

T.N&A

10de JAARGANG nr. 1 JUNIE 2003



MIV/VIGS
Voorligting en teksontwerp

Redaksioneel

MIV/vigs: Voorligting en teksontwerp

Piet Swanepoel

Die (on)effektiwiteit van MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -voorligtingstekste in Suid-Afrika: normatiewe raamwerke, probleme en riglyne vir oplossings

Henk Boer & Adelia Carstens

De psychologie van veilige seks en tekstontwerp

Hans Hoeken & Dymphie Geurts

Die invloed van voorbeeldgeskiedenis in fear appeals op de perceptie van de eigen-effectiviteit en de acceptatie van de boodskap

Elvis Saal

Die oorredende invloed van sleng en bron-ontvanger-ooreenkomste in MIV/vigs-materiaal

Adelia Carstens & Maritha Snyman

How effective is the Department of Health's leaflet on Counselling for low literate South Africans?

Carel Jansen

Be wise - condomize? Over de relevantie van de culturele achtergrond van in Nederland wonende Ghanezen voor voorlichting over HIV/AIDS

Opgedateer 7 Desember 2005 deur Angelique de Villiers

Kopiereg © 1997 berus by die redaksie

MIV/vigs: Voorligting en teksontwerp

- Redaksioneel -

Teksontwerp, dit wil sê die teorie en praktyk van die ontwerp van effektiewe nieliterêre tekste, word nou al 'n hele aantal jare met groot sukses deur departemente Afrikaans en Nederlands aan Suid-Afrikaanse universiteite aangebied. Die ontwikkeling van die vakgebied hier te lande het in nou samewerking geskied met kollegas aan Nederlandse universiteite, waar die vak veral in die vakgroepe Nederlands en Bedryfskommunikasie aangebied word. Hierdie samewerking duur voort; tewens, dit het die afgelope aantal jare toenemend versterk.

Die artikels in hierdie uitgawe is 'n uitvloeisel van hierdie samewerking soos dit formeel beslag gekry het in die Epidasa-projek. Hierdie projek stel hom ten doel om MIV/vigs-voorligtingsmateriaal in Suid-Afrika te verbeter. Verskeie dosente en nagraadse studente van drie Suid-Afrikaanse universiteite (Stellenbosch, UP en Unisa) en drie Nederlandse universiteite (Nijmegen, Tilburg en Twente) neem aan die navorsingsprojek deel. Vanaf Julie 2003 geniet die projek ook die finansiële ondersteuning van SANPAD (South Africa- Netherlands Research Program on Alternatives in Development). (Sien verder die webwerf van Epidasa by vir meer besonderhede oor die projek.)

Suid-Afrika beleef 'n MIV/vigs-epidemie wat 'n verwoestende effek op miljoene mense se lewens het. Gegee die hoë prevalensie van MIV/vigs in die land en die feit dat daar daaglik ongeveer 600 mense aan vigs-gerelateerde siektes sterf, word daar egter algemeen aanvaar dat bestaande voorligtingsveldtogte as intervensie om die epidemie te keer, nie suksesvol is nie. In sy bydrae Die (on)effektiwiteit van MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -voorligtingstekste in Suid-Afrika: normatiewe raamwerke, probleme en riglyne vir oplossings gee Piet Swanepoel 'n uiteensetting van normatiewe benaderings in die ontwerp van MIV/vigsvoorligting. Teen die agtergrond hiervan word daar dan 'n oorsig gegee van die kernprobleme wat met die ontwerp van bestaande veldtogte en voorligtingstekste in Suid-Afrika ervaar word.

By die ordening van die res van die artikels het bestaande normatiewe prosesmodelle vir die ontwerp van effektiewe MIV/vigs-veldtogte en -voorligtingstekste 'n bepalende rol gespeel. In die meeste van hierdie modelle gaan die ontwerp van 'n voorligtingstekste vooraf deur 'n fase van formatiewe navorsing oor (a) die problematiese gedrag, (b) die interne en ekologiese determinante daarvan en (c) kenmerke van die teikengroep wat die betrokke gedrag vertoon. Hierna word bepaal watter vorme of aspekte van die problematiese gedrag en die determinante daarvan verander sal moet word deur die voorligtingstekste, dit wil sê wat die onmiddellike en uiteindelijke doel van

die voorligtingstekse sal moet wees. In die derde stap word daar bepaal hoe die voorligtingstekse deur die ontwerpelemente daarvan (dit is die keuse van sender, inhoud, struktuur, styl, uitleg, ensovoorts) hierdie doelstellings die beste sal kan bereik. As 'n teks met die gekose ontwerp geskryf is, moet dit aan die teikengroep getoets word (formatiewe toetsing). Daarna word die teks hersien, 'n finale weergawe word geskryf, en dit word geproduseer en versprei. Na afloop van 'n veldtog word dan bepaal of die teks die doelstellings daarvan by die teikengroep bereik het.

Henk Boer en Adelia Carstens se artikel oor De psychologie van veilige seks als middel voor teksontwerp gee verslag van die soort toegepaste navorsing wat vereis word in die formatiewe fase van die ontwerp van 'n effektiewe MIV/vigs-voorligtingstekse. Die artikel bied 'n teoreties gestuurde ontleding van die oortuigings van 'n teikengroep Suid-Afrikaanse en Nederlandse damestudente oor kondoomgebruik wat hulle seksgedrag onderlê. Soos die outeurs aantoon, verskil die twee groepe wesentlik wat hulle seksgedrag en hulle oortuigings oor kondoomgebruik betref, en die implikasies van hierdie verskille vir die doel en inhoud van MIV/vigs-voorligtingstekse vir die twee groepe word duidelik uitgelig.

Die artikel van Hans Hoeken en Dymphie Geurts (De invloed van voorbeeldgeskiedenis in fear appeals op de perceptie van die eigen-effectiviteit en de acceptatie van de boodschap) en dié van Elvis Saal (Die oorredende invloed van sleng en bron-ontvangerooreenkomste in MIV/vigs-materiaal) val in die kategorie van teoreties-gerigte, funderende navorsing op die gebied van teksontwerp. In hierdie navorsing word ondersoek of, hoe, en onder watter omstandighede bepaalde tekselemente die bereiking van die sentrale doelstellings van 'n teks (informerend, oorredend, instruerend, ensovoorts) ondersteun. By die keuse van spesifieke elemente vir die ontwerp van 'n spesifieke voorligtingstekse (sien die fases hierbo) steun teksontwerpers op hierdie soort navorsing om goed-gemotiveerde keuses (byvoorbeeld die insluiting van voorbeeldgeskiedenis of die gebruik van die eiesoortige taalvorm van die teikengroep al dan nie) vir hulle eie teksontwerpe te maak.

Hans Hoeken en Dymphie Geurts fokus in hulle artikel op die vraag of voorbeeldgeskiedenis lesers se subjektiewe inskatting van hulle vermoë om gepropageerde gedrag uit te voer, positief kan beïnvloed. Hulle bevindinge toon dat dit wel die geval is en dat sulke voorbeeldgeskiedenis lei tot verhoogde eieffektiwiteitspersepsies en tot 'n aanvaarding van die sentrale boodskap van 'n teks of tot 'n verhoogde intensie om die gepropageerde gedrag uit te voer. Hierdie navorsing sluit aan by omvattender navorsing oor die gebruik van voorbeeldgeskiedenis om die oorredingskrag van verskillende komponente van oorredende tekste te verhoog – navorsing waarby daar met groot vrug in die verbetering van MIV/vigs-voorligtingstekse aangesluit kan word.

'n Teksontwerper kan deur die keuse van tekselemente verskillende soorte personas as outeur of sender van die teks skep. Die interaksie tussen hierdie persona en die leser kan 'n bepalende invloed op die leser se aanvaarding van

die boodskap van 'n teks hê. Een van die middele vir die skep van die senderpersona is die taalvorm wat gekies word. In sy bydrae ondersoek Elvis Saal aan die hand van 'n voorligtingstekste van loveLife of die gebruik van sleng 'n invloed het op 'n teikengroep se inskatting van die sender se aantreklikheid en geloofwaardigheid en daardeur op die uiteindelijke aanvaarding van die boodskap van die teks. Die uitslag van die eksperimentele ondersoek is egter onbepaald vanweë 'n belangrike metodologiese probleem wat in hierdie artikel vir hierdie soort navorsing uitgewys word, naamlik hoe om die leser se oordele oor eienskappe van die sender op grond van verskillende tekstenmerke (taalvorm versus die inhoudelike) effektief te kan manipuleer.

Hoe goed gemotiveerd die keuse van die elemente van 'n MIV/vigsvoorligtingstekste ook al mag wees, bly daar altyd 'n reeks veranderlikes oor wat die effektiwiteit van so 'n teks as voorligtingsinstrument kan beïnvloed. Pretoetsing of formatiewe evaluering van die teks is dus noodsaaklik. 'n Uitgebreide artikel ('n Teksevalueringsskema vir vigs-tekste) waarin daar oor verskillende aspekte van so 'n teksgerigte evalueringsskema verslag gedoen word, is vir hierdie uitgawe van die tydskrif gelewer deur Cathelijn Rodenburg en Leon de Stadler. Die evalueringsskema bestaan uit 'n omvattende kontrolelys met rigtinggewende vrae vir die beoordeling van die effektiwiteit al dan nie van die volgende aspekte van 'n teks: bron/sender, teikengroep, inhoud, doel, waardeappèl, oorredingsmeganismes, taalgebruik en styl, teksstruktuur, teks en beeld en uitleg. Vanweë ruimtegebrek kon ons ongelukkig nie die artikel in hierdie uitgawe opneem nie. Omdat dit egter 'n belangrike aanvulling op die artikels in hierdie uitgawe is, is die artikel in sy geheel gepubliseer op die webwerf van die Taalsentrum van die Universiteit van Stellenbosch by en op die Epidasa-webwerf by. U kan 'n kopie daarvan by enige van hierdie webwerwe aflaai.

