company gestig. In daardie jaar was daar slegs 5,000 gelisensieerde luisteraars in die hele Unie (verge-lyk 85, bl. 9).
- (c) Die Suid-Afrikaanse Uitsaai-korporasie kom volgens Wet 22 van 1936 op 1 Augustus 1936 in werking en neem die African Broad-casting Company oor. Ooreenkomstig genoemde Wet word 'n Raad van Beheer vir die SAUK aangeset, wat gedurende dieselfde jaar tot die stigting van 'n algemene fonds, 'n reserwefonds en 'n ont-wikkelingsfonds vir die Korporasie oorgaan. Kragtens artikel 11 van genoemde Uitsaaiwet, stel die Raad adviesrade in Johan-nesburg, Pretoria, Kaapstad, Port Elizabeth, Grahamstad, Bloemfontein, Durban en Pietermaritzburg aan om hom behulp-saam te wees met sy pligte (vergeelyk 83, bl. 3-4).
- (d) Vir sy bedryfsinkomste was die SAUK aangewese op lisensiegel-de, wat voor die stigting van die Korporasie deur 'n spesiale departement van die African Broadcasting Company ingevorder is. Die Raad van Beheer besluit egter op die ontbinding van hierdie departement en dra die taak van invordering oor aan die Departement van Pos- en Telegraafwese, wat kragtens Wet 20 van 1926 geregtig was op 'n heffing van 2/6 op elke lisensie wat uitgereik word. Die vasgestelde lisensiegeld het gewissel vanaf £1-0-0 tot £1-15-0, afhangende van die afstand tussen die lisensie-houer en die uitsaaihoofsentrum in Johannesburg (vergeelyk 83, bl. 10-11).
- (e) Voor die instelling van die SAUK, was radio-uitsendings in Suid-Afrika uitsluitlik in Engels gewees. Met die totstandkoming van die SAUK, is artikel 14 in die Uitsaaiwet ingesluit wat voorsie-ning gemaak het vir uitsendings in beide ampstale en soos volg gelui het: "Die Korporasie stel sy uitsaai-programme op en voer hul uit met behoorlike inagneming van die belange, van beide Engelse en Afrikaanse kultuur."
- Dit, tesame met tegniese probleme enig in sy soort in die wêreld, sou daarna vir jare vir die grootste hoofbrekens sorg waarmee die SAUK te kampe sou hê. Dit het aanvanklik die probleem ge-skep om 'n uitsaai-beleid te formuleer wat die groot groep luiste-raars as geheel sou bevredig. Dit was duidelik dat uiteenlopende smaak bestaan het en die Beheerraad het beklemtoon dat die taak veel makliker sou wees met 'n taalkundig meer homogene bevolking. Daar was twee weë oop, te wete:
- (i) 'n Tweetalige diens op 50-50-basis
- (ii) Twee afsonderlike taaldienste.

Die Raad was aanvanklik ten gunste van die eerste alternatief, onder andere as gevolg van die verslag van Reith, wat onder meer beklemtoon het dat so 'n segregasie ongewens is en in stryd staan met die beleid van die destydse regering. Tegniese probleme was veral geleë in die feit dat 'n beperkte aantal senders 'n ylverspreide bevolking oor 'n uitgestrekte gebied moes dien. Ook was medium- en kortgolfontvangs in afgeleë gebiede dikwels nie na wense nie. Dit het veral die Afrikaanssprekende geraak, wat hoofsaaklik 'n landelike boeregemeenskap uitgemaak het (vergeelyk 83, bl. 12-13).

Engelssprekende luisteraars was in die meerderheid met 'n verhouding van 80:20.

- (f) Die Beheerraad het hom egter nie teen hierdie verhouding blind gestaar nie, omdat daar besef is dat hierdie luisteraars hoofsaaklik in die stedelike gebiede aangetref word, weens die swak mediumgolfontvangs op die platteland. Alleen indien Afrikaanse uitsendings vermeerder sou word, sou die Afrikaner gemotiveer kon word om radiostelle aan te koop. In 'n referendum wat onder luisteraars gehou is, het hulle hulle uitgespreek ten gunste van afsonderlike taaldienste. Die Beheerraad het hierop besluit op 'n stelsel van tweetalige aankondigings, maar Afrikaanse musiekuitsendings is nie vermeerder nie. Dit het egter geen byval gevind nie. In Augustus 1937 verkry die Korporasie die gebruik van die sender op die destydse Robertshoogte van die Poskantoor en ook dié van die kortgolfsender op Klipheuvel van die Overseas Communications of South Africa. Gevolglik kon daar op 25 Oktober 1937 in Kaapstad en op 1 Desember 1937 in Johannesburg begin word met twee heeltemal nuwe programme naas die bestaandes. Dit los egter nog nie die Korporasie se taal- en tegniese probleme op nie. Die Korporasie was nou reeds vir ses verskillende programme daagliks verantwoordelik (vergeelyk 83, bl. 13-15).
- (g) Die status van die SAUK word in 1938 deur die Beheerraad duidelik omskryf. Die raadslede word wel deur die Goewerneur-generaal aangestel, terwyl enige lenings wat aangeaan word of beleggings van die Korporasie asook regulasies in verband met lisensiegelde, deur die betrokke Minister goedgekeur moet word; hierbenewens moet jaarverslae van die Korporasie se werksaamhede aan die Minister voorgelê word, maar verder is die Korporasie totaal onafhanklik van die Staat en funksioneer op alle ander terreine as outonome liggaam. Programme is deur die Raad neergelê en het bepaal dat die Korporasie programme vir die hele Unie uitsaai en nieteenstaande daar twee taalgroepe is, sou die SAUK vir die land se bevolking as geheel uitsaai. Weer eens is beklemtoon dat die Korporasie met taal- en tegniese probleme ongekend in die wêreld, te kampe gehad het (84, bl. 3-4).
- (h) In 1945 het die Beheerraad van die SAUK die belang van luistervorsing as deel van sy werksaamhede beklemtoon. 'n Organiseerder is aangestel om navorsing te doen na die voorkeure van luisteraars en hul reaksie op die uitsendings. Terselfdertyd is besluit om 'n amptelike blad, "Radio Week", uit te gee om programinligting te verstrek aan luisteraars, veral diegene op die platteland (85, bl. 11-12). In sy Jaarverslag van 1947 wys die SAUK egter daarop dat alhoewel voorsien is vir 'n aanvanklike verlies, dit nou duidelik geword het dat hierdie publikasie 'n las meebring waarmee nie voortgegaan sou kon word nie. Die publikasie is dan ook teen die einde van 1948 gestaak (86, bl. 6).

- (i) Die SAUK het weldra finansiële probleme ondervind wat 'n addisionele inkomste benewens dié uit lisensiegelde verkry, noodsaaklik gemaak het. Op 7 September 1948 het die Minister van Pos- en Telegraafwese in die parlement 'n verklaring gedoen dat die Korporasie "... so gou doenlik reëlings (moet) tref vir die instelling van 'n addisionele programdiens (die C-program) wat beskikbaar gestel sal word vir die uitsending van programme, wat deur of namens adverteerders opgestel en aangebied sal word" (87, bl. 6). Dit sou die koms van Springbokradio, wat naas die reeds bestaande Afrikaanse en Engelse dienste, sonder om enige inbreuk op hierdie dienste en hul aard te maak, tot stand bring. Dit het die aankoop van meer senders geïmpliseer en voorbereidingswerk wat die volgende jaar of agtien maande in beslag sou neem.
- (j) Springbokradio word op 1 Mei 1950 met welslae as handelsdiens geloods. Teen die einde van dieselfde jaar was 90% van die beskikbare handelstyd reeds deur borge vir advertensiedoeleindes gekoop. Adverteerders begin toe reeds aandring op 'n verdere handelsdiens en die moontlikheid dat die SAUK so iets sou moes oorweeg, word toe reeds deur die Beheerraad voorspel. Die situasie van die handelsdiens verskil verder in belangrike opsigte van soortgelyke dienste in die buiteland. Eerstens is die radiowese plaaslik in die hande van 'n enkele organisasie wat kompetisie tussen uitsaaistaties vir advertensies uitkakel, en tweedens bestaan die winsmotief, wat elders 'n kenmerk van radionetwerke is, nie, en word alle ingevorderde gelde weer tot voordeel van sowel luisteraar as adverteerder teruggeploeg in die verbetering en uitbreiding van die radiodienste. Die koms van 'n handelsdiens laat die druk, om 'n radioblad uit te gee, toeneem, en het as gevolg die verskyning van 'n nuwe weekblad, Radio, op 28 April 1950. (vergelyk 88, bl. 4).
- (k) Die SAUK het benewens Springbokradio, wat 'n diens in twee tale was, nou ook twee volwaardige programdiens aangebied, te wete die Afrikaanse en Engelse dienste, elk met 'n daaglikse uitsaaityd van 16 uur. In teenstelling met die aanvanklike poging tot gelykmaking van die gehoor tot 'n homogene luistergehoor deur die radio, is die aspek van taalheterogeniteit van die Blanke bevolking nou in ag geneem en was die doel nou gelyke beregtiging van die twee taalgroepe (88, bl. 5).
- (l) Op 21 Desember 1950 neem die SAUK 'n verdere belangrike voorwaartse stap met die instelling van sy Afrikadiens, "... om sy programme te dra na luisteraars benoerde die Limpopo ...". Hierdie nuwe diens was onmiddellik 'n sukses, en het uit die staanspoor alle verwagtinge oortref. Briewe van talryke luisteraars getuig van uitstekende ontvangs, en groot waardering van dié programme in lande sover van mekaar verwyder as Japan, Borneo, Malakka, Indië, Pakistan, Israel, die Sentraal- en Noord-Afrikaanse gebiede, Engeland, Holland, Italië, Duitsland en Swede ... Geen spesiale programme word opgestel nie, maar die Afrika-sender dra die normale Afrikaanse en Engelse programme van die SAUK daagliks om die beurt." Die Beheerraad beklemtoon die eksperimentele aard van die uitsendings, maar wys daarop dat dit inderdaad die voorspel kan wees tot 'n meer omvattende ekstra-territoriale diens, "... wat die stem van Suid-Afrika nog verder oor die aardbol sal kan dra" (vergelyk 88, bl. 5).
- (m) Die ou Afrikadiens word op 1 Mei 1966 vervang deur Radio RSA, wat 15 uur per dag in Afrikaans, Engels, Frans, Portugees en in die Midde-Afrikaanse Diens ook in Bantoetale soos Swahili en

Tsonga sou uitsaai (vergeelyk 89, bl. 29). Die buitelandse diens word beplan om uiteindelik ".... 30 $\frac{1}{4}$ uur per dag in nege tale in alle windrigtings, behalwe suidwaarts ..." uit te saai (vergeelyk 94, bl. 30). Dit word op 21 Oktober 1965 van stapel gestuur toe 'n voormalige Eerste Minister van die Republiek, wyle dr. H.F. Verwoerd, op 21 Oktober 1965 die eerste van vier 250 KW-kortgolfsenders te Bloemendal, naby Johannesburg, amptelik open. Sy Edele, wyle die Eerste Minister, skets die hoofdoel van die buitelandse diens naamlik om 'n getroue beeld te gee van die lewenswyse, tradisies, groei en toekomsideale van die land en sy volk. As medium sou dit feitelike en objektiewe kennis en inligting oor die Republiek versprei. Die eerste uitsendings van die diens ses maande later word weldra begroet met duisende luisteraarsbriewe van dwarsoor die wêreld (vergeelyk 89, bl. 28).