Die noodsaak vir die evaluering van die effektiwiteit van MIV/vigs-voorligtingstekste, en vir die evaluering daarvan met behulp van verskillende metodes, word ook aangetoon in Adelia Carstens en Maritha Snyman se artikel "How effective is the Department of Health's leaflet on "HIV/AIDS Counselling" for low literate South Africans? Volgens die kennergerigte evalueer van die Departement van Gesondheid is een van die kenmerke van hulle brosjures dat hulle maklik begrypbaar is vir die teikengroep. Die outeurs toon egter met 'n lesergerigte evalueringmetode (naamlik 'n gestruktureerde onderhoud) aan dat die brosjure oor MIV/vigs-berading by laaggeletterdes (as een segment van die teikengroep) in verskillende opsigte faal. Een hiervan is die begryp van die kernboodskappe van die teks – 'n feit wat meebring dat die teks moeilik sy doelstellings by hierdie teikengroep sou kon bereik. Die outeurs sluit hulle artikel af met 'n hele aantal voorstelle (in die vorm van evalueringsheuristieke) vir die verbetering van die begrypbaarheid van MIV/vigs-voorligtingstekste vir hierdie teikengroep.

Benewens die direkte belang vir die ontwerp van effektiewe MIV/vigsvoorligting aan Ghanese in Nederland, is Carel Jansen se artikel "Be wise – condomize? Over de relevantie van de culturele achtergronden van in Nederland wonende Ghanezen voor voorlichting over AIDS ook belangrik vir

die lopende navorsing oor evalueringsmetodes vir voorligtingstekste en vir die wyse waarop kultuurspesifieke oortuigings in voorligtingsmateriaal verreken moet word. Die outeur doen uitgebreid verslag van die probleme wat ondervind is met die gebruik van die plusmin- metode as lesergerigte metode om MIV/vigs-voorligtingsmateriaal te evalueer in omstandighede waar (a) daar kommunikasieprobleme tussen die evalueerders en die teikengroep bestaan en (b) die metode (positiewe en negatiewe beoordeling van teksfragmente) self vreemd aan die kultuurgroep sou kon wees.

In die tweede deel van die artikel toon Jansen aan hoe tradisionele, Afrikaspesifieke opvattinge van die teikengroep hulle intensies om mediese hulp vir MIV/vigs te soek, beïnvloed. Hierdie feit onderstreep die noodsaak om kultuurspesifieke oortuigings, waardes en praktyke in die voorligtingstekste aan hierdie teikengroepe te verreken. Wat laasgenoemde betref, sluit Jansen se artikel weer aan by die tweede artikel in hierdie uitgawe waarin Boer en Carstens juis aantoon hoe belangrike kultuurverskille tussen teikengroepe ten opsigte van MIV/vigsverwante oortuigings, houdings, waardes en praktyke in MIV/vigs-voorligtingstekste ondervang moet word.

Voorligting oor MIV/vigs bly nog steeds een van die goedkoopste en mees effektiewe metodes om die epidemie in Suid-Afrika te stuit. Soos die artikels in hierdie uitgawe duidelik maak, is die optimalisering van die effektiwiteit van voorligtingstekste egter nie 'n maklike taak nie. Omvattende, multidissiplinêre navorsing word hiervoor dringend vereis. Hopelik sal die artikels in hierdie uitgawe as stimulus dien vir 'n veel groter groep navorsers, ook uit ons taaldepartemente, om by hierdie navorsing betrokke te raak.

Ten slotte: Ons bedank graag die persone wat as keurders vir die voorgelegde artikels opgetree het.

Piet Swanepoel (Gasredakteur), UNISA.

[Elektroniese weergawes van T.N&A](#) [Kontaknommers](#) [Algemeen](#) [Riglyne vir outeurs](#) [Bo](#)

Die (on)effektiwiteit van MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -voorligtingstekste in Suid-Afrika: normatiewe raamwerke, probleme en riglyne vir oplossings [\(1\)](#)

- Piet Swanepoel -

Abstract

In South Africa large amounts are spent annually on texts (for example advertisements, billboards, posters, stickers, brochures, pamphlets and booklets) for communication campaigns that aim to contain the spread of HIV/AIDS. However, given the high prevalence of HIV/AIDS and the large number of new HIV infections that occur daily, it is often stated that these campaigns and their supporting texts are not very effective in combatting the spread of the disease.

Section two of the article provides a discussion of a number of normative models for the design of effective (HIV/AIDS) health communication campaigns and supporting campaign texts. In Section three these models serve as an evaluation framework against which problems with the design of South African HIV/AIDS communication campaigns and materials are analysed. Section four provides an overview of a more comprehensive intervention to the HIV/AIDS epidemic.

"The biggest joke for us is the loveLife billboards. We do not know who speaks like that. The colours appeal to girls and moffies. When we get bored, we play a game and see who of us remembers the most, and then they have to buy us lunch for being so stupid."

(Shalo Mbatha, 2002)

1. Inleiding

Suid-Afrika beleef tans 'n MIV/vigs-pandemie wat 'n verwoestende effek op miljoene mense se lewens het. Die jongste epidemiologiese navorsing (sien Dorrington et al., 2001 en Human Sciences Research Council, 2002) toon byvoorbeeld aan dat

- 4.2 - 5 miljoen Suid Afrikaners tans met MIV/vigs lewe (11,4% van die

bevolking)

- 15,2% van die bevolking in die ouderdomsgroep 15 - 49 jaar MIV-positief is
- 40% van alle sterftes in die ouderdomsgroep 15 - 49 in 2000 deur vigs veroorsaak is
- vigs die oorsaak van 25% van alle sterftes in 2000 was; dus, die grootste enkele oorsaak van sterftes in Suid-Afrika
- na beraming 600 mense in Suid-Afrika gedurende 2002 daaglik aan MIV/vigs gesterf het
- sonder effektiewe intervensies, die kumulatiewe vigs-verwante sterftes in Suid-Afrika teen die jaar 2010 tot 5 na 7 miljoen sal styg

Benewens die feit dat Suid-Afrika een van die lande in die wêreld is wat die swaarste deur die epidemie getref word, is die tweede kenmerk van die epidemie hier te lande dat dit 'n algemene epidemie is: dit kom onder alle ouderdomsgroepe, alle etniese groepe en in alle geografiese gebiede van Suid-Afrika voor.

Gegee die gebrek aan 'n geneesmiddel, 'n entstof en universele en vrye toegang tot antiretrovirale middele vir die grootste deel van die Suid-Afrikaanse bevolking, bly voorligting een van die belangrikste instrumente in die stryd teen die MIV/vigs-epidemie. Alle media en kanale word in Suid-Afrika vir hierdie doel ingespan (sien Kelly, Parker & Oyosi, 2001: 34-64 en Coulson, 2002 vir 'n oorsig).

In hierdie artikel val die fokus op die effektiwiteit al dan nie van die gebruik van die gedrukte media, soos brosjures, pamflette, plakkate, advertensieborde, koerantadvertensies, plakkers en koerantbylaes as MIV/vigs-voorligtingsinstrumente. Die nasionale Departement van Gesondheid, gesondheidsdepartemente van die provinsiale regerings en nie-regeringsinstansies/gemeenskapsorganisasies spandeer saam jaarliks groot hoeveelhede van hulle skraps bronne aan die produksie en verspreiding van hierdie gedrukte massa- en kleinmedia.

Van die nasionale veldtogte in Suid-Afrika waarin daar op hierdie vorme van teksbemiddelde MIV/vigs-voorligting gesteun is/word, is die Beyond Awareness 1/2-veldtogte van die sentrale regering wat in Oktober 2000 ten einde geloop het maar waarvan die voorligtingsmateriaal nog vrylik beskikbaar is; die Khomananiveldtog wat in 2002/2003 die Beyond Awareness 1/2-veldtogte opgevolg het; die lopende veldtogte van Soul City, die oudste van die veldtogte, wat nie uitsluitlik op MIV/vigs fokus nie, maar wel 'n groot deel van hulle veldtogte aan MIV/vigsvoorligting wy; loveLife, wat in 1999 van stapel gestuur is, op die jeug gerig is en uitsluitlik op die voorkoming van MIV/vigs gefokus is, en veldtogte van die Government Communication and Information System (GCIS)/Departement van Gesondheid, wat drie MIV/VIGS-enkelboodskapveldtogte geloods het.

Verskeie kommunikasiedoelstellings word met hierdie tekste nagestreef, byvoorbeeld om mense in te lig oor die MI-virus (wat dit is, hoe dit oorgedra

word, hoe oordrag voorkom kan word en hoe MIV van vigs verskil), om hulle te oorrreed om hoërisiko seksuele gedrag te verander en om hulle te leer hoe om 'n kondoom korrek te gebruik. Ander tekste is daarop gemik om mense wat reeds met MIV/vigs lewe in te lig oor beskikbare ondersteuningsdienste en om hulle te oorrreed om van hierdie dienste gebruik te maak en om gesond en positief te lewe.

Sommige tekste is die hoofdraers van enkelboodskapveldtogte (byvoorbeeld, die "Abstain, Be faithful, Condomise"-, "If your loved one has the flu do you throw them out on the street?"- en "Men make a difference"- veldtogte van GCIS/die Nasionale Departement van Gesondheid). In ander veldtogte ondersteun die tekste mekaar om saam 'n veldtogdoelstelling te bereik (byvoorbeeld loveLife se koerantadvertensieveldtog wat ouers aanspoor om met kinders oor seks te praat en hulle brosjures oor hoe om hierdie taak aan te pak). In ander veldtogte ondersteun die gedrukte tekste (byvoorbeeld koerantadvertensies) boodskappe wat deur middel van die elektroniese massamedia versprei word (byvoorbeeld televisie- en radio-advertensies). Talle van die meer uitgebreide brosjures word ook gebruik in hospitale, klinieke en spreekkamers in interpersoonlike kontak met pasiënte of in kleingroepkommunikasie tydens opleidingsessies vir verpleegsters, gemeenskapswerkers, maatskaplike werkers of kruiedokters/ sangomas.

Gegee die hoë prevalensie van MIV/vigs in Suid-Afrika en die feit dat daar 'n geskatte 2000 nuwe infeksies elke dag plaasvind, word die effektiwiteit van hierdie veldtogte in die bekampings van die epidemie in Suid-Afrika egter vanuit verskillende oorde sterk bevraagteken. In AIDS Foundation of South Africa (2000: 4) word byvoorbeeld eksplisiet gestel dat "the results of campaigns and prevention programmes have been largely disappointin". Alhoewel daar algemeen aanvaar word dat hierdie veldtogte – in samewerking met ander nievoorligtingsgerigte inligtingsbronne – onteenseglik bygedra het tot die hoë vlakke van kennis oor MIV/vigs in die land (sien Human Sciences Research Council, 2002: 81-89 en Kelly, Parker & Oyosi, 2001: 20-23) is die algemene opvatting egter dat hulle nie tot betekenisvolle veranderinge in hoërisiko seksuele gedrag of die psigososiale determinante daarvan gelei het nie (sien byvoorbeeld loveLife, 2001b: 12).