- (n) Die SAUK wys daarop dat die buitelandse kortgolfdienste uiteraard nie naastenby dieselfde massagehore as binnelandse dienste bereik nie. Hierdie dienste is in 'n groot mate - egter nie uitsluitlik nie - "...gerig op meningsvormers en 'n belangstellende minderheid in die verskillende teikengebiede. Dit sou dus onrealisties wees om, van 'n jong diens soos Radio RSA te verwag om onmiddellik reusegehore te hê of 'n dramatiese deurbraak in die wêreldmening ten opsigte van Suid-Afrika te maak." Verskeie briewe dui egter op 'n beter begrip van die situasie in Suid-Afrika en op 'n behoefte aan meer inligting in hierdie verband (vergeelyk 91, bl. 49).
- (o) Op 5 Mei 1968 brei Radio RSA uit deur 'n aanvang te maak met daaglikse uitsendings van 50 minute na Australië en Nieu-Seeland, "... sodat sy uitsendings nou die hele Afrika, Europa, die Verenigde State van Amerika, Kanada en dan Australië en Nieu-Seeland dek. Al wat nog moet bykom, is uitsendings na Latyns-Amerika en die Verre Ooste." Tot in daardie stadium word 25 $\frac{1}{4}$ daaglik in nege tale, te wete Engels, Frans, Portugees, Afrikaans, Duits, Nederlands, Swahili, Tsonga en Zoeloe uitgesaai. 'n Tiende taal, te wete ChiChewa vir Sentraal-Afrika, word kort daarna bygevoeg (vergeelyk 92, bl. 33).
- (p) Ten opsigte van programinhoud, saai Radio RSA toe reeds nuus en nuuskomentaar uit (52 nuusbuletins en 32 nuuskommantare per dag), asook 'n reeks oor nie-Blanke onderwys in Suid-Afrika, programme oor die jongste ontwikkeling op alle lewensterreine in die Republiek, programme oor nywerheidsgroei, 300 jaar van Suid-Afrikaanse geskiedenis, groot Suid-Afrikaners van die hede en verlede, ensovoorts. Dit gaan dus om inligting oor Suid-Afrika op alle terreine van die daaglikse lewe en ontwikkeling (92, bl. 33-35).
- (q) Binnelands het Springbokradio, naas die gewone Afrikaanse en Engelse dienste, fenomenale groei getoon. In 1959, nege jaar ná sy instelling, het daar reeds 1,000,000 mense gereeld op hierdie diens ingeskakel. 'n Gemiddelde van 300,000 tot 400,000 mense het gereeld na die tien gewildste programme geluister en hieronder het vervolghverhale, soos Verbode Liefde getel. Dokumentêre programme (hoorbeelde) het ook bygedra tot "... Springbokradio se toenemende vermoë om massagehore te trek. Die prestigeprogram Top Level het die ereplek ingeneem met gesaghebbende kommentaar van vooraanstaande Suid-Afrikaners en vername besoekers. Geleerde vasvrae was baie gewild en daar was baie hoogstaande hoorspele waaronder verwerkings van verhoogstukke" (93, bl. 19). Springbokradio was egter, soos

reeds aangetoon, 'n diens in twee tale, wat nie noodwendig 'n gelyke beregtiging van albei landstale geïmpliseer het nie, maar die keuse van taal van uitsending ten opsigte van geborgde tye aan die adverteerder oorgelaat het, sodat daar weldra 'n wanbalans ten gunste van programme in Engels bestaan het. In 1964 volg verdere handelsdienste, te wete die FM-streekdienste, waarin handelsflitse uitgesaai word, maar nou op 'n gelyke grondslag, sodat die borg se vryheid van keuse beperk word wanneer 50% handelsflitstyd in een taal uitverkoop sou wees om nou óf in die ander taal te adverteer, óf sonder advertensietyd te bly. Radio Hoëveld is veral gerig tot die Transvaalse hoëveldstreke en dele van die Vrystaat, terwyl Radio Goeie Hoop, wat op 1 Julie 1965 in werking tree, Wes-Kaapland by die spesiale FM-streekdienste betrek. 'n Verdere toevoeging is ook die deurnagdiens van die SAUK. (vergeelyk 94, bl. 26). Op 1 Mei 1967 tree Radio Port Natal as FM-streekdiens in Natal in werking en word die derde fase van die Spesiale FM-dienste se beplanningspatroon afgerond (vergeelyk 91, bl. 47).

- (r) Die FM-streekdienste spits hulself op musiekverskaffing en die uitsaai van handelsadvertensies toe, maar die informatiewe funksie van die radio word in aanmerking geneem deurdat nuusbuletins uurliks (al om die ander taal) in hierdie dienste uitgesaai word. Ook die tydskrifprogram, Fokus, wat hier geplaas word, is hoofsaaklik informatief van aard (vergeelyk 91, bl. 48).
- (s) Die situasie is dan in 1970 ten opsigte van binnelandse radio-uitsendings in Suid-Afrika soos volg:
 - (i) 'n Daglange diens in Afrikaans.
 - (ii) 'n Daglange diens in Engels.
 - (iii) Springbokradio, 'n diens in twee tale, waarin die uitsendings oërwegend in Engels is.
 - (iv) Die FM-streekdienste, met gelyke uitsendings in Afrikaans en Engels, te wete Radio Hoëveld, Radio Goeie Hoop en Radio Port Natal.

3.1.2 Uitsendings vir Bantoes

- (a) Die eerste spore van uitsendings spesiaal gerig tot die Bantoe in Suid-Afrika, word gedurende die oorlog gevind en wel in 1940, toe die SAUK, in oorleg met die destydse Departement van Natu- rellesake, op die daarstelling van 'n daaglikse diens, wat deur middel van telefoonlyne na die verskillende lokasies uitgesaai sou word, besluit het. Teen die einde van 1940 is 71 inrigtings in Johannesburg, 63 in Natal, 2 in Bloemfontein, 6 in Oos-Kaapland (Port Elizabeth, Grahamstad en Oos-Londen) en 3 in Kaapstad van sodanige uitsendings van oorlogsnuus in Zoeloe, Sotho en Xhosa bedien. (Elk van die tale is beperk tot die gebied waarin dit as omgangstaal van die bepaalde bevolking gegeld het.) Musiek- programme, meestal plate, asook praatjies, is ook aangebied en daar is gevind dat praatjies wat oor praktiese daaglikse aspekte gehandel het, besonder gewild was - byvoorbeeld stedelike ver- keersordeninge, voorkoming van malaria, ensovoorts. Die klem het onmiddellik op 'n uitgangspunt van "vir die Bantoe, van die Bantoe", geval met die volgende stelling van die Beheerraad: "Die Korporasie is oortuig daarvan dat naturelle self die beste in staat is om naturelle te vermaak, en daarom moedig hy natu- rellekomponiste, -sangers en -kore aan om plate te kom maak." (vergeelyk 82, bl. 14).

- (b) In 1942 reeds voorspel die Beheerraad van die SAUK dat die toekoms 'n omvattende radiodiens vir die Bantoe van Suid-Afrika sal meebring en dat direkte radio-uitsendings vir die Bantoe, waarmee die SAUK teen die einde van September 1942 'n aanvang neem, in 'n groot mate proefondervindelik van aard is. Die Departement van Naturellesake stel een van sy senior amptenare tot beskikking van die SAUK vir hierdie programme en verskaf ook nuus en inligting van belang vir die Bantoe. Bantoeraadgewers, "... om te help met die vermaaklikheidskant van hierdie uitsendings", word ook deur die SAUK benoem (vergeelyk 96, bl. 7).
- (c) Teen 1944 saai die Korporasie drie keer weekliks in die oggend, deur middel van gewone radio-uitsendings, en elke weeksaand, deur middel van telefoonlyne gerig op vasgestelde punte soos kampongs, vir die Bantoe uit. In Durban word daar hierbenewens Sondagaande 'n addisionele program in Zoeloe uitgesaai. Inligting en nuus word steeds deur die Departement van Naturellesake voorsien, maar praatjies en vermaaklikheidsprogramme word deur die Korporasie self opgestel en aangebied. Oorlogsnuus vorm 'n belangrike deel van die uitsendings, terwyl veral gesondheidspraatjies byval vind. 'n Betekenisvolle ontwikkeling is die opvoering van die eerste Bantodrama en wel in Zoeloe, geskryf deur die nou reeds byna legendariese Zoeloe-omroeper, King Edward Masinga. Kaapstad en Johannesburg slaag nou ook daarin om die dienste van deeglik opgeleide Bantoe-kore en kwartette te verkry. (vergeelyk 97, bl. 18).
- (d) In 1945 word die spesiale oorlogsuitsendings gestaak en die SAUK besluit om 'n afwagende houding in te neem ten opsigte van 'n moontlike ondersoek na die wenslikheid van 'n omvattende Bantodiens, wat veral van belang is en 'n besondere verpligting aan die land stel, waar die Bantoe 4/5 van die bevolking uitmaak. Dit is veral dringend noodsaaklik waar so 'n oorweldigende meerderheid van die Bantoebevolking ongeletterd is en daarom slegs deur middel van die gesproke woord bereik kan word. 'n Verdere probleem is die feit dat baie Bantoes nie radio's sal kan bekostig nie en ook nie lisensiegelde sal kan betaal nie en daarom het die SAUK ondersoek ingestel na die moontlikheid van die instelling van die sogenaamde draadradio of rediffusiediens, bestaande uit 'n eenvoudige luidspreker in elke huis. Hierdie luidspreker is dan met 'n draadstelsel verbind aan 'n sentrale diffusiestasie, vanwaar die uitsendings herlei word. Dit sou 'n groot persentasie van die Bantoe bereik, naamlik dié in die stedelike gebiede en in dorpe wat in lokasies woon. Die stelsel kos egter heelwat en sou deur die regering en deur plaaslike besture gesubsidieer moes word in nasionale belang (vergeelyk 85, bl. 10).
- (e) In 1946 bly die uitsendings beperk tot dié drie keer per week en 'n addisionele halfuur Sondae in Zoeloe vanuit Durban. Die Zoelodiens in Durban spits hom egter in toenemende mate op die opname van hoorspele toe. 'n Opname-ekspedisie word deur die SAUK na die Oostelike Provinsie gestuur en 'n aantal Bantoe liedere word opgeneem vir transkribering en uitsending (vergeelyk 98, bl. 39). Hierdie uitsendings op Dinsdae, Donderdae en Saterdag soggens en 'n halfuur in Zoeloe Sondae, word in 1947 voortgesit. Die voorraad Bantoe-plateopnames word uitgebrei (vergeelyk 86, bl. 34). Teen 1949 word 'n Bantoenuusdiens en sportpraatjies ingestel, terwyl uitsendings in ander Bantoe-tale, soos Tswana, Sjangaan (Tsonga) en Venda, ook sporadies voorkom (99, bl. 31).

- (f) Die gewildheid van dramatiese aanbiedings by Bantoe luisteraars, lei tot meer programme van hierdie aard in 1950 (vergelyk 88, bl. 24). Die gehoor van die Bantoe programme neem steeds toe en teen 1951 neem Bantoe musiek 'n sentrale plek in die uitsendings in (vergelyk 1951, bl. 32). In 1952 word 'n rediffusiediens by wyse van proefneming aan die Rand vir die Orlando-Bantoe dorp ingestel en konstateer die SAUK 'n tweeledige doel met hierdie diens, te wete om op te voed en te vermaak. Eerstens moet vermaak tot die tuiste van die Bantoe gerig word om misdaad te voorkom en tweedens moet dit die Bantoe wat dikwels geen toegang tot ander metodes van opvoeding het nie, opvoed. Op 8 Augustus 1952 word begin met deurlopende uitsendings van 6.00 vm. tot 9.00 nm. op weksdae en van 9.00 vm. tot 9.00 nm. Sondag, oor die rediffusiediens. Die uitsendings was egter nie deurgaans in die Bantoe tale (Zoeloe, Suid-Sotho en Xhosa) nie, maar is van 8.30 vm. tot 2.15 nm. en van 4.00 nm. tot 6.00 nm. "gevoer" met 'n keur uit die uitsendings in Afrikaans en Engels. Drie Bantoe-omroepers was nou in diens om gedurende die res van die tyd in die Bantoe tale uit te saai en 'n aanvanklike vooroordeel wat by luisteraars in verband met die uitsendings bestaan het, het weldra verdwyn soos geblyk het uit die toename aan intekenaars op die diens. Die programme het hoofsaaklik uit musiek bestaan, byvoorbeeld tradisionele Bantoe musiek, ligte Bantoe musiek, koormusiek van moderne Bantoe komponiste en 'n keur uit die Europese musiek, waaronder veral jazz weens sy ritmiese inslag gewild was onder die luisteraars. Aktualiteitsprogramme is egter ook ingesluit, byvoorbeeld oor die Bantoe musiek fees in Oktober 1952 in Johannesburg, die Bantoe jeugsaaftrek te Milnerpark op 25 Oktober van dieselfde jaar, die werwelwindrampe by Albertynsville op 30 November, terwyl hoorspele uitgesaai is, byvoorbeeld "Die Dood van Christus" deur K.E. Masinga (vergelyk 52, bl. 36-37).
- (g) Teen 1953 het die Randse Rediffusiediens na 'n jaar van bestaan reeds 'n raming 28,250 luisteraars bereik en is die moontlikheid voorsien om die diens na 'n aangrensende Bantoe dorp, Jabavu, uit te brei. Bantoe musiek, programme oor Bantoe letterkunde, hoorspele, stamvermake en raaisels, kinderstories, kortverhale, maak nou deel van die programme uit en godsdienstige programme tree veral by die ouer luisteraars in gewildheid na vore (vergelyk 102, bl. 32-33). Daaglikse dienste word op 1 Mei 1953 ook vir Durban en Kaapstad ingestel.
- (h) Teen 1954 trek die Randse Rediffusiediens reeds 'n gehoor van meer as 50,000 en word uitsendings in die Bantoe tale self, van 8½ uur per dag na 10 uur verhoog, terwyl die draadstelsel uitgebrei word na die Oos-Randse Bantoe dorpe (103, bl. 15-16). In 1955 is daar reeds meer as 60,000 rediffusieluisteraars en word die program patroon gewysig om twee daaglike nuusdienste, praatjiesreeks, boekvoorlesings, kultuurprogramme, huisvrouprogramme, vasvrawedstryde, wedstrydprogramme, meer hoorspele, sportpraatjies en sanggroepuitvoerings in te sluit. Hierbenewens is daar ook versoek- en godsdienstige programme (104, bl. 16-17). Met 84,000 luisteraars in 1956 en 'n meer gespesialiseerde program patroon, toon die diens steeds toenemende groei (vergelyk 90, bl. 16).
- (i) Gedurende 1957 neem die aantal intekenaars op die rediffusiediens af as gevolg van die opruiming van krotte in Orlando. Nou word daar egter reeds 12 uur per dag suiwer in die Bantoe tale uitgesaai, terwyl slegs 4 uur uit die Blanke dienste gevoer word. Nieteenstaande pogings tot uitbreiding, was die diens egter steeds

nog tot Orlando beperk (vergelyk 95, bl. 16): Eers in 1959 word ander Bantoedorpe, soos Jabavu, Dube, Mofolo en Zondi by die rediffusiediens betrek (vergelyk 93, bl. 22), maar met die koms van die nuwe BHF-senders, wat aanvanklik beoog was om beter ontvangs vir Blanke luisteraars te verseker, gaan daar nou in 1960 nuwe vergesigte vir 'n volwaardige Bantoediens oop. Op-1 Junie 1960 word Radio Bantu in die lewe geroep, wat as tussentydse maatreël in Xhosa, Zoeloe, Suid-Sotho en Noord-Sotho anderhalfuur per dag oor die Engelse en Afrikaanse mediumgolf-senders in die onderskeie streke sou uitsaai (vergelyk 105, bl. 19-20).

- (j) Die Beheerraad beskou 1962 as die belangrikste jaar in die geskiedenis van uitsendings vir die Bantoe in Suid-Afrika, as gevolg van die instelling van FM-dienste in Zoeloe, Suid-Sotho, Tswana en Noord-Sotho aan die begin van daardie jaar, wat meebring dat daar in totaal daaglik 51½ uur se uitsendings in hierdie Bantoetale is. Die dienste word ook nou handelsdienste, wat handelsflitse wat deur adverteerders geborg is sedert 1 Julie 1962 daaglik met die uitsondering van Sondae uitsaai. Geen geborgde programme word egter toegelaat nie en slegs 10% van die daaglikse uitsaaityd, versprei oor die hele dag, word aan handelsflitse afgestaan (vergelyk 1962, bl. 27-29).
- (k) Hierna neem die uitbreiding van die diens wye afmetings aan en teen 1968 toon 'n luisteropname dat 2,119,000 Bantoes reeds hul eie radio's besit, waarvan nagenoeg 90% FM kan opvang. Daar is bevind dat 92% van alle volwasse Bantoes wat daaglik na die radio luister, spesifiek op Radio Bantu inskakel, terwyl ongeveer 6,250,000 luisteraarsbriewe gedurende die jaar ontvang is, wat 'n groei van 2,000% sedert 1962 verteenwoordig. In 1968 is Radio Bantu gesamentlik 79 uur 40 minute op die lug - 18 uur per dag in sowel Zoeloe, Suid-Sotho as Xhosa, terwyl die Noord-Sotho- en Tswanadienste elk 11 uur en 50 minute uitsaai, teenoor 2 uur daaglik in Venda en Tsonga, wat toe nog tot mediumgolf beperk was (vergelyk 92, bl. 39).
- (l) Die programme van die Bantoediens neem nou 'n gespesialiseerde vorm aan. Benewens 'n totaal van 49 nuusbuletins van Suid-Afrikaanse, internasionale en plaaslike nuus wat deur al die dienste van Radio Bantu daaglik uitgesaai word, is daar onder meer in alle dienste verskillende praatjereekse, dokumentêre programme, musiekprogramme, 'n skoolradiodienste, hoorspele, vervolghere, letterkundige uitsendings, godsdienstige programme, vroue- en kinderprogramme, sportuitsendings, ensovoorts (vergelyk 92, bl. 40-44).
- (m) Die verskillende dienste van Radio Bantu rig hul onderskeie uitsendings verder ook nog tot die streke waarin elk van die bevolkingsgroepe op wie dit betrekking het, aangetref word, sodat Xhosa slegs in die Kaapprovinsie, Zoeloe in Natal en sekere dele van Transvaal, Suid-Sotho in dele van Transvaal en die Vrystaat, ensovoorts, opgevang kan word. Dit is tog ook interessant om daarop te let dat sekere dienste in die voormalige protektorate gehoor kan word, byvoorbeeld in Botswana (Tswana), Swaziland (Zoeloe) en in Lesotho (Suid-Sotho) en dat uit luisteraarsbriewe wat maandeliks in hul duisendtalle vanuit dié gebiede kom, dit duidelik blyk dat hier ook op Radio Bantu ingeskakel word.

3.1.3 Uitsendings vir Kleurlinge

- (a) Op 1 Februarie 1962 het die SAUK gereelde programme vir Kleurlinge oor die Wes-Kaaplandse Afrikaanse mediumgolfsenders ingestel onder die titel Proteaprogram. Hierdie program is Saterdag van 1.45 tot 2.00 nm. en Sondag van 8.30 tot 9.30 vm. aangebied. Kleurlingsportmanne, -kore, -soliste en -sprekers tree hierin op (vergelyk 106, bl. 23).
- (b) Op 1 Januarie 1967 is die uitsendings op landswe grondslag geplaas. (Vergelyk 91, bl. 30.) Tans neem die uitsendings egter nie die afmetings aan wat uitsendings vir Blankes en Bantoes byvoorbeeld aanneem nie, onder andere waarskynlik omdat die Kleurlinge weens sy taal- en kultuuragtergrond meer geredelike toegang tot uitsendings vir Blankes het.

3.1.4 Uitsendings vir Indiërs

- (a) In sy Jaarverslag van 1946 maak die Beheerraad van die SAUK vir die eerste keer melding van uitsendings vir Indiërs op die grondslag van 'n halfuurprogram Sondag vanuit Durban (98, bl. 39).
- (b) Hierdie uitsendings het weldra doodgeloop, maar in 1962 word daar in Natal Saterdag, 1.45 tot 2.00 nm. en Sondag, 8.30-9.30 vm. 'n aanvang gemaak met uitsendings vir Indiërs deur medium van Engels. Indiërsportkommentators, sang- en instrumentale soliste, asook Indiërsprekers word na die mikrofoon gebring (106, bl. 26). Teen 1968 rapporteer die SAUK steeds nog dieselfde patroon van uitsendings vir hierdie bevolkingsgroep (92, bl. 27).

3.2 TREFWYDTE

- 3.2.1 Soos Fuchs aantoon, skakel daar daaglik 3,800,000 Blankes, Asiate en Kleurlinge by die ouderdom van 16, op die SAUK se Blanke dienste in. Hierteenoor het Radio Bantu in 1969 'n daaglikse luistergehoor van 2,300,000 Bantoes wat op die 7 verskillende taaldienste inskakel. Die nuusluistergehoor om 7.00 nm., wat op die Afrikaanse en Engelse dienste sowel as op Springbokradio inskakel, beloop 1,413,000; hierteenoor luister 1,092,000 Bantoes daaglik na die 7.30 nm.-nuusdienste in die 7 tale van Radio Bantu. Die vervolghverhaal wat direk ná dié nuusbuletin volg, het 'n Bantoe luistergehoor van 1,121,000 (107, bl. 242).
- 3.2.2 Die gewildste musiekprogram van die Afrikaanse diens is Treffersparade met 'n luistergehoor van 617,000 Blankes. Na die simfoniekonserte luister 70,000 Blankes. Sake van die Dag/Current Affairs met 'n luistergehoor van 791,000 volwasse Blankes - 462,000 Afrikaanssprekendes, teenoor 329,000 Engelssprekendes. Boekevat het 'n luistertal van ongeveer 1,000,000 mense.

3.3 FUNKSIES

3.3.1 Opvoedkundige funksie

- (a) Vroeg reeds het die radio in Suid-Afrika die taak van opvoedkundige uitsendings besef en geïmplementeer. In 1936 word in oorleg met die Kaaplandse onderwysdepartement begin met skooluitsendings en spreek die Beheerraad van die SAUK sy wens uit om in medewerking met die ander onderwysdepartemente, hierdie uitsendings uit te brei na die ander provinsies (83, bl. 16).
- (b) Teen 1938 maak reeds sowat 600 Kaapse skole geheel of gedeeltelik gebruik van die SAUK se skoolradio-uitsendings (84, bl. 10). Op 30/1/39 word die diens uitgebrei na Transvaal en die Vrystaat. Soos uit die Jaarverslag vir 1948 blyk, verskaf die Nasionale Raad vir Skooluitsendings die lesse, wat dan deur die SAUK aangebied word (37, bl. 9).