Alhoewel hierdie uitsprake meestal nie op omvattende wetenskaplike evaluering van MIV/vigs-voorligtingsveldtogte steun nie (sien Kelly, Parker & Oyosi, 2001: 28) is dit egter ook duidelik uit die enkele studies hieroor dat daar heelwat skort met die ontwerp van Suid-Afrikaanse veldtogte en hulle ondersteunende tekste. Die term voorligtings-/veldtog-/teksontwerp dra in hierdie verband 'n dubbele lading (sien ook Schellens & Steehouder, 1994: 161-162). Die kritiek geld eerstens ten opsigte van die prosesse waarvolgens veldtogte en/of tekste tot stand kom. Tweedens geld dit ten opsigte van die kenmerke van die veldtogte of tekste self. Gegee die inherente beperkinge van teksbemiddelde kommunikasie word kritiek ook geopper teen die feit dat daar in Suid-Afrika te veel op die massamedia as intervensie in die bekampings van MIV/vigs gesteun word, dit wil sê dat ander kommunikasiekanale en -metodes en ander intervensiemiddele, soos beleid, befondsing en voorsiening van

infrastruktuur, onderbenut of onderontwikkel is.

Gegee die kritieke belang van die ontwerp van effektiewe voorligtingstekste in die bekamping van die MIV/vigs-epidemie in Suid-Afrika en die feit dat voorligtingsontwerp in Suid-Afrika self 'n onontwikkelde vakgebied is, is die hoofdoel van hierdie artikel eerstens om 'n aantal normatiewe modelle en heuristieke te bespreek aan die hand waarvan teksontwerpers MIV/vigsvoorligtingstekste sou kon ontwerp wat op 'n meer effektiewe wyse MIV/vigsvoorligtingsveldtogte in Suid-Afrika sou kon ondersteun. Tweedens is die doel om teen die agtergrond van hierdie normatiewe modelle 'n oorsig te bied van die probleme wat met Suid-Afrikaanse MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -voorligtingstekste ervaar word.

'n Aantal normatiewe modelle vir die ontwerp, implementering en evaluering van veldtogte en voorligtingstekste kom aan bod in afdeling twee. Hierdie modelle dien dan in afdeling drie as 'n normatiewe raamwerk vir die ontleding van die probleme met Suid-Afrikaanse MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -voorligtingstekste. In afdeling vier word aandag gegee aan die beperkinge van die gebruik van die massamedia as voorligtingsinstrument in die bekamping van MIV/vigs.

2. Normatiewe benaderings tot die ontwerp van effektiewe MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -voorligtingstekste

Alhoewel daar eenstemmigheid onder gesondheidsvoorligters bestaan dat die ontwerp van veldtogte en tekste nie aan die intuïsie van voorligters en teksontwerpers oorgelaat kan word nie (sien Crano, 2002: 9 en Perloff, 2001: 16) bestaan daar egter ook geen enkele, omvattende, teoretiese en empiriese gemotiveerde model wat én as basis vir die ontwerp en evaluering van veldtogte én as basis vir die ontwerp en evaluering van die ondersteunende tekste vir so 'n veldtog kan dien nie. Alhoewel daar verskeie modelle vir die beplanning van gesondheidsvoorligtingsveldtogte bestaan, gee die meeste van hulle weinig aandag aan die ontwerp en skryf van die tekste self; andersyds is die ontwerp van MIV/vigs-tekste 'n onderwerp waarvoor self nog nie uitgebreid navorsing gedoen is nie.

Waarmee veldtog- en teksontwerpers wel in die literatuur en in die praktyk gekonfronteer word, is 'n verskeidenheid modelle, metodes, strategieë, tegnieke en heuristieke waarop veldtogbeplanners en teksontwerpers vir hierdie doel sou kon terugval, byvoorbeeld:

- generiese modelle vir die ontwerp van voorligtingsveldtogte (sien byvoorbeeld Schellens, Klaassen & De Vries, 2000)
- modelle vir die ontwerp van (MIV/vigs-

)gesondheidsvoorligtingsveldtogte (sien byvoorbeeld AIDSCAP, 2003a; Bartholomew et al., 2001; Brug et al., 2001; Family Health International, 2002a; Kline, 1999; Parker, Dalrymple & Durden, 1998; McQuire, 1994; National Cancer Institute, 2002; Rice & Atkin, 2001; UNAIDS/PENNSYLVANIA, 1999 en UNESCO/UNAIDS, 2000)

- generiese modelle vir die ontwerp van tekste (sien Schellens, Klaassen & De Vries, 2000; Schellens & Maes, 2000 en Schellens & Stehouder, 1994)
- modelle vir die ontwerp van tekste van verskillende genres (byvoorbeeld informatiewe, oordedende of instruerende tekste)
- 'n groot versameling algemene heuristieke vir die ontwerp en evaluering van effektiewe tekste
- modelle vir die ontwerp van voorligtingsveldtogte waarin die ontwerp van tekste meer uitgebreid (en as logiese uitvloeisel van verskillende aktiwiteite van veldtogontwerp) aan bod kom (sien byvoorbeeld Hoeken [1998] se model vir die ontwerp van oordedende tekste, Kreuter et al. [2000] se model vir die ontwerp van afgestemde gesondheidskommunikasie ("tailored health communication") en Doak, Doak & Root (1996) en PATH/FHI/USAID (2002) se modelle vir die ontwerp van voorligtingsmateriaal vir laaggeletterdes)
- "beste praktyke" in MIV/vigs-voorligting, dit wil sê kenmerke van MIV/vigsvoorligtingsveldtogte, voorligtingsmateriale of -praktyke wat as effektief beskou word (byvoorbeeld dat suksesvolle MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en hulle ondersteunende materiale op basis van gestandaardiseerde prosesmodelle ontwikkel word; sien Herek et al., 1998 en Institute for Health Policy Studies, 2002)

Dit is wel moontlik om 'n omvattende normatiewe model vir die ontwerp en evaluering van veldtogte en tekste te konstrueer deur verskillende (en meerdere) van die bostaande generiese en kategorie-spesifieke modelle te integreer. In die geval van die verskillende prosesmodelle word hierdie integrasie vergemaklik deurdat hulle almal min of meer dieselfde inhoud en struktuur het, naamlik 'n aanduiding van stappe of fases wat in die ontwerpproses gevolg moet word (probleemontleding, ontwerp, formatiewe evaluering, implementering en eindevaluering) en 'n omskrywing van die aktiwiteite wat in elke stap/fase uitgevoer moet word.

Gegee die gebrekkige aandag aan die skryf van tekste in modelle vir die ontwerp van gesondheidsveldtogte word daar eers gefokus op 'n generiese prosesmodel vir die skryf van tekste. Daarna word hierdie model (naamlik Model 1) ingebed in 'n generiese model vir die ontwerp van 'n veldtog waar die veldtogdoelstellings met behulp van verskillende tekste bereik moet word (dit is Model 2). As 'n derde stap word aangetoon hoe die model vir die ontwerp van gesondheidsvoorligting van Bartholomew et al. (2001) en Brug et al. (2000) (Intervention Mapping/Model vir Planmatige Gesondheidsvoorligting; afgekort tot IM/MPG) op verskillende fases van hierdie twee generiese model geënt kan word.

Die resultaat is 'n omvattende normatiewe raamwerk met 'n aanduiding van

die fases/stappe, aktiwiteite en metodologieë wat in die ontwerp en evaluering van MIV/vigs-tekste gevolg kan word. Die IM/MPG-model dui byvoorbeeld uitgebreid aan watter aktiwiteite in die probleemontledingsfase uitgevoer moet word. Verdere aanvullings uit die model van Kreuter et al. (2000) op die IM/MPG-model dui aan hoe die eindevaluering van 'n voorligtingstekste aangepak kan word. Hierdie raamwerk kan as basis dien vir die integrasie van resente navorsing oor enige van die fases, aktiwiteite of metodologieë wat in hierdie raamwerk onderskei word.

Die klem val in hierdie uiteensetting egter nie op die besonderhede van elke fase, aktiwiteite en metodologieë nie. Die doel is slegs om 'n breë oorsig van hierdie aspekte van modelle vir die ontwerp van MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -tekste te gee.

Met die uitsondering van die generiese model vir die ontwerp van 'n teks (sien Model 1), word in die meeste (ander) modelle dikwels geen duidelike onderskeid in die ontwerpprosesse getref tussen take wat uitgevoer moet word deur persone met spesifieke kundighede, soos sosiale sielkundiges, medici en kommunikasiekundiges en teksontwerpers nie. Die fokus val dus eerder op die aktiwiteite wat nodig is vir die ontwerp van effektiewe veldtogte en ondersteunende tekste en op gepaste metodologieë daarvoor. Wat laasgenoemde betref, word daar op insigte uit 'n verskeidenheid dissiplines gesteun: die epidemiologie, sosiale en gesondheidsielkunde, kommunikasiewetenskap, sosiale bemarking, teksontwerp, ensovoorts.

2.1 'n Generiese model vir die ontwerp van voorligtingstekste

Die onderstaande generiese prosesmodel vir die ontwerp van tekste dien – met enkele variasies – redelik algemeen as verwysingspunt vir die ontwerppraktyk en teksontwerpnavoring (sien Schellens, Klaassen & De Vries, 2000; Schellens & Maes, 2000 en Schellens & Steehouder, 1994).