- (c) Hierdie uitsendings vir skole is reeds voor die bestaan van die SAUK in oorleg met die Nasionale Raad vir Skooluitsendings in die Kaap deur die toenmalige African Broadcasting Corporation sedert 1929 uitgesaai (vergeelyk 103, bl. 14). In 1954 word hierdie Raad vervang deur die Adviserende Raad in verband met Rolprent- en Radiodienste vir skole. Tien skoolradioperiodes per week, te wete 5 in Afrikaans en 5 in Engels, word nou uitgesaai. Gepaard hiermee word 'n spesiale uitgawe van die Kaaplandse Onderwysgaset gewy aan illustrasies en aantekeninge wat die skooluitsendings vergesel.
- (d) In 1961 word die skoolradiodiens in geheel deur die SAUK oorge- neem en 'n organiseerder word vir die diens aangestel. Skoolradiolesse word by die leerplanne aangepas. Die ouditiewe aanbod van die radio word nou met die visuele aspek gekombineer, deur dat filmstrookies vir die lesse deur Staatsfilmproduksies aan die skole voorsien word. Gedurende die uitsending, word die strokies dan vertoon en die beelde word verwissel om met die uitsendings te sinkroniseer. Hierby is 700 skole betrek. Vakke soos Geskiedenis, Aardrykskunde, Musiek en voorgeskrewe werke geniet nou veral die aandag in uitsendings vir die skole. Die nuusbespreking weekliks is ewe gewild. Drie kwartaallike publikasies vergesel die uitsendings, te wete:
- (i) 'n Tydskrif vir primêre leerlinge.
 - (ii) 'n Gids vir onderwysers van primêre klasse.
 - (iii) 'n Tydskrif vir sekondêre werk.

Die SAUK werk egter in die beplanning van sy uitsendings steeds in noue verband saam met die Nasionale Raad vir Oudio-Visuele Onderwys (108, bl. 42).

- (e) Die SAUK beklemtoon dat sy skoolradiodiens nie bedoel is om die onderwyser te vervang nie, maar as hulpmiddel in die onderwys. Gedurende dieselfde jaar word die SAUK lid van die Internasionale Radio-Universiteit, wat onder beskerming van die Radiodiffusion Télévision Francaise staan en waarvan 39 omroepe lede is. 'n Aanvang word gemaak met die uitsaai van internasionaal opgestelde lesings van 'n hoë akademiese standaard, wat deur hierdie organisasie voorsien word (109, bl. 26).
- (f) Die skoolradiodiens vir Blankes loop in 1964 ten einde; gedurende dieselfde jaar word 'n Bantoeskoolradiodiens vir Radio Bantu in 5 tale (Zoeloe, Suid-Sotho, Xhosa, Tswana en Noord-Sotho) ingestel. 'n Bepaalde tyd, naamlik van 10.00-10.30 vm., wanneer skoolradiolesse uitgesaai word, is in die Bantoeskole as periode ingeruim en skole moes dan hierop inskakel. Die gehoor van 150,000 leerlinge het in 1965 reeds aangegroei tot 250,000 en staan tans op meer as 600,000. Kwartaallike publikasies vergesel die uitsendings, te wete 'n fotoboekie vir leerlinge met op- en onder- skrifte in die Bantoetale en 'n onderwysersgids in die amptelike landstale. In laasgenoemde word elke skoolradioles uiteengesit ten opsigte van -
- (i) wat voor die uitsending deur die onderwyser meegedeel kan word;
 - (ii) inhoud van die les;
 - (iii) nasorgwerk (94, bl. 37-38).

Ontvangstelle word deur die Departement van Bantoe-onderwys aan skole voorsien. 'n Rooster van uitsendings word by die

Onderwysersgids gevoeg en aan die begin van elke kwartaal aan skole voorsien. Benewens 500,000 leerlinge, het 12,000 onderwysers in 1968 van die diens gebruik gemaak. In 1968 is gedifferensieerde lesse vir verskillende skoolstanderds uitgesaai. Onderwerpe was onder andere Bantoetale, landstale, musiek, sosiale studies en natuurwetenskappe (92, bl. 42).

- (g) Die Zoeloediens van Radio Bantu het in 1966 'n Universiteit van die Lug ingevoer, waarby Bantoestudente, onderwysers en ander belangstellendes Woensdae, 8.00-8.30 nm., betrek is. Radiolesings in onderwerpe soos Taalkunde, Volkekunde, Sielkunde, Sosiologie, Kriminologie, Geskiedenis, Aardrykskunde ensovoorts, is aangebied. Verskillende van hierdie lesings is vir die Internasionale Japanprys in die kategorie Universitêre Opvoeding ingeskryf en in 1966 het 'n Sielkundelesing oor die psigoanalise van Freud, onder die titel *Id*, spesiale vermelding van die internasionale paneel van beoordelaars ontvang, wat dit veral vir die oorspronklikheid van aanbieding en opvoedkundige waarde daarvan aangeprys het.

3.3.2 Die inligtingsfunksie

- (a) Fuchs toon aan dat die SAUK gedurende die eerste 24 jaar van sy bestaan die gewer van nuus was. Die Sharpeville-insident van 1960 was egter 'n keerpunt en in nasionale belang moes die radio van toe af 'n duidelike standpunt inneem. Hieruit het programme soos Sake van die Dag (Current Affairs) voortgevloei. Informatief is die SAUK in al sy dienste vandag vir 216 daaglikse nuusbuletins verantwoordelik. Benewens die 195 uur wat die SAUK in al sy binnelandse dienste in 1968 per dag op die lug was, was daar ook nog 'n informatiewe funksie geleë in sy buitelandse uitsendings. Vanuit Tanzanië, Moskou en Kairo word ondermynende uitsendings op Suid-Afrika gerig, wat verder meer die belang van informasie ook binnelands vir alle bevolkingsgroepe 'n noodsaaklike taak van die SAUK maak (107, bl. 242-244).
- (b) Die informatiewe waarde van die SAUK se uitsendings, neem gedurende die oorlogsjare (1939-1945) 'n belangrike posisie in. Om 12.15 nm. op 3/9/39 is die Britse Premier se oorlogsverklaring vanaf Downingstraat 10, in Suid-Afrika opgevang en heruitgesaai. Vir die daaropvolgende 14 dae was die SAUK onafgebroke vanaf 6.00 vm. tot 12.00 nm. op die lug en is oorlogsnuus in samewerking met die Suid-Afrikaanse Persvereniging in spesiale nuusdienste al om die uur uitgesaai (110, bl. 3-4).
- (c) Deur middel van 'n spesiale opvangstasie te Panorama, sou die SAUK vyandelike uitsendings opvang en aan die regering beskikbaar stel. Geen ander medium kon hierdie geheime informatiewe oorlogsfunksie soos die radio vervul nie. Veral die nuusdienste word uitgebrei en ten einde gereeld inligting in verband met ontwikkelinge op die slagveld te kon uitsaai, asook om familieledes in Suid-Afrika op die hoogte te hou met die gesteldheid van plaaslike soldate op die oorlogsfront, het die SAUK mobiele eenhede na die strydterreine gestuur. Dit het besondere byval by die luisteraars gevind. Ooggetuieverslae is onder andere van veldslae gegee (111, bl. 6-9). Mobiele eenhede dek in 1942 onder andere die terugtog uit Gazala, die val van Tobruk en die veldslae van El Alamein. Veral persoonlike verhale van ontsnappings uit Tobruk en frontlinieberigte het groot byval gevind (96, bl. 7).
- (d) Hierdie samewerking van die SAUK met die Inligtingsburo loop ten einde toe Japan die wapens neerlê en die mobiele eenhede en personeel op 6/11/45 uit Italië en die Midde Ooste terugkeer.

So loop die 5 moeilikste jare in die geskiedenis van die SAUK tot in daardie stadium, ten einde (85, bl. 6).

- (e) Die SAUK se nuusprogramme beslaan in 1945 8.5% van sy uitsendings. Hierbenewens beloop praatjies, waarin die klem onder meer sterk op aktuele informasie val, toe reeds 'n verdere 4.6% van die uitsendings, terwyl verslae (weerberigte, mark- en effektebeursverslae, ensovoorts), 'n verdere 3.5% tot die informatiewe materiaal wat uitgesaai word, voeg (85, bl. 3).
- (f) As deel van die massamedia se informatiewe funksie, moet ook nog die oorredingskommunikasie gereken word. Benewens die gebruikelike programme van nuuskomentaar, wat in hoofsaak gerig is op meningsvorming, gaan ook nog die aspek van reklame. Soos Fuchs aandui, is Springbokradio en die FM-streekdienste, benewens hul funksie van vermaak, ook verder veral in die lewe geroep om advertensies te dra (107, bl. 241). Soos uit 'n ondersoek van Market Research Africa blyk, het Springbokradio in 1969 'n totaal van R3,155,507 uit advertensiegelde gein; hierteenoor is onderskeidelik R589,009, R638,733 en R583,847 ten opsigte van Radio Hoëveld, Radio Goeie Hoop en Radio Port Natal aan advertensies vir dieselfde periode gespandeer. L M-radio het toe 'n bedrag van R1,348,190 aan advertensies ontvang. Radio Bantu se inkomste aan advertensies vir dieselfde periode was R2,117,925, sodat daar in totaal aan al bogenoemde dienste R8,433,211 aan advertensies spandeer is, teenoor 'n totaal van R55,702,124 vir dieselfde periode aan die plaaslike pers. Die besteding aan reklame deur middel van die radio, word in tabel 3.1 uiteengesit (112, bl. 10).

TABEL 3.1
RADIOREKLAME IN SUID-AFRIKA, JAN. - DES. 1969

	Afr.	Eng.
1. Springbok	‡R 1,262,203-00	‡R 1,893,304-00
2. Hoëveld	R 294,504-50	R 294,504-50
3. Goeie Hoop	R 319,366-50	R 319,366-50
4. Port Natal	R 241,923-50	R 241,923-50
	R 2,117,997-50	R 2,749,098-50

- (g) Dit is dus opvallend dat die radio, in teenstelling met die situasie in lande soos die VSA, in Suid-Afrika veel minder aan advertensiegelde trek as die pers. Dit kan aan die feit gewyt word dat die radio in Suid-Afrika nie in private hande is soos in die VSA nie, sodat slegs een radionetwerk bestaan wat alle uitsendings hanteer, teenoor honderdtalle private radiostasies in die VSA; verder is die winsmotief ten opsigte van die radio nie plaaslik aanwesig nie en word alle gelde in die verbetering van die uitsaai-organisasie teruggeploeg. Ook word slegs beperkte ruimte in die uitsendings vir handelsadvertensies opsy gesit. Hieruit blyk ook die belangrike feit dat indien televisie ingestel sou word, dit weens statutêre beheer ten opsigte van aantal netwerke en advertensieruimte, die pers in hierdie opsig veel minder van sy advertensie-inkomste sal ontnem as wat die geval byvoorbeeld in die VSA was.

- (h) In tabel 3.2 word 'n beeld van luistersyfers vir die FM-streekdienste gegee, verdeel ten opsigte van geslag, taal en ouderdom.

TABEL 3.2

BLANKE LUISTERAARS VAN DIE FM-STREEKDIENTE TEN OPSIGTE VAN GESLAG, TAAL- en OUDERDOMSGROEPE, EERSTE KWARTAAL 1970*

Groepe	Stasie		
	Radio Hoëveld	Radio Goeie Hoop	Radio Port Natal
A. Geslag			
Mans	127,000	42,000	18,000
Vroue	132,000	49,000	20,000
Huisvroue	101,000	40,000	16,000
Werkende vroue	49,000	16,000	7,000
Nie-werkend	83,000	33,000	13,000
B. Tale			
Afr./Albei	181,000(70%)	218,000(81%)	9,000(23%)
Eng./Ander	78,000(30%)	44,000(29%)	29,000(77%)
C. Ouderdomsgroepe			
16-24	72,000(28%)	23,000(25%)	7,000(19%)
25-34	73,000(28%)	22,000(24%)	8,000(21%)
35-49	72,000(28%)	29,000(32%)	12,000(32%)
50+	42,000(16%)	17,000(19%)	11,000(28%)

* Vgl. 114, bl. 5

- (i) Uit tabel 3.2 blyk dit dat -
- (i) in die geval van Radio Hoëveld en Radio Goeie Hoop is die luisteraars hoofsaaklik Afrikaanssprekend;
 - (ii) in die geval van Radio Port Natal is die luisteraars hoofsaaklik Engelssprekend;
 - (iii) die luisteraars van hierdie dienste val hoofsaaklik in die ouderdomsgroepe jonger as 50.

3.3.3 Die vermaaklikheidsfunksie

- (a) Soos Fuchs aantoon, is Springbokradio en die FM-streekdienste, benewens hul funksie om advertensies te dra, veral gerig op vermaak. Van bogenoemde dienste is Springbokradio die oudste en is reeds, soos aangetoon, in die vroeë vyftigerjare in die lewe groep. Die FM-streekdienste is veel meer reserant van aard en verskyn eers in die laat sestigerjare op die toneel. Daar kan dus geredeneer word dat hierdie streekdienste tans nog in 'n stadium van uitbreiding staan, sodat huidige luistertalle nie sonder meer met dié van ouer dienste vergelyk kan word nie (107, bl. 241).

- (b) Waar Springbokradio saam met die Afrikaanse en Engelse dienste reeds bykans twee dekades naas mekaar bestaan, sou 'n vergelyking van luistertalle hier egter wel geregverdig wees. 'n Onlangse ondersoek van Market Research Africa bring dan ook die resultate wat in Tabel 3.3 saamgevat word, aan dié lig (114, bl. 12).

TABEL 3.3

"GISTER"-LUISTERTALLE VAN DIE AFRIKAANSE EN ENGELSE DIENSTE, SOWEL AS SPRINGBOKRADIO EN LM-RADIO*

Dag van week	Diens	4e kwartaal 1969	1e kwartaal 1970
Maandag-Vrydag	SAUK	38.4% (954,000)	39.5% (998,000)
"	SABC	16.4% (407,000)	17.1% (432,000)
"	Springbok	53.2% (1,321,000)	50.4% (1,274,000)
"	LM-radio	8.8% (219,000)	9.1% (230,000)
Saterdag	SAUK	40.3% (1,001,000)	35.8% (905,000)
"	SABC	15.7% (390,000)	18.3% (462,000)
"	Springbok	39.4% (979,000)	37.2% (940,000)
"	LM-radio	8.5% (211,000)	7.8% (197,000)
Sondag	SAUK	31.9% (792,000)	28.5% (720,000)
"	SABC	10.1% (251,000)	8.3% (210,000)
"	Springbok	39.1% (971,000)	31.2% (788,000)
"	LM-radio	9.4% (233,000)	9.8% (248,000)

* Toegang tot die radio: 1969, 98% (2,434,000); 1970, 97.5% (2,464,000)

- (c) Uit die voorafgaande tabel spreek die volgende:

- (i) Gedurende die laaste kwartaal van 1969 het Springbokradio die hoogste persentasie luistergehoor van die 4 dienste getrek op 6 van die 7 dae; slegs Saterdag was die Afrikaanse diens Springbokradio ten opsigte van gehoor met 0.9% voor.
- (ii) Gedurende die eerste kwartaal van 1970 trek Springbokradio vir al sewe dae van die week die grootste gehoor.
- (iii) Vir weksdae kom dit voor asof Springbokradio gedurende die eerste kwartaal van 1970 van sy luistergehoor prysgee (2.8% minder as die vorige kwartaal se gehoor) ten gunste van sowel die Afrikaanse en Engelse dienste, as LM-radio (hier kom toenames in luistertalle voor wat respektiewelik op 1.1%, 0.7% en 0.3% te staan kom).
- (iv) Saterdag neem die luistergehoor vanaf die 4e kwartaal 1969 tot na die eerste kwartaal 1970 in die geval van die Engelse diens met 2.6% toe; dié van die ander dienste neem af - in die geval van die Afrikaanse diens met 4.5%, ten opsigte van LM-radio met 0.7%, terwyl dié van Springbokradio ook met 2.2% daal.

Springbokradio, die Afrikaanse diens, sowel as LM-radio se daling in luistertalle kan waarskynlik gewyt word aan dié feit dat die FM-streekdienste in toenevende mate hul tol hier eis.

- (v) Dit is opvallend dat al drie dienste van die SAUK hier onder bespreking 'n daling ten opsigte van Sondaggehoore toon wanneer bogenoemde twee periodes vergelyk word - 3.4%, 1.8% en 7.9% minder luisteraars vir die eerste kwartaal 1970 respektiewelik vir die Afrikaanse en Engelse dienste, asook Springbokradio. 'n Verklaring hiervoor kan nie slegs in die feit gevind word dat LM-radio se luisteraars met 'n skrale 0.4% vir dieselfde periode toeneem nie. Veral die daling van 7.8% in die luistersyfer vir Springbokradio is hoog en moet gesoek word in die vloeï van luisteraars na die meer resente FM-streekdienste van Radio Suid-Afrika.

- (d) Die duidelike tendens hierbo is dat Springbokradio egter geoordeel aan luistertalle, die gewildste diens onder die groep onder bespreking uitmaak - en wel in so 'n mate dat hy steeds vir die twee periodes wat hier vergelyk word, as enkele diens minstens 50%+ van die totale luistergehoor gedurende weksdae trek. Let egter op dat hierdie luistergehoor op Saterdag en Sondag met 10%+ tot onder 40% val. Dit bring 'n aspek ter sprake wat aan die hand van Market Research Africa se bevindinge in tabel 3.4 hier na uiteengesit word (114, bl. 14).

TABEL 3.4

DIE AGT GEWILDSTE SPRINGBOKRADIOPROGRAMME VIR DIE 4e KWARTAAL 1969 EN DIE 1e KWARTAAL 1970

Program	Luistergehoor en posisie	
	4e kwartaal 1969	1e kwartaal 1970
Die Banneling	462,000 (2)	494,000 (1)
Die Geel Karavaan	437,000 (5)	464,000 (2)
Die Wit Sluier	429,000 (7)	448,000 (3)
Squad Cars	451,000 (4)	426,000 (4)
So maak Mens	395,000 (-)	406,000 (5)
Playhouse	410,000 (-)	387,000 (6)
Pick-a-box (Don.)	371,000 (-)	373,000 (8)
Pick-a-box (Maan.)	466,000 (1)	369,000 (-)

- (e) Uit die voorafgaande tabel is dit opvallend dat -
- (i) die eerste posisies vir 1970 word deur Afrikaanse vervolghverhale ingeneem; in die 4e posisie is steeds 'n gedramatiseerde stuk, te wete die Engelse hoorspelreeks oor polisieklompjagte;
 - (ii) Pick-a-box, wat eerste posisie gedurende die laaste kwartaal 1969 ingeneem het, val in 1970 skerp na 'n agste (Donderdae) en negende (Maandae) posisie.

- (f) Dit is dus duidelik dat veral die vermaaklikheidsaspek, wat uit gedramatiseerde verhale na vore tree, die gewildheid van Springbokradio verklaar. Veral as daarop gelet word dat hierdie vervolghverhale daaglik uitgesaai word van Maandae tot Vrydae, en nie op Saterdag en Sondag nie, dien dit as 'n waarskynlike verklaring vir die veel laer luistergehoor van Springbokradio gedurende die naweek. Dat dit egter nie al verklaring is nie, spreek ook uit die feit dat luistertalle oor die naweek vir die ander dienste in tabel 3.3 uiteengesit (met die maandelike uitsondering van LM-radio), ook aanmerklik daal. Dit kan dus ook die verklaring regverdig dat die naweek die potensiele luisteraar tot buitemuurse aktiwiteite aanspoor, waarby die radio nie noodwendig betrek word nie.
- (g) Die weekdagse luistergehoor van Springbokradio ten opsigte van die intensiteit waarmee die onderskeie geslagte luister, word vir 1965 en 1966 deur Franklin Research bestudeer. Die luistergehoor word veral uit vroue saamgestel. Om 5.00 vm. in die week luister daar reeds meer huisvroue (1.3%) ná die radio as mans (0.9%). Om 3.00 nm., wanneer die verskillende vervolghverhale op die lug is, luister 21.7% huis- en 7.7% ander vroue na die radio, teenoor 2.3% mans. Eers om 11.00 nm. begin die mansgehoor (1.7%) die huisvrouegehoor (1.0%) oorskry, maar steeds word 2.0% ander vroue by die luistergehoor betrek. Wanneer huisvroue en ander vroue persentasiegewys geneem word, maak hulle saam selfs teen 11.45 nm. nog persentueel 'n groter gehoor as mans uit (115, bl. 9).
- (h) Dit is dus opvallend dat die luistergehoor, veral gedurende weekdae wanneer die vervolhgreekse in die namiddag uitgesaai word, hoofsaaklik uit huisvroue bestaan, wanneer, soos aange-
toon, 21.9% vroue na die radio luister. Dit is die gehoor tot wie hierdie verhale basies gerig word. In 'n sekere sin sou die bevindings in die buiteland soos vroeër breedvoerig uiteengesit, dat hierdie sogenaamde "soap operas" met hul Amerikaanse oorsprong inderdaad vir baie huisvroue as ontvlugtingsmateriaal dien, plaaslik hipoteties ook kon geld. Wat egter veral uit die voorafgaande blyk, is dat Springbokradio, met sy klem juis op die vermaaklikheidsaspek, by uitstek daarin slaag om veral die vroueluisteraar te trek wat afleiding vind veral in vervolghverhale. Dit wil uit die rangorde van gewildheid voorkom asof veral Afrikaanse vervolghverhale hier die eerste posisies inneem, sodat daarvan afgelei sou kon word dat die luistergehoor ook na alle waarskynlikheid hoofsaaklik uit Afrikaanssprekende vroue saamgestel is.
- (i) Daar moet hieruit dus afgelei word dat Springbokradio wat, soos aangedui, in hoofsaak op vermaak ingestel is, sy eerste posisie in luistertalle juis inneem omdat hy enersyds in sy doel om te vermaak slaag; andersyds beklemtoon dit dat waar 'n radiodienst oorwegend op die vermaaklikheidsaspek ingestel is, hy juis sy groot luistergehoor aan hierdie feit te danke het. In sy beroep op die mens se behoefte om vermaak te word en die akkumulering van luistertalle wat in vergelyking met minder vermaaklikheidsgerigte dienste 'n positiewe oorwig toon, word die vermaaklikheidsfunksie as basiese kommunikasievermoë van die radio, minstens in 'n situasie waar televisie nog nie bestaan nie, dan hiermee ook ten opsigte van Suid-Afrika eksperimenteel bevestig.

3.3.4 Die voorligtingsfunksie

- (a) Fuchs wys daarop dat Radio Bantu juis in die lewe geroep is om

nasionale bewustheid asook 'n taaltrots by die Bantoe te kweek, ooreenkomstig elke groep se aard en behoeftes. Hieruit sou dus spreek dat Radio Bantu juis as deel van sy taak die ontwikkelingsfunksie ten grondslag het; dat voorligting wat gerig sal wees op hierdie ontwikkeling, sinvol binne die raamwerk van 'n algemene programbeleid sou inpas (107, bl. 241).