Ontwerpfase	Ontwerpproduk
1. Probleemontleding (ontleding van kommunikatiewe probleem, teksdoelstellings, teikenlesers, kommunikatiewe konteks en randvoorwaardes)	Probleembeskrywing
2. Ontwerp van konsepte vir 'n teks Ontwerpbeskrywing,	Tekskonsepte
3. Evaluering van konsepte	Hersiene konsepte
4. Ontwikkeling van teks	
5. Formatiewe evaluering en hersiening van teks	Hersiene teks

6. Produksie en verspreiding van teks	Implementering
7. Summatiewe/eindevaluering van teks	Eindevaluering van kommunikasie proses

Model 1: Generiese model vir die ontwerp van 'n teks

In ooreenstemming met generiese prosesmodelle verloop die ontwerp en evaluering van 'n voorligtingstekste in verskillende fases wat elk 'n verskeidenheid aktiwiteite behels. Soos hier voorgestel, dien die resultate van die aktiwiteite van elke fase telkens weer as die invoer van 'n daaropvolgende fase. In die ontwerppraktyk gebeur dit egter meestal dat daar telkens weer na voorafgaande fases terugkeer word alvorens daar verder met die ontwerpproses gevorder word, of dat sommige stappe oorgespring word en bepaalde ontwerptake eers afgehandel word, alvorens daar na vorige stappe terugkeer word.

In ooreenstemming met hierdie normatiewe model word aanvaar dat teksontwerpers in die ontwikkeling van konsepte vir 'n teks en in die ontwerp van die konsepvoorligtingstekste (fase 2 en 3), dit wil sê in die keuse van genre, oorredingstrategie (by oorredende tekste), sender, inhoud, struktuur, styl, tipografie, uitleg, ensovoorts, hulle eerstens sal laat lei deur toegepaste navorsing oor die teikengroep, die gekose kommunikatiewe doelstellings van die teks, die kommunikatiewe konteks en die geldende randvoorwaardes waarvan die parameters in die probleemontledingsfase (dit is fase 1) vasgestel moet word (sien Schellens, 2000). Tweedens moet die ontwerp van 'n teks steun op teorieë en teoreties-gerigte empiriese navorsing oor die prosesse wat kommunikasie in die algemeen, massamedia-kommunikasie en spesifieke teksgenres onderlê (byvoorbeeld Hoeken [1998] se model vir die verwerking van oorredende tekste of Meyers-Levy & Malaviya [1999] se model vir die verwerking van oorredende advertensies) en deur navorsing oor die effek van die keuse van spesifieke tekselemente op hierdie prosesse (byvoorbeeld die keuse van sender, inhoud, struktuur en styl op die oorredingsproses; sien Atkin, 1994; De Jong & Steehouder, 2000; Hoeken, 1998; McQuire, 1994 & 2001 en Petty & Wegener, 1998).

In die ontwerpproses word daar in bostaande model verder op verskillende punte vir die evaluering en hersiening van tekste voorsiening gemaak: formatiewe evaluering in fase 3 en 5 voordat die finale teks geproduseer en aan die teikengroep versprei word en eindevaluering in fase 7 ná lesers aan die teks blootgestel is. Metodologieë vir hierdie evalueringsprosesse, in die besonder die formatiewe evaluering van tekste, is in teksontwerp as vakgebied alreeds goed ontwikkel, en dit is die onderwerp van lopende navorsing (sien byvoorbeeld De Jong & Schellens, 2000 en Van Engelenburg, 2000).

2.2 'n Generiese model vir die ontwerp van voorligtingveldtogte en -tekste

In die ontwerp van veldtogte waar meerdere tekste ingespan word om die doelstellings van 'n veldtog te bereik, word verskeie van die besluite oor die ontwerp van die afsonderlike tekste ingebed in 'n omvattender (en voorafgaande) proses van probleemontleding en beplanning. 'n Aangepaste weergawe van Schellens, Klaassen & de Vries (2000: 9) se model vir die ontwerp van 'n kommunikasieprogram (lees: voorligtingsveldtog) waarby die ontwerp van kommunikasiemiddele (lees: voorligtingstekste) ingebed is, gee hierdie prosesse skematies en opsommenderwys weer:

Veldtogontwerp

1. Probleemontleding
2. Veldtogontwerp
3. Formatiewe evaluering van veldtogontwerp
4. Ontwerp van voorligtingstekste

Ontwerp van teks 1	Ontwerp van teks 2	Ontwerp van teks n
a. Doelbepaling	a. Doelbepaling
b. Ontwerp van teks	b. Ontwerp van teks
c. Skryf van teks	c. Skryf van teks
d. Formatiewe evaluering	d. Formatiewe evaluering
e. Produksie van teks	e. Produksie van teks

5. Implementering
6. Eindevaluering

Model 2: Generiese model vir die ontwerp van 'n voorligtingsveldtog

Probleemontleding in hierdie model verskil nie wesentlik van die aktiwiteite wat by die ontwerp van 'n enkele teks uitgespel is nie. Wat veldtogontwerp betref (fase 2), gaan dit om teoreties en empiries gemotiveerde besluite (na aanleiding van die probleemontleding) oor aspekte soos veldtogdoelstellings, veldtogboodskappe, die wyse waarop elkeen van die tekste die bereiking van spesifieke doelstellings van die veldtog (soms by spesifieke teikengroepe) moet bereik of spesifieke veldtogaktiwiteite moet ondersteun, die keuse van media en genres, kommunikasiestrategieë en dikwels ook oorkoepelende besluite oor die uitleg van tekste. Hierdie inligting word dikwels saamgevat in 'n dokument wat die veldtogteorie (in die sin van Christiansen, 1999) uitspel, dit is hoe die veldtogontwerpers voorsien dat die tekste by spesifieke teikengroepe spesifieke doelstellings sal bereik.

In hierdie model is dit eers in fase 4 dat teksontwerpers binne die konteks van die besluite oor verskillende aspekte van die veldtog as geheel en meer

spesifieke besluite oor die tekste self die onderskeie tekste ontwerp en skryf. Hierna word die tekste aan die teikengroep getoets en hersien – take wat in ooreenstemming met die generiese prosesmodel vir die ontwerp van tekste (dit is Model 1) onderneem moet word. Eers daarna word die tekste geproduseer en as deel van die implementering van die veldtog onder die teikengroep versprei. Die evaluering in fase 6 van hierdie model behels die eindevaluering van 'n veldtog as 'n geheel, wat ook 'n evaluering van spesifieke komponente van die veldtog, soos die effektiwiteit van die tekste, kan insluit.

2.3 Normatiewe modelle vir die ontwerp van MIV/vigs - /gesondheidsvoorligting

Soos reeds vermeld, bestaan daar in die literatuur verskillende normatiewe prosesmodelle vir die ontwerp van MIV/vigs- /gesondheidsvoorligtingsveldtogte wat gebruik kan word om Model 1 en Model 2 as generiese prosesmodelle vir die ontwerp van veldtogte en tekste in meer besonderhede in te vul (sien byvoorbeeld AIDSCAP, 2003a; Bartholomew et al., 2001; Brug et al., 2001; Doak, Doak & Root, 1996; Family Health International, 2002a; Kline, 1999; Parker, Dalrymple & Durden, 1998; McQuire, 1994; National Cancer Institute, 2002; PATH/FHI/USAID, 2002; Rice & Atkin, 2001; UNAIDS/PENNSYLVANIA, 1999 en UNESCO/UNAIDS, 2000). Hierdie modelle verskil onderling in aspekte soos die aantal stappe wat in die proses onderskei word, die aantal en aard van die aktiwiteite wat in elke fase onderneem moet word en die aandag wat daar aan teoretiese en metodologiese kwessies gegee word.

As basis vir die bespreking hier word gekies vir die model van Brug et al. (2000), hier benoem as die Model vir Planmatige Gesondheidsvoorligting (afgekort tot: MPG), en die model van Intervention Mapping (afgekort: IM) van Bartholomew et al. (2001). IM en MPG is inhoudelik dieselfde model, maar IM inkorporeer 'n hele aantal beeldingstegnieke ("mapping techniques") wat die ontwerper help om data uit een fase in die ontwerpproses in bewerkbare vorm na 'n daaropvolgende fase oor te dra. Die keuse vir IM/MPG word gemotiveer deur die feit dat dit tans een van die mees gedetailleerde normatiewe modelle in hierdie kategorie is, verskeie beste praktyke in MIV/vigs-/ gesondheidsvoorligting in die ontwerpproses betrek, steun op resente navorsing uit 'n verskeidenheid relevante dissiplines en omdat die effektiwiteit daarvan al in die ontwerppraktyk getoets is (sien Bartholomew et al., 2001: xviii).

IM/MPG (sien ook Schaalma, Kok & Meertens, 2001: 75) skryf die volgende fases en aktiwiteite in die ontwerp van 'n gesondheidsvoorligtingsveldtog en ondersteunende tekste voor:

1. Behoeftentleding

1.1 Ontleding van kwaliteit van lewe en gesondheid

1.2 Ontleding van gedrag en omgewing

1.3 Ontleding van gedragsdeterminante

2. Ontwikkeling van die veldtog

2.1 Formuleer spesifieke doelstellings vir die veldtog

- Selekteer spesifieke gedragsdoelstellings
- Selekteer belangrike, veranderbare determinante
- Selekteer (sub)intervensiegroep(e)
- Stel 'n matrys op van spesifieke veldtogdoelstellings

2.2 Selekteer teoreties gefundeerde metodes en praktiese intervensietegnieke

- Bedink gepaste metodieke vir elke veldtogdoelstelling
- Lei metodieke af uit teorieë en die literatuur
- Vertaal gekose metodieke in tegnieke vir die ontwerp van veldtogkomponente/tekste

2.3 Ontwerp en ontwikkel die komponente van die veldtog

- Kombineer die tegnieke in 'n veldtogplan
- Ontwerp en ontwikkel die tekste vir die veldtog
- Toets die tekste uit by die teikengroep
- Produseer die tekste

2.4 Ontwerp 'n plan vir die implementering van die veldtog

- Reël vir 'n verbindingsgroep/implementeringspan
- Selekteer implementeringsdoelstellings
- Ontwerp 'n implementeringsplan

2.5 Ontwerp 'n plan vir die evaluering van die veldtog

- Selekteer die evalueringsvlak
- Stel vrae op vir die effekevaluering
- Stel vrae op vir die prosesevaluering

3. Implementering van die veldtog

4. Evaluering van die veldtog

- Proses-efkevaluering (Is die veldtog geïmplementeer en hoe?; Word die voorligting deur intervensiegroepe verstaan en waardeer?; Watter probleme het met die implementering opgeduik?)
- Tussen-efkevaluering (Watter effek het die veldtog op veranderinge in die interne of omgewingsdeterminante gehad of op die gedrag en omgewing self?)
- Uitkomst-evaluering (Wat was die effek van die veldtog op die gesondheidsprobleem en kwaliteit van lewe van die intervensiegroep, gemeet in terme van siekte en dood (morbiditeit en mortaliteit) of in

terme van indikators van siekte?