- (b) Deel van die SAUK se voorligtingsfunksie sou seer seker in landbouvoorligting gesoek kon word. Reeds in Oktober 1936 sou die SAUK begin met spesiale uitsendings vir die Blanke boere-gemeenskap. In Januarie 1937 word landbouprogramme bedags landswyd van 7.30-7.50 vm. en van 2.00-2.30 nm. uitgesaai. Die SAUK werk hier saam met die Afdeling Ekonomie en Markte van die Departement Land- en Bosbou. Markpryse en praatjies oor landbouaangeleenthede is uitgesaai. 'n Spesiale beampte is ook deur die departement aangestel om landbou-uitsendings te beheer. Tans saai landbouradio soggens van 6.00-6.30 vm. uit (83, bl. 8-9).
- (c) Die Bantoe-dienste van Radio Bantu het sedert sy eerste bestaansjaar landbouprogramme as deel van sy uitsendings ingesluit. Met die moontlike uitsondering van die Xhosadiens wat onder andere die Transkei en Ciskei vanuit King William's Town bestryk*, is daar egter geen aanduidings dat hierdie landbouprogramme op die georganiseerde wyse wat in Indië byvoorbeeld 'n kenmerk van landbou-uitsendings is, aangepak word nie. Hiervoor sou allermens die SAUK die skuld kon dra. Die instelling van landbouprogramme op so'n georganiseerde skaal sou inderdaad die gesamentlike pogings van Radio Bantu, die Departement van Bantoe-administrasie en -ontwikkeling en Landbou-tegniese Dienste vereis en voorafgegaan, en opgevolg kon word deur die nodige navorsing vir die implementering en die latere bepaling van die effektiwiteit daarvan. Hierdie aspek is binne die raamwerk van beleid-uitvoering van sodanige wesenlike belang, dat later afsonderlik aandag daaraan gegee sal word.
- (d) Die aspek van volwassene-opvoeding met die oog op bekamping van ongeletterdheid, is vooraf ten opsigte van die situasie in Honduras bespreek. Die rol wat die massamedia hier kan speel, is aangetoon. Die mislukking van die projek in Honduras is eweneens nie aan die onvermoë van die radio in hierdie verband toegeskryf nie, maar aan 'n gebrek aan organisasie. Bewus van probleme in laasgenoemde verband, het Radio Bantu tot dusver nog weggebly van grootskaalse pogings op hierdie terrein.

3.4 EFFEK

- 3.4.1 Oor die invloed van die radio in Suid-Afrika sou veel gesê kon word. Die eerste kriterium wat hier indirek ten opsigte van effektiwiteit ter sprake sou kon kom, is die groei in radiolisensieverkope sedert 1937. Op 31 Desember was daar byvoorbeeld 180,227 lisensiehouers. In 1960 was daar reeds 999,358 lisensiehouers en in 1961 is die miljoenkerf oorskry, toe daar 1,050,551 lisensiehouers was. In 1968 was daar 1,700,147 lisensiehouers.
- 3.4.2 Gedurende die oorlogsjare van 1939-1945 het die radio sy informatiewe funksie, soos aangetoon, met besondere effek vervul deur kommunikasie tussen Suid-Afrikaanse magte op die slagveld en hul familiebetrekkings plaaslik te bewerkstellig.

*Die Hoof: Ngunidienste van Radio Bantu deel ondersoeker mee dat landboubeamptes luistergroepe in dele van die Transkei organiseer om op landbouprogramme in te skakel. Werklike implementering van landbouwenke is egter nie bekend nie.

3.4.3 Die duidelikste aanduiding ten opsigte van die effektiwiteit van die radio, spreek egter uit die feit dat waar die klem op vermaaklikheid val, byvoorbeeld soos in die geval van Springbokradio, die radio die effek het dat 'n sodanig gerigte diens by uitstek daarin slaag om die luistertalle van ander minder vermaaklikheidsgerigte dienste te dreineer en dit op hom te verenig. Daarmee gepaard gaan natuurlik ook die gevaar van die narkotiserende funksie van die radio waar vervolghverhale (wat die grootste gehoor - veral vroue - trek) inderdaad vir sommige luisteraars as ontvlugtingsmateriaal kan dien, waarin hul eie persoonlike probleme gekanaliseer word.

3.4.4 Die effek van Radio Bantu ten opsigte van die gehoor wat getrek word, spreek uit 'n ondersoek van Market Research Africa, waaruit die volgende toename in luisteraarsyfers blyk:

	1962	1966	1967	1969	1970
Luisteraars:	0.8 milj.	1.2 milj.	1.5 milj.	2.3 milj.	2.8 milj.

(114, bl. xi).

In 1966 het Radio Bantu om 8.00 nm. byvoorbeeld ook 'n luistergehoor van ±500,000 gehad; in 1969 groei dit na 1,100,000 en in 1970 na 1,580,000. Langschmidt toon verder aan dat Radio Bantu byvoorbeeld in 1968 reeds die enkele medium was waaraan die meeste Bantoes in die stede blootgestel was - 36.0% stedelike Bantoes het toe "gister" na die radio geluister, terwyl 28.0% 'n weekblad in die Bantoetale gelees het, 23.8% Bantoetydskrifte gelees het en 15.2% Engelse Sondag- of weekblaaie gelees het (116, bl. 17).

3.4.5 Ten opsigte van lisensiehouers was daar onder Blanke geledere:

- Meer mense wat in 1968 lisensies gehad het as wat die totale sirkulasie van Engelse en Afrikaanse dagblaaie is - 1,700,147 lisensiehouers teenoor 'n totale dagbladsirkulasie van 953,800.
- Meer mense het radiolisensies besit as wat die totale sirkulasie van Afrikaanse en Engelse Sondag- en weekblaaie (1,354,000) was.
- Soos Market Research Africa aantoon, het 98,0% blankes (2,434,000) in 1969 toegang tot die radio gehad; 85.1% (2,114,000) het daaglik in die week na die radio geluister; 82.9% (2,059,000) het Saterdag, en 75.9% (1,885,000) het Sondag na die radio geluister (114, bl. 10).

3.4.6 Werklike effekopnames na die ware invloed van die radio (en ook die pers) op menings en houdings in Suid-Afrika bly, vir die huidige altans, hier te lande steeds agterweë. Daar word dikwels geglo dat die instelling van Radio Bantu sowat 'n dekade gelede 'n bepaalde invloed gehad het in die voorkoming van meer insidente soos dié te Sharpeville. Dit mag so wees, maar geen werklike effekopnames bestaan wat hierdie invloed as 'n bewese feit deel van die trotse geskiedenis van ooredingskommunikasie deur middel van die radio maak nie. Eweneens bly die relatiewe effek (of gebrek daaraan) van die pers en radio in Suid-Afrika in die breë, en ten opsigte van bepaalde terreine binne die kader van die funksies van vermaak, inligting, voorligting en opvoeding, iets waarvoor in die afwesigheid van sinvolle kwalitatiewe effekopnames, slegs be-spiegel sou kon word.

3.4.7 Hierdie behoefte aan gerigte navorsing word om verskeie redes steeds van meer wesenlike belang. Eerstens is dit essensieel dat radio-uitsendings vir die Bantoe, in medewerking tussen uitsaai-outeite en ander belanghebbende instansies, 'n meer doelgerigte, eksperimenteelverantwoordbare rol moet vervul in gemeenskapsontwikkeling binne die raamwerk van

die tuislandbeleid. Dit is 'n aspek wat weinig of geen uitdrukking vind in formidabele luistersyfers wat op kwantitatiewe groei van die luistergehoor dui nie, want soos aangetoon in afdeling A, is die individuele luisteraar in die reël geen aktiewe deelnemer nie, maar eerder passiewe meebelewer. Waar doelgerigte organisasie nie deel van 'n ontwikkelingsbeleid is onderliggend aan die oorredingskommunikasie waarvoor die massamedia aangewend word nie, is die gevaar van 'n narkotiserende funksie van die media altoos van aktuele aard. Bewyse hiervan spreek na alle waarskynlikheid alreeds uit die ontvlugtingswaarde wat die radio vir 'n groot deel van die luistergehoor na vervolghere in Radio Bantu (1,121,000) en Springbokradio (waar aangetoon is dat 21.7% huisvroue hierop inskakel) inhou.

Tweedens, bring die moontlike instelling van televisie in Suid-Afrika effekopnames ter sprake, wat vóór en ná die instelling hiervan vir vergelykende studies noodsaaklik is. In die VSA en elders kon die outoriteite juis hul hare uit hul koppe trek omdat so iets aldaar grootliks agterweë gebly het. Ná die instelling van televisie sou toe bevind word dat sodanige studies veel sou kon bydra om die noodwendige rolverskuiwing in die onderskeie media se funksies as gevolg van die invloed van televisie, op 'n meer verantwoordbare wyse te hanteer en 'n "vreedsame" oorgangstadium te verseker.

HOOFSTUK 4

SAMEVATTING EN AANBEVELINGS

4.1 DOEL VAN ONDERSOEK

Die doel met die ondersoek is in hoofstuk 1 geformuleer as die onderneming van 'n literatuurstudie oor die radio as massakommunikasiemedium met spesiale verwysing na die situasie in Suid-Afrika.

4.2 ORIËNTERENDE VOORARBEID

- 4.2.1 As voorarbeid tot die werklike ondersoek, is daar ingegaan op die ontwikkelingsgeskiedenis van die radio in die buiteland. Vooraf is daar egter eers uit die literatuur duidelikheid verkry insake terminologiese begrippe soos kommunikasie, kommunikator, boodskap, kanaal, bestemming, effek en die kommunikasieproses. In aansluiting by die betekenis van begrippe in kommunikasiekunde binne die raamwerk van massakommunikasie, is ingegaan op die kode en die massamedia self.
- 4.2.2 Hoofstuk 2 het veral gegaan oor die radio as medium - die ontwikkeling daarvan, trefwydte, funksies (waaronder die opvoedkundige, inligtings-, voorligtings- en vermaaklikheidsfunksies onderskei is), terwyl die effek van die radio binne die raamwerk van elk van hierdie funksies nagegaan is. Hiermee was afdeling A van die ondersoek, wat hoofsaaklik in verband met die situasie in die buiteland gestaan het, afgehandel.

4.3 DIE RADIO IN SUID-AFRIKA

- 4.3.1 In afdeling B het die situasie in Suid-Afrika ter sprake gekom. Hoofstuk 3 van hierdie afdeling is hieraan gewy. Die ontwikkeling van die radio in Suid-Afrika sedert die vroeë twintigerjare van hierdie eeu, maar veral ná die totstandkoming van die Suid-Afrikaanse Uitsaaikorporasie in 1936, is aanvanklik bestudeer.
- 4.3.2 Daar is ingegaan op uitsendings vir Blankes, Bantoes, Kleurlinge sowel as Asiëte in Suid-Afrika. Die ontwikkeling van dienste soos Springbokradio, Radio Hoëveld, Radio Goeie Hoop en Radio Port Natal, naas die bestaande Afrikaanse en Engelse dienste, is histories nagespeur. Die samewerking van die SAUK en Market Research Africa (Edms.) Bpk. in hierdie verband, dien hier spesiaal vermeld te word, aangesien die hele ondersoek vir sy proefmateriaal geheel en al afhanklik was van hierdie samewerking. Met behulp hiervan kon ook ingegaan word op die ontwikkelingsgeskiedenis van Radio Bantu.
- 4.3.3 Benewens trefwydte, is die onderskeie dienste aan die hand van voorge-noemde funksies bestudeer.
- 4.3.4 Ten slotte is ingegaan op die moontlike effek van die radio op die Suid-Afrikaanse heterogene luistergehoor. Daar is veral gewys op:
- (a) Die gebrek aan sinvolle effekopnames in die verlede met betrekking tot die radio sowel as die pers.
 - (b) Die dwingende behoefte aan toekomstige effekopnames, veral met die oog op tuislandontwikkeling en die moontlike instelling van televisie in Suid-Afrika.