Model 3: Intervention Mapping/die Model vir Planmatige Gesondheidsvoorligting

In IM/MPG word daar ook 'n vaste metodologie voorgeskryf vir elke aktiwiteit in elkeen van die verskillende fases. Die metodologie is daarop gemik om sowel "kreatiwiteit" as die gebruik van insigte uit bestaande navorsing en insigte uit beste praktyke in elke stap vir die ontwikkeling van die mees effektiewe oplossing van 'n ontwerpprobleem in te span. Nuwe navorsing word as laaste stap ingevoer waar dit vereis word. Die stappe is die volgende:

- Definieer duidelike en eenduidige vrae wat in elke stap beantwoord moet word (byvoorbeeld vrae oor die determinante van gedrag, oor die mees gepaste intervensiemetodieke en -tegnieke vir 'n bepaalde veldtog, of oor die struikelblokke in die uitoefening van gewenste gedrag).
- Genereer self eers moontlike, voorlopige antwoorde op hierdie vrae, by voorkeur saam met lede van die teikengroep, op basis van beskikbare kennis, insigte, intuïsie of ervaring, en dokumenteer die antwoorde.
- Soek literatuur wat direk of indirek die vrae kan beantwoord.
- Soek teorieë wat direk of indirek die vrae kan beantwoord. Doen dit deur weer die literatuur na te gaan, maar dan om vas te stel watter teorieë die outeurs inspan/deur begrippe wat in antwoorde voorkom, te koppel aan die teorieë waarin hulle verreken word of deur bekende teorieë, veral dié met 'n breë toepassingsbereik, te gebruik.
- Indien daar onbeantwoorde vrae oorbly, doen self die nodige aanvullende navorsing om antwoorde te kry.
- Lei uit die (kombinasie van) literatuurondersoek, verskillende teorieë en die aanvullende navorsing antwoorde af en implementeer hulle.

(Bartholomew et al., 2001: 50-62 en Kok, Schaalma & Brug, 2001: 28-29.)

Model 3 is self 'n generiese model vir die ontwerp van gesondheidsvoorligtingsveldtogte en voorligtingstekste. In die bespreking hieronder word die ontwerp van MIV/vigs -voorligtingsveldtogte en -tekste as toepassing gebruik.

Behoefte-analise

Fase 1 van IM/MPG is die analitiese fase waarvan die aktiwiteite afgelei is van die omvattender PRECEDE/PROCEDE-model van Green en Kreuter. Hierdie model vereis in fase 1 'n epidemiologiese en sosiale ontleding wat die voorligtingsontwerper lei deur die proses van die bepaling van

- die gesondheidsprobleem (MIV/vigs) en die impak daarvan op 'n gemeenskap (in terme van indikators van die kwaliteit van lewe van 'n gemeenskap). Hiervoor word meestal gesteun op studies oor die sosiaal-ekonomiese impak van MIV/vigs op 'n

gemeenskap/samelewing (sien byvoorbeeld Whiteside & Sunter, 2000 en Kelly, Parker & Gelb, 2002 vir 'n ontleding van die impak van die MIV/vigs-epidemie op Suid-Afrika in die breë)

- die individue/groepe wat direk of indirek by die gesondheidsprobleem betrokke is en as sodanig die intervensiegroepe vir die voorligtingsveldtog vorm
- die problematiese gedrag van individue/groepe en die interne en eksterne/omgewingsfaktore wat direk of indirek met die problematiese gedrag verband hou
- die demografiese profiel van die teikengroep (ouderdom, geslag/gender, sosioekonomiese status, opleiding/opvoeding, woonplek, ras of etnisiteit) en ander besonderhede van die teikengroep(e) vir verdere teikengroepdifferensiasie (byvoorbeeld mediablootstelling en -voorkeure, inligtingsnetwerke)
- 'n opgaaf van die "sosiale kapitaal" van die gemeenskap, dit is van alle middele tot die gemeenskap se beskikking om op 'n gesondheidsprobleem te reageer al dan nie

Enkele punte ter toeligting:

Vir bogenoemde ontleding word daar meestal gesteun op bestaande epidemiologiese navorsing, soos byvoorbeeld vervat in Human Sciences Research Council (2002). Indien self navorsing gedoen moet word, geskied dit met behulp van teoretiese gestuurde kwalitatiewe en kwantitatiewe metodes, asook metodes van deelnemende aksiemodelle ("participatory action research").

Die ontleding van die sosiale kapitaal van die teikengroep lewer belangrike inligting vir die teksontwerper op omdat dit dikwels duidelike riglyne bied oor of die teikengroep in hulle gemeenskappe op gepropageerde gedragsvorme (in tekste) sal kan reageer al dan nie (byvoorbeeld die behandeling van seksueel oordraagbare siektes of berading, toetsing en verwysing). As 'n gemeenskap byvoorbeeld nie oor die nodige fasiliteite of infrastruktuur beskik om die gepropageerde gedrag uit te voer nie, het dit weinig sin om hulle in 'n teks te probeer oorreed om dit wel te doen. Op nasionale vlak beskou, toon sulke ontledings egter ook aan of, en in welke mate, 'n land (byvoorbeeld Suid-Afrika) polities, ekonomies en sosiaal daartoe in staat is om effektiewe intervensies teen MIV/vigs te kan loods (sien Kelly, Parker & Gelb, 2002).

Kenmerkend van IM/MPG is dat daar in die ontleding van die MIV/vigsverwante problematiese gedrag nie net op individuele gedrag en interne gedragsdeterminante gefokus word nie, maar ook op die omvattender ekologie waarin die gedrag ingebed is, dit is op die makrodeterminante van gedrag, byvoorbeeld die sosiale, kulturele, ekonomiese en strukturele determinante (sien Bartholomew et al., 2001: 37-140). Soos duidelik aangetoon in die onderstaande (ietwat aangepaste) figuur van Perloff (2001: 66) (sien ook die bespreking in Whiteside & Sunter, 2000: 20) is die interne determinante van onveilige seks dikwels net 'n skakel in die kousale ketting van die omvattender stel determinante van MIV/vigs-verwante sekspraktyke:

Ekologiese determinante	Interne determinante	Gedrag
Mites en waardes	Gesondheidsoortuigings	Kondoomgebruik
oor seks en kultuur	Subjektiewe norme	Weerhouding
Rassisme	Subjektief ervaarde	Veiliger seks
Seksisme	gedragsbeheer	Instemming
Armoede	Ervaarde stereotipering	MIV/vigs-toetsing
Gebruik van	Aksieplanne	
verdoewingsmiddels	Affek	

Figuur 3: Interne en ekologiese determinante van MIV/vigs-seksverwante gedrag (Perloff, 2001: 66)

Die makro-/ekologiese determinante is self ook komplekse verskynsels wat elkeen op hulle beurt 'n invloed op elkeen van die interne determinante of direk op bepaalde gedragsvorme sou kon hê (sien Fishbein & Yzer, 2003). Om 'n effektiewe veldtog en tekste te kan ontwerp, moet die betrokke ekologiese determinante dus self ook eers teoreties deurgrond en die kousale relasies daarvan met die interne determinante of met die problematiese MIV/vigsverwante gedrag nagevors en duidelik uitgespel word. Sonder sulke analyses is dit moeilik om die kritieke determinante of konstrakte te identifiseer waarop daar in MIV/vigs-voorligtingsboodskappe gefokus moet word. (Sien Kelly, 2001 en Perloff, 2001: 49-67 vir inleidende besprekings.)

In IM/MPG word verder aanvaar dat enige individu in verskillende uitkringende netwerke of kontekste optree waar konteks-spesifieke determinante 'n bepalende rol in gedrag kan speel. Hierdie meervlakkige kontekstuele benadering tot die ontleding van die determinante van MIV/vigsverwante problematiese gedrag word ondervang in die sosiaal-ekologiese model vir gesondheidsbevordering. In hierdie model word die volgende vlakke vir die ontleding van die determinante van problematiese MIV/vigsverwante gedrag onderskei: die individuele vlak waar intrapersoonlike determinante gedrag bepaal (dit is eienskappe van die individu soos kennis, houding, gedrag, selfbeeld, vaardighede); die interpersoonlike vlak waar interpersoonlike prosesse en primêre groepe 'n invloed op gedrag uitoefen (formele en informele sosiale netwerke en sosiale ondersteuningstelsels, insluitend die gesin, vriende en werksgroepe); die institusionele vlak waar die invloed geld van sosiale instellings wat beheer word deur formele en informele reëls (byvoorbeeld in die kerk en skool); die gemeenskapvlak waar relasies tussen instellings en informele netwerke binne bepaalde grense hulle invloed uitoefen en die vlak van openbare beleid waar plaaslike of nasionale wetgewing geld. (Sien ook King, 1999: 11.)

Gegee die breë spektrum determinante van MIV/vigs-verwante problematiese gedrag en kontekste wat ter sake is, steun IM/MPG op 'n breë teoretiese basis vir die ontleding van hierdie determinante: teorieë met hulle hoofokus op die interne determinante van gedrag (Theory of Reasoned Action/ Theory of Planned Behaviour, Transtheoretical Model, Health Belief Model, Extended Parallel Process Model); teorieë wat insig verskaf in interpersoonlike verhoudings (Social Cognitive Theory, Diffusion of Innovations Theory, Social Network and Social Support Theories); veranderinge in instellings (Stage Theory of Organizational Change, Organizational Development Theory; Interorganizational Relationship Theory); veranderinge in die gemeenskap (Conscientization, Community Organization) en samelewing en regering (Agenda-building Theory, Policy Windows Theory). (Sien Bartholomew et al., 2001: 81-120).

Keuse van teikengroepe, gedrag en determinante en die formulering van doelstellings

Vir die ontwikkeling van 'n MIV/vigs-voorligtingstekst spesifiseer die IMprotokol dat daar na die behoefte-ontleding uit die problematiese gedragsvorme en hulle determinante slegs die belangrikste en veranderbare daarvan vir verdere bewerkings gekies moet word (sien verder ook die bespreking in Fishbein et al., 2002; Fishbein & Yzer, 2003 en Hornik & Woolf, 1999).

In aansluiting by die werkwyse van IM/MPG, kan die voorligter dan hierdie keuses op grond van die data wat in die behoefte-ontleding versamel is, sistematies in kaart bring in 'n matriks waarin per intervensiegroep die problematiese gedragsvorm(e), die interne en omgewingsdeterminante daarvan en alle ander relevante inligting oor die teikengroep ingevul word. Vir die niegebruik, inkonsekwente gebruik en verkeerde gebruik van kondome (as drie aparte problematiese gedragsvorme van kondome) sou vir die eerste gedragsvorm (nie-gebruik van kondome) byvoorbeeld 'n matriks soos die onderstaande gebruik kon word (met verdere uitsplitsing van elke veranderlike).

Intervensiegroep:	adolesente (demografiese kenmerke; ander relevante kenmerke)
Problematiese gedrag:	nie-gebruik van kondome
Persoonlike determinante	
Kennis	
Risikopersepsie	
Houdings	
Sosiale invloed	
Respons-effektiwiteit	
Eie- effektiwiteitsverwagting	
Vaardighede	
Omgewingsdeterminante	

Kultuuropvattings
Kulturele praktyke
Genderkonstruksies
Ekonomiese faktore
Beleidskwessies
Strukturele faktore
Sosiale kapitaal
Toegang tot kondome

Spesifieke doelstellings moet dan vir die veldtog vir die gekose teikengroep, problematiese gedragsvorme en interne en omgewingsdeterminante op die persoonlike, interpersoonlike, gemeenskaps- en/of samelewingsvlak geformuleer word om die betrokke gesondheidsprobleem uit te skakel. Tekste oor kondoomgebruik kan byvoorbeeld op individuele lede van die teikengroep gerig wees, op die verandering van die sosiale norm oor kondoomgebruik onder die teikengroep, of op 'n verandering van die houding van ouers teenoor die gebruik van kondome deur hulle kinders.

Indien gedragsverandering die hoofdoel van 'n veldtog/teks is, behels die formulering van doelstellings dat die problematiese gedrag herformuleer word as wat as gewenste gedragsvorme/gesondheidsbevorderende gedrag beskou word. Enkele voorbeelde: risikogedrag soos onbeskermd seks kan in twee gewenste gedragsvorme (as veldtog-/tekstdoelstellings) vertaal word, naamlik die korrekte gebruik van 'n kondoom elke keer as 'n persoon seks het of in die besluit om geen seks te hê as 'n kondoom nie gebruik (kan) word nie. Diskriminasie teen mense wat met MIV/vigs lewe kan weer geformuleer word as veldtog-/tekstdoelstelling: simpatieke optrede teenoor mense wat met MIV/vigs lewe.

Indien nie net die gedrag die direkte fokus van die teks is nie, maar ook die determinante van die gedrag, soos bestaande oortuigings en houdings wat verander moet word, moet doelstellings ook ten opsigte van die verandering van elkeen van hierdie determinante geformuleer word. Ter illustrasie: as onbeskermd seks veroorsaak word deur die oortuiging dat kondome nie effektief in die voorkoming van die oordrag van die MI-virus is nie, sal dit 'n doelstelling van 'n voorligtingstekste moet wees dat hierdie oortuiging vervang moet word met die oortuiging dat kondome wel effektief in die voorkoming van die oordrag van die MI-virus is.

Naas bestaande oortuigings en houdings kan die doel van 'n teks ook wees om nuwe kennis, vereiste vaardighede en die emotiewe veranderlikes wat 'n bepaalde gedragsvorm onderlê aan 'n leser oor te dra (sien Bartholomew et al., 2001: 143). Om die gewenste gedrag te bevorder, kan bestaande vaardighede verbeter, die instandhouding daarvan ondersteun, of nuwe vaardighede aangeleer word; insgelyks kan die doel van 'n teks wees om die bestaande kognitiewe en emotiewe faktore wat die gedrag onderlê, te ondersteun of te verander. Wat die omgewingsdeterminante van ongewenste gedrag betref, is die doel ook om te bepaal watter hiervan verander moet word (en ook wie

hierdie veranderinge uiteindelik teweeg moet bring).

Aangesien die formulering van die doelstellings van 'n MIV/vigs-veldtog van kritieke belang vir die inhoud en struktuur van 'n MIV/vigs-voorligtingstek is, sal dit loon om hierdie onderwerp in meer besonderhede te bespreek en met 'n aantal voorbeelde uit die voorligtingspraktyk toe te lig.

Veldtog-/tekst doelstellings soos "beoefen veilige seks" of "gebruik kondome konsekwent en korrek" is meestal te generies geformuleer vir praktiese uitvoering omdat die uitvoering daarvan 'n reeks subhandelinge vereis om die gewenste gedrag tot stand te bring. Ter illustrasie: die beoefening van veiliger seks kan deur enige van 'n reeks handelinge uitgevoer word (byvoorbeeld: onthouding, niepenetratiewe seks, konsekwente en korrekte gebruik van 'n kondoom met vaginale of anale seks, vermindering van biomediese risikofaktore). Elkeen van hierdie veiliger seksmetodes is self egter weer 'n komplekse gedragsvorm wat slegs tot stand kan kom deur die uitvoering van verskeie subhandelinge wat elkeen verskillende soorte kennis en vaardighede kan vereis.

Konsekwente en korrekte gebruik van 'n kondoom met elke seksepisode vereis byvoorbeeld van 'n persoon dat hy/sy weet waar om kondome te vind, dat hy/sy toegang tot kondome het, oor die vaardighede beskik om kondome aan te vra of te koop, weet hoe om 'n kondoom korrek te gebruik en dit prakties kan uitvoer, met 'n seksmaat oor die gebruik van kondome kan onderhandel en elke keer met seks 'n nuwe kondoom moet kan gebruik. Dit is dus nodig om die gewenste gedrag in meer besonderhede te ontleed in terme van vereiste subhandelinge, vaardighede, kennis en voorsieninge wat vereis word sodat die intervensiegroep die gewenste gedrag kan uitvoer.

In hierdie verband is dit ook nodig om te onderskei tussen langtermyn doelstellings en korttermyn doelstellings. Bewusmaking van die gevaar van MIV/vigs, risikopersepsie, kennisvermeerdering oor MIV/vigs en oor risiko-verminderende gedrag, die aanleer van spesifieke onderhandelingsvaardighede en pogings om negatiewe houdings van 'n mens se ewekniegroep teenoor die gebruik van kondome te verander, kan almal korttermyn doelstellings wees om die langtermyn doel van die konsekwente en korrekte gebruik van kondome te bereik. Individuele risikogedrag en gedragsverandering kan egter ook weer die korttermyn doelstelling wees vir die bereiking van langtermyn doelstellings wat op die verandering van omgewingsdeterminante gemik is, soos die verandering van kulturele norme en praktyke, die bereiking van ekonomiese gelykheid, verskaffing van voldoende en toeganklike onderwys en gesondheidsdienste of, samevattend, die opbou van sosiale kapitaal in 'n gemeenskap. Hierdie is komplekse prosesse en die bereiking van die betrokke doelstellings is meestal direk afhanklik van die beskikbaarheid van omvattende bronne.

Gegee dat sulke prosesse meestal net oor langer periodes bereik kan word, is die strategie dan dikwels om in individu-gerigte intervensies te fokus op die vaardighede en kennis wat die individu in staat sou stel om die problematiese

omgewingsomstandighede te bowe te kan kom. Ter illustrasie: gegee dat negatiewe sosiale houdings teenoor kondoomgebruik nie oornag verander kan word nie, word in individu-gerigte intervensies dus ook gefokus op die onderhandelingsvaardighede wat 'n individu moet verwerf om oor die gebruik van 'n kondoom met 'n seksmaat te kan onderhandel.

Die taak van die veldtog-/teksontwerper is egter om elkeen van die komplekse vorme van gewenste gedrag in die samestellende dele daarvan te ontleed. Eers dan kan besluit word watter van hierdie komponente van die gedrag die belangrikste is en in watter volgorde daar in die voorligting aan die betrokke kognitiewe faktore en vaardighede aandag gegee moet word. Verder moet so 'n ontleding ook aantoon watter omgewingsfaktore 'n rol in die beoefening van die gewenste gedrag speel en hoe dié sal moet verander om die gewenste gedrag te ondersteun. (Sien ook Schaalma, Kok & Meertens, 2001: 78.) Die wyse waarop gedragsdeterminante en programdoelstellings op mekaar afgestem word in die ontwerp van 'n veldtog/teks kan met die onderstaande gekombineerde voorbeeld uit Schaalma, Kok & Meertens (2001: 78) en Bartholomew et al. (2001: 144) geïllustreer word. As voorbeeld kombineer dit 'n aantal van die interne determinante van die konsekwente en korrekte gebruik van kondome onder adolessente (as onderdeel van gewenste gedrag vir die voorkoming van MIV/vigs) met daarnaas telkens 'n aanduiding van watter doelstellings daar met die veldtog/voorligtingstekste ten opsigte van elke determinant bereik moet word.