4.4 SEKERE BELANGRIKE AFLEIDINGS VAN DIE ONDERSOEK

4.4.1 Die rol van die radio in ontwikkelingskommunikasie

- (a) Die rol van die massamedia in die ontwikkeling van onderontwikkelde gemeenskappe is vroeër reeds onder andere aan die hand van Schramm, omvattend bespreek. In die besonder is ingegaan op die sukses van sogenaamde radioforums in Indië, gerig op landbouontwikkeling en in 'n mindere mate ook op gesondheidsvoorligting.
- (b) Die noodsaaklikheid van die aanwending van die massamedia in die bekamping van volwassene-ongeletterdheid as deel van 'n ontwikkelingsprogram vir onderontwikkelde gemeenskappe, is eweneens beklemtoon. Die doel hier voor oë binne die raamwerk van 'n ontwikkelingsbeleid, is om so spoedig moontlik mense op te lei wat verantwoordelike take in die nywerhede kan oorneem, wat noodwendig deel van 'n beleid van ekonomiese ontwikkeling uitmaak. Die radio in besonder, asook televisie, ingeskakel by 'n program van oudiovisuele onderrig, is van die belangrikste media wat in sodanige skemas genoem word.
- (c) Die noodsaaklikheid van organisasie in die aanwending van media soos die radio en televisie in enige ontwikkelingsprogram van bogenoemde aard, is veral daarin geleë dat werklike implementering eers plaasvind wanneer diegene wat in die ontwikkeling betrokke is, in groepsverbande onder leiding van gemeenskapsleiers op die programme inskakel. Die oogmerke is om die individu juis in die groep te betrek, omdat die inisiatief tot implementering van die ontwikkelingsgerigte kommunikasie juis vanuit die groepsgees gestimuleer word. Individuele motivering is veral swak wanneer die kommunikasie tot individue in hul individuele verbande gerig word, terwyl motivering van die groep, implementering 'n taak van die individu binne die groep maak en sodoende wesentliker as positiewe motiverende aspek op die voorgrond tree. Die mislukking van die projek gerig op die bekamping van volwassene-ongeletterdheid deur middel van die radio te Honduras, was juis in die gebrek aan sodanige organisasie geleë; aan die anderkant was die sukses van die landbou-uitsendings in Indië juis weer geleë in die doeltreffende organisasie wat die radioforums aldaar gekenmerk het.
- (d) Met die uitsondering van die Xhosadiens in Kaapland, waar radioluistergroepe in 'n mindere of meerdere mate onder Xhosaboere gevorm word, veral as die inisiatief van die kant van hierdie diens se eie program personeel kom, is sodanige luistergroepe tans nog nie 'n kenmerk van Radio Bantu se landbou-uitsendings nie. Wesentlik ontbreek die ware organisasie wat tussen die verskillende belanghebbende outoriteite in Indië onderliggend tot die sukses van die projek was, plaaslik geheel en al. In 'n versnelde program van tuislandontwikkeling sou dit egter noodsaaklik wees om aan hierdie aspek opnuut dringende aandag te gee.

4.4.2 Effekopnames

- (a) Benewens gewone kwantitatiewe opnames, wat gerig is op die vasstelling van luistertalle, gewildheid van programme in terme van luisterpersentasies, ensovoorts, het effekopnames veral in die jongste verlede op die voorgrond getree as 'n noodsaaklike vorm van navorsing, waardeur veral bepaal word watter invloed die media op houdings en menings het.

- (b) In die VSA en elders het die belang van sodanige ondersoekes veral op die voorgrond getree toe die instelling van televisie en sy invloed op die ander media, die klem op die belang van 'n herwaardering van elke medium se rol en funksie in die gemeenskap geplaas het. Daar is toe gewys op die leemte wat bestaan waarvoor- en ná-opnames inderdaad ontbreek het ten opsigte van effek, sodat die werklike invloed van televisie op die rolverskuiwing van die ander media nie langer met sekerheid bepaal kon word nie.
- (c) Die moontlike instelling van televisie in die Republiek beklemtoon die belang van voorafstudies vir die huidige; verder sou die ware effek van die media in tuislandontwikkeling ook alleen langs sodanige weg bepaal kon word. Veral vir sover effekopnames ter sprake kom, het die media in die algemeen en die radio in die besonder, 'n opmerkbare agterstand in Suid-Afrika.

4.5 AANBEVELINGS

4.5.1 Die rol van die radio in ontwikkelingskommunikasie

- (a) Die plaaslike behoefte aan landbouvoorligting deur middel van die radio, moet in terme van 'n algemene ontwikkelingsbeleid vir die tuislande gesien word. Landbouontwikkeling sal noodwendig moet aanpas by 'n algemene ekonomiese ontwikkeling en die tradisionele bestaans-ekonomie wat om die bewerking van die grond sentreer, sal hiermee saam moet verdwyn. Waar die Bantoe in die verlede hoofsaaklik as landbouer bestaan het, sal spesialisasie van so 'n aard moet wees dat hoogstens 10% van die bevolking in die tuislande uiteindelik by die boerderybedryf betrokke sal moet wees, omdat dit vir hierdie persentasie moontlik is om in die hele tuisland se behoeftes in hierdie verband te voorsien.
- (b) Die inskakeling van die landbou by 'n moderne ekonomie in 'n ontwikkelingsbeleid, vereis egter optimale verbruik van die grond aan die landbou beskikbaar, sodat 'n deel van die voorligtingstaak juis geleë is in die bekamping van primitiewe boerderymetodes, wat heel dikwels deel van 'n tradisioneel-religieuse en -magiese beskouing uitmaak. Effektiewe oorredingskommunikasie sou hier dus as deel van die ontwikkelingskommunikasie gereken moes word.
- (c) By die implementering van die ontwikkelingskommunikasie is dit nodig om soveel mense as moontlik met die boodskap op dieselfde tydstip te bereik. Dit volg dus dat die massamedia in so 'n program betrek moet word en in besonder die radio wat volgens die resultate die grootste gehoor bereik.
- (d) Dit is egter ook nodig om te weet watter behoeftes in elke tuisland en in elke landbougebied binne elke tuisland bestaan, alvorens 'n ontwikkelingsbeleid waarby die radio kan inskakel, daargestel kan word. Die departement van Bantoe-administrasie en -ontwikkeling sou dus primêr hierby ter sprake kom, asook die Departement van Landbou- tegniese Dienste.
- (e) Daar is reeds gewys op die behoefte aan organisasie van luister-groepe in so 'n projek. Die bogenoemde belanghebbende outoriteite sou op 'n ad hoc-basis die nodige navorsing kon stimuleer wat deur die RGN onderneem sou kon word na-
 - (i) die wyse waarop luister-groepe georganiseer kan word;
 - (ii) die wyse waarop uitsendings hanteer behoort te word ten einde die implementering van landboumetodes te verseker;

- (iii) geskikte tye van uitsending, frekwensie van programme en die omvang van die projek by aanvanklike implementering, asook die wyse en snelheid waarteen dit uitgebrei behoort te word, ten einde uiteindelik alle gemeenskappe in die tuislande te bereik;
 - (iv) die wyse waarop voldoen kan word aan die behoefte aan radiostelle wat tot die beskikking van die luistergroepe moet wees;
 - (v) die koste van die projek.
- (f) Die huidige ondersoek wil dan aanbeveel dat 'n skema van hierdie aard vir oorweging aan die betrokke instansies voorgelê word, waar die implementering daarvan ten opsigte van tuislandontwikkeling in nasionale belang beskou kan word.

4.5.2 Meting van effek

- (a) In die lig van die moontlike instelling van televisie, dui die huidige ondersoek op die noodsaaklikheid van opnames vóór en ná die instelling van so 'n diens, ten einde die rolverskuiwing wat dit ten opsigte van die funksies van die ander media mag hê, op wetenskaplike wyse te kan voorspel en beheer.
- (b) Effekopnames in die implementering van 'n ontwikkelingsbeleid vir die Bantoetuislande ten opsigte van die landbou, is eweneens, soos aangetoon, van wesentlike belang en 'n aanbeveling van die huidige ondersoek.

LITERATUURVERWYSINGS

1. KOMITEE OOR KOMMUNIKASIE, Pretoria. Verslag. Pretoria, Dept. van Kultuursake, 1968. (Voorsitter: F.W. Blignaut).
2. SIMPOSIUM OOR KOMMUNIKASIE, Pretoria, 4-6 Julie 1967. Pretoria, Dept van Onderwys, Kuns en Wetenskap. Referaat: Kommunikasie: Sielkundige aspekte en oorwegings, deur F.W. Blignaut.
3. SIMPOSIUM OOR KOMMUNIKASIE, Pretoria. 4-6 Julie 1967; Pretoria, Dept. van Onderwys, Kuns en Wetenskap. Referaat: Die sosiologie van kommunikasie, deur N.J. Rhodie.
4. ROUCEK, J. Sociology: an introduction, by J. Roucek and R. Warren. Littlefield, N.J., Adams, 1961.
5. VAN PEURSEN, C.A. Informatie: een interdisciplinaire studie, deur C.A. Van Peursen, C. Bertels en S. Nauta. Utrecht, Aula-boeken, 1968.
6. LANDIS, C. Textbook of abnormal psychology, by C. Landis and Marjorie Bolles. New York, Macmillan, 1957.
7. BETTINGHAUS; E. Persuasive communication. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1968.
8. ARANGUREN, J. Human communication. London, World University Library, 1967.
9. SCHRAMM, W. Mass media and national development. Stanford, Stanford University Press, 1965.
10. BERLO, D. The Process of communication. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1960.
11. NEWCOMBE, T.M. "An approach to the study of communicative acts." In Smith, A.G. ed. Communication and culture. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1966.
12. PHILLIPS, G. Communication and the small group. New York, Bobbs-Merrill, 1966.
13. SCHRAMM, W. ed. The Process and effects of mass communication. Urbana, University of Illinois Press, 1965.
14. HOVLAND, C. The Influence of source credibility on communication effectiveness, by C. Hovland and W. Weiss. In Schramm, W. ed. The process and effects of mass communication. Urbana, University of Illinois Press, 1965.
15. GERBNER, G. An Institutional approach to mass communication research. In Thayer, L. ed. Communication theory and research. Springfield, Thomas, 1967.
16. SHANDS, H. Outline of a general theory of human communication: implications of normal and pathological schizogenesis. In Thayer, L. ed. Communication concepts and perspectives. London, Macmillan, 1967.

17. KRECH, D. Individual in society, by D. Krech, R. Crutchfield and E. Ballachey. New York, McGraw-Hill, 1962.
18. DEUTSCHMANN, P. Measurement in communication research. In Nafziger, R. and White, M.D. eds. Introduction to mass communication research. Rev. ed. Baton Rouge, Louisiana University Press, 1963.
19. OSGOOD, G. Cross-cultural comparability in attitude measurement via multilingual semantic differentials. In Steiner, I. and Fishbein, M. Current studies in social psychology. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1965.
20. SEWARD, GEORGENE. Psychotherapy and culture conflict. New York, Ronald Press, 1956.
21. BENEDICT, RUTH. Culture patterns. London, Routledge, 1968.
22. KLUCKHOHN, C. Personality formation: the determinants, by C. Kluckhohn and H. Murray. In Kluckhohn, C., Murray, H. and Schneider, D. eds. Personality in nature, society and culture. New York, Knopf, 1967.
23. TODA, M. About the notions of communication and structure. In Thayer, L. ed. Communication theory and research. Springfield, Thomas, 1967.
24. KLAPPER, J. The Comparative effects of the various media. In Schramm, W. ed. The Process and effects of mass communication. Urbana, University of Illinois Press, 1965.
25. PARK, R. Race and culture. Glencoe, Free Press, 1950.
26. FOA, G. Differentiation in cross-cultural communication. In Thayer, L. ed. Communication concepts and perspectives. London, Macmillan, 1967.
27. KONGRES VAN DIE SUID-AFRIKAANSE SOSIOLOGIESE VERENIGING, Pretoria, 7 Februarie 1969. Referaat: Massakommunikasie en maatskaplike verandering, deur Anna F. Steyn.
28. SARGENT, S. Social psychology, by S. Sargent and R. Williamson. New York, Ronald Press, 1959.
29. DE FLEUR, M. Theories of mass communication. New York, David Mackay, 1966.
30. TUCKER, N. Understanding the mass media. Cambridge, Cambridge University Press, 1966.
31. KLAPPER, J. The Effects of mass communication. New York, Free Press, 1966.
32. HALLORAN, J. The Effects of mass communication with special reference to television. Leicester, Leicester University Press, 1966.
33. TRACKS that violence leaves. Life, 48(3), 1970.

34. KONGRES VAN DIE SUID-AFRIKAANSE SOSIOLOGIESE VERENIGING, Pretoria, 7 Februarie 1969. Referaat: Die stand van navorsing op die gebied van massakommunikasie, deur J.B. du Toit.
35. SCHRAMM, W. The challenge to communication research. In Nafziger, R. and White, D.M. eds. Introduction to mass communication research. Rev. ed. Baton Rouge, Louisiana University Press, 1963.
36. MERCER, R.J. Advertising for radio. Broadcasting. Washington, Broadcasting Publications, 23 May, 1966.
37. DEAN, H.H. Effective communication, by H.H. Dean and K.D. Bryson. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1961.
38. EISENSON, J. The Psychology of communication, by J. Eisensohn, J.J. Auer and J.V. Irwin. New York, Applenton-Century-Crofts, 1963.
39. GORHAM, M. Training for radio. Paris, Unesco, 1949.
40. STEELE, R.C. School broadcasting in Great Britain. London, Evans, 1938.
41. WEBSTER, M. Radio in the USA. Broadcasting. Washington, Broadcasting Publications, 16 May, 1966.
42. RADIO ADVERTISING BUREAU. Report. Broadcasting. Washington, Broadcasting Publications, 14 February, 1966.
43. NATIONAL BROADCASTING COMPANY. Radio listening in the USA. Broadcasting. Washington, Broadcasting Publications, 14 March, 1966.
44. CLAUSSE, R. Education by radio. Paris, Unesco, 1949.
45. JANOWITZ, M. The social organization of education. In Rossi, P.H. and Biddle, B.J. eds. The new media and education. Chicago, Aldine, 1966.
46. BIDDLE, B.J. Educational media, education and society, by B.J. Biddle and P.H. Rossi. In Rossi, P.H. and Biddle, B.J. eds. The new media and education. Chicago, Aldine, 1966.
47. POOL, I. de S. The mass media and their interpersonal social functions in the process of modernization. In Dexter, L.A. and White, D.M. eds. People, society and mass communications. London, Free Press, 1964.
48. TAYLOR, G. Educational needs of the country. In British Broadcasting Corporation, ed. Educational television and radio in Britain. London, British Broadcasting Corporation, 1966.
49. POSTGATE, R. The present pattern in television and radio, by R. Postgate and J. Weltman. In British Broadcasting Corporation, ed. Educational television and radio in Britain. London, British Broadcasting Corporation, 1966.

50. SCUPHAM, J. Preparation and exchange of programme material. In British Broadcasting Corporation, ed. Educational television and radio in Britain. London, British Broadcasting Corporation, 1966.
51. FIRTH, B. Mass media in the classroom. London, Macmillan, 1968.
52. DALE, E. Audio-visual methods in teaching. Rev. ed., New York, Henry Holt, 1959.
53. WITTICH, W.A. Audio-visual materials: their nature and use, by W.A. Wittich and C.F. Schuller. New York, Harper, 1953.
54. CROSS, A.J.F. Audio-visual education, by A.J.F. Cross and Irene Cypher. New York, Crowell, 1961.
55. SIEPMANN, C.A. Radio. In Bryson, L. ed. The Communication of ideas. New York, Cooper, 1964.
56. BAILEY, K.V. Training teachers in using television and radio. In British Broadcasting Corporation, ed. Educational television and radio in Britain. London, British Broadcasting Corporation, 1966.
57. HOLROYDE, D. Training teachers in producing for television and radio. In British Broadcasting Corporation, ed. Educational television and radio in Britain. London, British Broadcasting Corporation, 1966.
58. KINDER, J.S. Audio-visual materials and techniques. New York, American Book Company, 1960.
59. ERICKSON, C.W.H. Administering audio-visual services. New York, Macmillan, 1959.
60. KNOWLES, M.S. Adult education. In Rossi, P.H. and Biddle, B.J. eds. The new media and education. Chicago, Aldine, 1966.
61. SCHRAMM, W. The New media: memo to educational planners, by W. Schramm, P.H. Coombs, F. Kahnert and J. Lyle. Paris, Unesco, 1967.
62. SANDS, L.B. Audio-visual procedures in teaching. New York, Ronald Press, 1956.
63. MCKOWN, H.C. Audio-visual aids to instruction, by H.C. McKown and A.B. Roberts. New York, McGraw-Hill, 1949.
64. MERTON, R.K. Mass persuasion: the social psychology of a war bond drive. New York, Harper, 1946.
65. SCHRAMM, W. Communication research in the United States. In Schramm, W. ed. The Science of human communication. New York, Basic Books, 1963.
66. JANIS, I.L. Personality as a factor in susceptibility to persuasion. In Schramm, W. ed. The Science of human communication. New York, Basic Books, 1963.
67. SCHRAMM, W. The People look at educational television, by W. Schramm, J. Lyle and I. de S. Pool. Stanford, Stanford University Press, 1963.

68. DEXTER, L.A. People, society and mass communication, by L.A. Dexter and M.D. White. New York, Free Press, 1966.
69. SALISBURY, L.H. Cross-cultural communication and dramatic ritual. In Thayer, L. ed. Communication concepts and perspectives. New York, Macmillan, 1967.
70. LEFRANC, R. Radiovision as an aid to literacy teaching in Niger. In Coombs, P.H. ed. New educational media in action: case studies for planners, v.3. Paris, Unesco, 1967.
71. SCHRAMM, W. Ten years of the radio rural forum in India. In Coombs, P.H. ed. New educational media in action: case studies for planners, v. 1. Paris, Unesco, 1967.
72. SCHRAMM, W. Educational radio in Thailand. In Coombs, P.H. ed. New educational media in action: case studies for planners, v.1. Paris, Unesco, 1967.
73. SCHRAMM, W. Japan's broadcast-correspondence high school. In Coombs, P.H. ed. New educational media in action: case studies for planners, v. 1. Paris, Unesco, 1967.
74. KINANE, K. Australia's correspondence schools with supporting broadcast programmes and radio university. In Coombs, P.H. ed. New educational media in action: case studies for planners, v. 1. Paris, Unesco, 1967.
75. EWING, J.L. The Use of radio by the correspondence school of the New Zealand department of education. In Coombs, P.H. ed. New educational media in action: case studies for planners, v. 3. Paris, Unesco, 1967.
76. LYLE, J. The Radio schools of Honduras. In Coombs, P.H. ed. New educational media in action: case studies for planners, v. 3. Paris, Unesco, 1967.
77. DAVISON, W.P. On the effects of communication. In Dexter, L.A. and White, D.M. People, society and mass communications. New York, Free Press, 1966.
78. MENDELSON, H. Listening to radio. In Dexter, L.A. and White, D.M. People, society and mass communications. New York, Free Press; 1966.
79. OXTOBY-SMITH, INCORPORATED Report. Broadcasting. Washington, Broadcasting Publications, 10 January, 1966.
80. EDITORIAL. Broadcasting. Washington, Broadcasting Publications, 27 December, 1965.
81. LEFRANC, R. Radio clubs in Niger. In Coombs, P.H. New educational media in action: case studies for planners, v. 3. Paris, Unesco, 1967.
82. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg. Jaarverslag. Johannesburg, 1940.
83. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg. Jaarverslag. Johannesburg, 1937.

84. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1938.
85. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1945.
86. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag, Johannesburg, 1947.
87. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1948.
88. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1950.
89. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1966.
90. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1956.
91. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1967.
92. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1968.
93. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1959.
94. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1965.
95. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1957.
96. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1942.
97. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1944.
98. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1946.
99. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1949.
100. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1951.
101. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1952.
102. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1953.
103. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1954.

104. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1955.
105. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1960.
106. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1962.
107. FUCHS, C.D. Die radio en die gesproke woord. Tydskrif vir
geesteswetenskappe, 9(3,4), 1969.
108. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1961.
109. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1963.
110. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1939.
111. SUID-AFRIKAANSE UITSAAIKORPORASIE, Johannesburg.
Jaarverslag. Johannesburg, 1941.
112. MARKET RESEARCH AFRICA. Total press and radio advertising
expenditure. Johannesburg, 1969.
113. MARKET RESEARCH AFRICA. 'n Studie van die taalverdeling van
Suid-Afrikaanse verbruikers teenoor persadvertensieruimte en
geldbesteding. Pretoria, Afrikaanse Handelsinstituut, 1969.
114. MARKET RESEARCH AFRICA. 'n Verslag oor luistergewoontes in
die Republiek van Suid-Afrika en Suidwes-Afrika: eerste
kwartaal 1970. Johannesburg, 1970.
115. FRANKLIN RESEARCH. Survey of radio listening in South Africa
to Springbok Radio and Lourenco Marques. Johannesburg, 1966.
116. NATIONAL DEVELOPMENT AND MANAGEMENT FOUNDATION OF
SOUTH AFRICA, Johannesburg, 1969. Paper delivered: Some
characteristics of the urban Bantu market, by W. Langschmidt.
117. MARKET RESEARCH AFRICA. Radio Bantu: a study of Bantu liste-
ning in the Republic of South Africa: first quarter, 1970.
Johannesburg, 1970.
118. MARKET RESEARCH AFRICA. Radio Bantu: a study of Bantu radio
listening in the Republic of South Africa: first quarter, 1966.
Johannesburg, 1966.

Copy 38731

Doc 38727

RAAD VIR GEESTESWETEN-
SKAPLIKE NAVORSING
BIBLIOTEK
23-11-1970
LIBRARY
HUMAN SCIENCES RESEARCH
COUNCIL

RGN-BIBLIOTEK
HSRC LIBRARY

VERVALDATUM / DATE DUE

DRSING

Besorg asseblief hierdie publikasie terug of doen aan-
soek om verlenging van die leentermyn voor die laaste
datum hieronder gestempel.

Please return this publication or apply for an extension
of the loan period before the last date stamped below.

DIE RADI V	1. 9. 76	1982-04-30	02 MAY 1995	SPESIALE KA
	2. 7. 76	1982-06-30	16 JAN 1995	
	5 OCT 1978			
	28. 10. 77	1982-08-31	IBL 038731	
	10. 3. 78	1983-06-30	TERUG	
	12. 5. 78	1984-05-31		
	5. 10. 79	1987-05-18		
	30 JUN 1980	1988-12-13		



INSTITUUT VIR KOMMUNIKASIENAVORSING
ASSISTENT-DIREKTEUR: MNR. H.J. BARNARD

PRETORIA

1970

VERSLAG NR. KOMM I



Kopiereg voorbehou