Determinant	Programdoelstelling
	(Na blootstelling aan die veldtog/teks)
Kennis	kan die intervensiegroep verduidelik wat die verskil is tussen seropositief wees en reeds met vigs leef
Risikopersepsie	erken die intervensiegroep dat MIVoordrag verband hou met risiko-gedrag en nie met 'n lid wees van 'n risikogroep nie erken die intervensiegroep dat hulle in situasies kan beland waar die oordrag van MIV of 'n ander seksueel oordraagbare siekte (SOS) 'n werklikheid is
Houdings	kan die intervensiegroep die voordele van die gebruik van 'n kondoom anders as net vir gesondheidsdoeleindes opnoem het die intervensiegroep 'n reële beeld van die moontlike nadele van kondoomgebruik
Sosiale invloed	kan die intervensiegroep 'n voldoende beskrywing gee van hoe jongmense in die algemeen oor die voorkoming van

	<p>MIV/vigs dink</p> <p>kan die intervensiegroep argumente aanvoer teen onveilige seks</p>
<p>Eie-effektiwiteitsverwagting (ten opsigte van kondoomgebruik)</p>	<p>weet die intervensiegroep waar kondome gekoop of verkry kan word</p> <p>kies die intervensiegroep kondome wat getoets is</p> <p>dra die intervensiegroep kondome aan hulle of sorg dat hulle maklik toeganklik is</p> <p>vervang die intervensiegroep die kondoomvoorraad na 'n maand</p> <p>berg die intervensiegroep kondome in 'n plek waar dit nie aan hoë temperature blootgestel is nie</p> <p>onderhandel die intervensiegroep oor die gebruik van kondome met hulle seksmaats stel die intervensiegroep 'n gemeenskaplike doel met kondoomgebruik (byvoorbeeld voorkoming van vigs) aan hulle seksmaats</p> <p>stel die intervensiegroep dit duidelik dat die gebruik van 'n kondoom 'n besliste voorwaarde vir seksuele omgang is</p> <p>luister die intervensiegroep na bekommernis van hulle seksmaats oor kondoomgebruik</p> <p>stel die intervensiegroep oplossings hiervoor voor in ooreenstemming met gesamentlike doelstellings en persoonlike vereistes</p> <p>gebruik die intervensiegroep 'n kondoom korrek tydens seks</p> <p>gebruik die intervensiegroep 'n watergebaseerde eerder as 'n</p>

	<p>oliegebaseerde smeermiddel</p> <p>gebruik die intervensiegroep 'n nuwe kondoom vir elke episode van seksuele omgang</p> <p>volg die intervensiegroep die instruksies by die verpakking van kondome</p> <p>volg die intervensiegroep die instruksies by die verpakking vir die weggooi van gebruikte kondome</p>
--	--

Selfs hierdie uitgebreide lys maak nie aanspraak op volledigheid nie, aangesien die individuele kennis en vaardighede vir die konsekwente en korrekte gebruik van kondome vir feitlik elke determinant nog verder uitgebrei kan word. Verder is dit ook so dat verskeie van die determinante van kondoomgebruik buite die beheer van die individu val. Vir die ontwerp van voorligtingsintervensies is die vraag ten opsigte van elkeen van hierdie omgewingsdeterminante watter van hierdie determinante suksesvol deur voorligting verander sou kon word, wie die teiken van die intervensie moet wees en wat uiteindelik realisties met die intervensie bereik moet/kan word.

Boodskapontwikkeling

Die volgende stap in IM is om te besluit oor die boodskappe (konseptuele inhoud) wat in die voorligtingstekste oorgedra moet word. Die formulering van die voorligtingsboodskap moet ten nouste aansluit by die voorafgaande seleksie en ontleding van die gedragsdeterminante en doelstellings. 'n Sistematiese ontwikkeling van die boodskappe kan bereik word deur elkeen van die veldtogdoelstellings as 'n hoof- of subtema te gebruik en om dan meer spesifieke boodskappe in samewerking met lede van die teikengroep en kenners vir elke subtema te ontwikkel. Met die oog op die ontwerp van die tekste self, sou so 'n uiteensetting dan self as teksskema vir een of meerdere tekste gebruik kan word. Word die voorafgaande uiteensetting van die determinante van gedrag en ooreenstemmende teksdoelstellings vir die konsekwente en korrekte gebruik van kondome as voorbeeld gebruik, dan lewer dit die volgende skema op:

Hoof- en subtemas

Programtema:
Veiliger seks

Subtema:
Kondoomgebruik

Subtema: Oordrag van MIV
Verduidelik hoe MIV-transmissie plaasvind tydens

onbeskermdede anale
en vaginale seks
Verduidelik hoe die
korrekte gebruik
van 'n kondoom
MIVtransmissie
kan keer

(Probleem-
oplossingstruktuur;
doel-
middelstruktuur)
Subtema: Algemene inligting
oor kondome
Verskaf inligting
oor waar kondome
gekoop of verkry
kan word
Benadruk

die kies van
kondome wat
getoets is (verskaf
redes)

dat kondome aan
die persoon gedra
moet word sodat
hulle altyd
toeganklik is
wanneer hulle
benodig word
dat die
kondoomvoorraad
na 'n maand
vervang moet
word (verskaf
redes)

dat kondome
geberg moet word
in 'n plek waar dit
nie aan hoë
temperature
blootgestel is nie
(verskaf redes)

Subtema: Gebruik van 'n
kondoom met
vaginale of anale
seks

Subtema: Onderhandeling
van
kondoomgebruik
Indien een van die
partye nie tot die
gebruik van 'n
kondoom toestem
nie, onderhandel
die gebruik van 'n
kondoom met jou
seksmaat voor
penetrasie.

Stel saam met jou
seksmaat 'n
gemeenskaplike
doel vas oor
waarom julle 'n
kondoom moet
gebruik
(voorkoming van
swangerskap/
MIV).

Stel aan jou
seksmaat dat die
gebruik van 'n
kondoom 'n
besliste
voorwaarde vir
seksuele omgang
is.

Luister na jou
seksmaat se
besware teen die
gebruik van 'n
kondoom.

Probeer saam
oplossings vir die
besware vind,
maar oplossings
wat in
ooreenstemming is
met julle
gesamentlike
doelstelling en jou
persoonlike
vereistes.

Weier om
penetratiewe seks

te hê as jou
seksmaat nog
steeds die gebruik
van 'n kondoom
weier.

Subtema: Korrekte gebruik
van 'n kondoom
tydens seks

Beklemtoon die
belang van die
korrekte gebruik
van 'n kondoom
(voordele van
korrekte gebruik,
nadele van
verkeerde
gebruik).

Beklemtoon:

dat 'n nuwe
kondoom vir elke
episode van
seksuele omgang
gebruik moet word
(redes hoekom)

dat 'n
watergebaseerde
eerder as 'n
oliegebaseerde
smeermiddel
gebruik moet word
(redes hoekom)

wanneer die
kondoom aangesit
moet word (verskaf
redes)

presies hoe die
kondoom aangesit
moet word (of:
beklemtoon dat die
gebruiksvoorskrifte
by die verpakking
van kondome
korrek nagevolg
moet word)

wanneer en hoe die
kondoom afgehaal
en hoe daarvan

ontslae geraak moet
word

Aan die hand van hierdie skema met die aangeduide hoofemas en subtemas, sou dit alreeds byvoorbeeld moontlik wees om (vooruitwerkend) tekskonsepte of volledige eerste teksweergawes te ontwikkel. In die Nederlandse "Vrij veilig"- veldtog, byvoorbeeld, is 'n afsonderlike pamflet ontwerp om die onderhandelingsvaardigheid vir kondoomgebruik aan die teikengroep oor te dra. Die teks van hierdie pamflet steun inhoudelik en struktureel direk op die boodskapskema oor onderhandelingsvaardighede hierbo. Die inhoud van die teks lui soos volg (aangehaal uit Schaalma et al., 2000: 108):

Korte kursus "Lang leve de liefde"

Korte kursus. Stel je voor: Jij wilt veilig vrijen met condoom maar die ander wil zonder. Wat doe je?

1. Zeg dat je met condoom wilt vrijen. Laat zien dat je het meent.
2. Maakt de ander bezwaren? Zeg dan waarom je het met condoom wilt.
3. Als het nodig is, leg het dan nog een keer uit.
4. Als die ander dan nog steeds zonder condoom wil, stel dan een andere manier van veilig vrijen voor: geen geslachtsgemeenschap maar iets anders.
5. Als de ander ook daar niet positief op reageert, vertel dan wat het gesprek je doet: bijvoorbeeld dat je het helemaal niet leuk meer vindt als het zo moet.
6. Trek je conclusies. Praat er niet meer over en loop eventueel weg. (De ander kan er nog altijd op terugkomen.)

Lang leve de liefde. En jij kunt daarvoor zorgen.

Nóg die keuse van 'n brosjure om hierdie onderhandelingsvaardighede aan die teikengroep oor te dra, nóg die keuse om die inhoud van die teks as geheel in die vorm van 'n probleem-oplossingstruktuur te struktureer en om laasgenoemde in die vorm van 'n stel instruksies te verwoord, is noodwendig al metode of die beste metode om die voorligtingsdoelstelling (aanleer van onderhandelingsvaardighede) by die teikengroep te bereik. Gevolglik word daar in IM/MPG 'n volgende stap ingebou waarin daar 'n besluit oor die mees effektiewe metodes en strategieë gemaak moet word.

Keuse van metodieke en strategieë

Die volgende stap in IM/MPG is om teoreties gefundeerde metodes en praktiese intervensietegnieke te selekteer om die doelstellings van die voorligtingstekste die beste te bereik. Bartholomew et al. (2001) gebruik die terme metodes en strategieë om te verwys na 'n omvattende stel intervensiemetodes, -strategieë en -tegnieke wat onder drie rubrieke aangebied word: basiese metodes, metodes vir die verandering van persoonlike determinante en metodes vir die verandering van die omgewingsdeterminante

van problematiese gedrag (sien Bartholomew et al., 2001: 180- 220). Die metodes wat die outeurs lys, is nie almal op die ontwerp van tekste afgestem nie, maar geld vir die gebruik van 'n groter verskeidenheid kommunikasiemiddele en kanale. Verskeie van hulle geld egter wel vir die ontwerp van tekste (soos die basiese metodes en persoonlike oorreding). Hierdie stap oorvleuel dus grootliks met Model 1 vir teksontwerp waarin 'n teksontwerper teoreties en empiries gemotiveerde keuses ten opsigte van die seleksie van sender, strategie, inhoud, struktuur, styl, ensovoorts moet maak. Van die ander metodes wat die outeurs lys, verg meer kreatiewe aanpassing vir gebruik in gedrukte tekste, soos byvoorbeeld die modellering van gedrag. Strokiesprente en illustrasies sou byvoorbeeld vir hierdie doel gebruik kon word, alhoewel hulle nie so effektief is soos die gebruik van video of lewendige modelle nie.

As basiese metodes by teksontwerp, dit wil sê as metodes waaraan alle tekste sou moet voldoen, noem Bartholomew et al. (2001: 180-186) die volgende: die basiese beginsels vir suksesvolle kommunikasie (sien byvoorbeeld ook McQuire, 1994 & 2001), die basiese beginsels vir effektiewe leer (sien byvoorbeeld ook Van Dijk, 2001 en Doak, Doak & Root, 1996), die afstemming van die boodskap op die teikengroep ("tailoring") (sien ook Kreuter et al., 2000) en afstemming op kultuurspesifieke kenmerke van die teikengroep (sien ook Huff & Kline, 1999).

Rasionele argumentasie en die gebruik van vreesappèlle is van die spesifieke metodes wat Bartholomew et al. (2001) as moontlikhede noem vir die verandering van die interne en makrodeterminante van gedrag. In MIV/vigsvoorligting is persoonlike oorreding (in die besonder met behulp van rasionele argumentasie) nog steeds een van die vernaamste metodes om gedragsverandering via die verandering van gedragsdeterminante te bewerkstellig. Daarnaas word baie verfynde vorme van vreesappèlle ook ingespan (sien ook Atkin, 2002). Soos die basiese metodes, is die gebruik van argumentasie een van die metodes wat in teksontwerp as vakgebied die onderwerp van lopende navorsing is.

Dit is egter ook opvallend uit Bartholomew et al. (2001) se opsomming van metodes en uit oorsigwerke soos Atkin (1994), Hoeken (1998), McQuire (2001) en Schaalma et al. (2000) watter breë spektrum metodes tot die teksontwerper se beskikking is. Die kernpunt is dat ontwerpers vir die ontwerp van 'n effektiewe voorligtingstekste in hierdie fase gemotiveerde keuses op die makrovlak moet maak oor watter metodes en strategieë die beste die veldtogboodskappe by die teikengroep sal tuisbring om sodoende die nodige gedragsverandering of veranderinge in die determinante van die gedrag te bewerkstellig.

'n Goeie voorbeeld van hoe 'n verskeidenheid teoreties gestuurde metodes en strategieë ingespan is in 'n veldtog vir die gebruik van kondome vir leerders word verskaf in Schaalma & Kok (2001). Die gebruik van rolmodelstories, vraelyste, inligtingverskaffing, onderrig in die erotika (erotiese assosiasie met kondoomgebruik) en die aanbieding van argumente (oorreding) is van die talle

strategieë wat in die gedrukte materiaal (naas of saam met ander strategieë soos video, groepsbesprekings en onderhoudvoering) gebruik is om die interne determinante (byvoorbeeld laerisikopersepsie, aktiewe prosessering van inligting, houdingsverandering, hantering van bestaande sosiale norme, ensovoorts.) en vaardigheidsopleiding vir korrekte en konsekwente kondoomgebruik aan te spreek. Schaalma & Kok (2001) bied verder 'n goeie voorbeeld van hoe 'n veldtog en ondersteunende tekste op basis van IM/MPG ontwerp en uitgevoer kan word.

Programbeplanning

Volgens Bartholomew et al. (2001) is dit op hierdie punt dat die teksontwerper die besluit moet neem of die doelstellings van die MIV/vigs-voorligtingsveldtog met behulp van 'n enkele voorligtingstekste bereik sal kan word en of hierdie taak oor verskillende tekste (elkeen met 'n eie (sub-)doel; sien Model 2) in 'n omvattender veldtog/program versprei moet word. Indien verskillende tekste gebruik word, moet daar besluit word in watter volgorde hierdie tekste in die tyd geïmplementeer/gelewer moet word en presies wat die hoofdoelstelling, boodskappe, spesifieke inhoud, struktuur, styl en uitleg van elkeen sal wees en hoe hulle by mekaar sal aansluit. Enige van hierdie tekste kan verskillende doelstellings hê en mekaar op verskillende maniere ondersteun; byvoorbeeld: 'n advertensie kan gebruik word om bewustheid te skep, en dié kan gevolg word deur 'n gedetailleerde brosjure wat verandering in kennis, houdings, gedrag en vaardigheidsopleiding ten doel het. Afsonderlike tekste kan ook op die afsonderlike determinante van 'n gedragsvorm gerig wees óf net op bepaalde gedragsvorme self fokus (byvoorbeeld konsekwente en korrekte gebruik van kondome).

Die keuse van kanale en media moet geskied met inagneming van die kommunikasie- en mediavorkeure van die intervensiegroep, die effektiwiteit van die betrokke kanale en media in die bereiking van die spesifieke programdoelstellings, die gekose metodes en strategieë waarop daar in die intervensieplan besluit is en die koste verbonde aan die gebruik van spesifieke kanale en media (sien Bartholomew et al., 2001: 238).

Hoe meer tekste gebruik word, des te sterker is die noodsaak egter om die verbondenheid van elke teks met die veldtog as geheel (en die doelstellings daarvan) aan te dui (ook bekend as "branding"). Van die sigbare metodes hiervoor is byvoorbeeld die gebruik van die internasionale vigslint (of die meer kultuurspesifieke variant in die vorm van 'n vigslint wat van krale geweef is), gebruik van 'n naam as logo (byvoorbeeld loveLife), herhaling van 'n illustratiewe element/tekselement (byvoorbeeld deur dieselfde spreker/sender te gebruik in alle tekste wat op 'n spesifieke teikengroep gerig is), die gebruik van 'n eenvormige uitleg vir alle tekste of die gebruik van 'n herhalende slagspreuk (byvoorbeeld "Ik vrij veilig, of ik vrij niet", "Talk about it", of "Abstain, Be faithful, Condomize"). Soos Bartholomew et al. (2001: 235-236) aantoon, kan die motief aansluit by enige van die volgende: die gedragsdoelstelling van die veldtog, kenmerke van die intervensiegroep, hulle kultuur of die voorkeurleermetodes van die intervensiegroep.

Volgens IM/MPG is dit eers as die ontwerp van 'n veldtog op hierdie punt gekom het dat die eerste volledige konseptekste ontwikkel kan word en dat teksontwerpers self in die proses betrek word. Normatief gesien, sou dit dan moet geskied soos uiteengesit in Model 1 hier bo.

Pretoetsing

In al drie die modelle wat hierbo bespreek word, word daar ná die ontwikkeling van 'n konsepteks voorsiening gemaak vir die pretoetsing (formatiewe evaluering) van die teks by die teikengroep en die hersiening van die teks voor dit op groot skaal geproduseer en onder die teikengroep versprei word.

Implementering en eindevaluering van programkomponente

'n Opvallende kenmerk van IM/MPG is dat daar voor die implementering en eindevaluering van die komponente van 'n veldtog reeds vooraf deeglik vir die implementering en evaluering beplan word. Hierna word die implementering in werking gestel en deurgaans gemoniteer. Die finale stap is dan die eindevaluering van die veldtog en die komponente daarvan (sien Bartholomew et al., 2001: 290- 351 vir 'n volledige bespreking).

Bartholomew et al. (2001) gee nie self in die besonder aandag aan die eindevaluering van tekste nie. Vir hierdie doel sou 'n mens egter wel kon steun op Kreuter et al. (2000: 225-242) se (heelwat vereenvoudigde) metodologie vir die eindevaluering van gesondheidsvoorligtingstekste. In ooreenstemming met Bartholomew et al. (2001) word die effektiwiteit van die tekste ten opsigte van twee dimensies gemeet: die ontwerpproses self, dit wil sê die kwaliteit van die ontwerpaktiwiteite, metodologieë en die uitkomst van elke fase in die ontwerpproses, soos byvoorbeeld uitgespel in IM/MPG (sien ook Kreuter et al., 2000: 226-233) en die effek van die teks (as produk) op die kommunikasie met die leser en die bereiking van die veldtogdoelstellings by die leser.

Evaluering van die prosesdimensie behels in die praktyk 'n beoordeling van die prosesse en aktiwiteite wat gevolg is en die resultate daarvan (byvoorbeeld die kwaliteit van die formatiewe navorsing wat vir die veldtog-/teksontwerp gevolg is, soos die ontleding van die problematiese gedrag en die determinante daarvan, teikengroepontleding en -segmentering, afleiding en uitbouing van veldtogdoelstellings, keuse van metodes en tegnieke, ensovoorts.), die prosesse wat in die ontwerp van die tekste gevolg is en die wyse waarop die implementeringsplan opgestel en uiteindelik uitgevoer is. Indien daar byvoorbeeld gevind sou word dat die tekste self geen impak gehad het op die bereiking van die doelstellings daarvan nie, dan sou die foute byvoorbeeld ook na enige of meerdere van hierdie fases, aktiwiteite of metodologieë teruggevoer kon word.

Die evaluering van die effektiwiteit van die voorligtingstekste self behels eerstens die meting van die effek van 'n teks (positief of negatief) op verskillende fases in die kommunikasie- en ooredingsproses wat tussen teks

en leser bewerkstellig moet word (sien Kreuter et al., 2000: 233-237).

1. Tuning in (exposure to the communication)
2. Attending to the communication
3. Liking it, maintaining interest in it
4. Comprehending its contents (learning what)
5. Generating related cognitions
6. Acquiring relevant skills (learning how)
7. Agreeing with the communication's position (attitude change)
8. Storing one's new position in memory
9. Retrieval of the new position from memory when relevant
10. Decision to act on the basis of the retrieved position
11. Acting on it
12. Post-action cognitive integration of this behaviour
13. Proselytizing others to behave likewise

Figuur 1: McQuire (1994) se model van die ooredingsproses

In ooredingskommunikasie (sien McQuire [1994] se model in figuur 1 hierbo) word daar aanvaar dat die effek van 'n teks op die leser verhoog word indien dit 'n positiewe invloed op die verskillende stadia in die ooredingsproses het, byvoorbeeld: 'n persoon moet eers aan die teks blootgestel word, daaraan aandag gee, daarvan hou, dit begryp, daaruit leer, die inhoud onthou, besluite daarop baseer, en dan in ooreenstemming met hierdie besluite optree. In ooreenstemming met hierdie model word ses kategorieë tekseffekte met behulp van toetsitems in 'n vraelys by lede van die teikengroep getoets: blootstelling en die lees van die teks, reaksie op die voorkoms van die teks, reaksie op die inhoud van die teks, oordele oor die persoonlike relevansie van die teks, effek van die teks op kommunikasie met ander en oordele oor die bruikbaarheid van die inligting. (Sien Kreuter et al., 2000: 233-237 vir 'n uitgebreide bespreking van die teoretiese en empiriese motivering vir die keuse van hierdie tekseffekte vir meting.)

Die tweede komponent van die evaluering van die teks as kommunikasieprodukt behels 'n meting van die mate waarin die teks wel daarin geslaag het om 'n verandering in die gedrag of die determinante daarvan (soos uitgespel in die teksdoelstellings) te bewerkstellig. Dieselfde gedragsvorme en determinante word hier gemeet as wat in die probleemontledingsfase gedoen is en dieselfde metodologie (hier vraelys met toetsitems) word gevolg (sien Kreuter et al., 2000: 237-241).

Vir die meting van die effektiwiteit van die tekste is twee stappe data uit die ontwerpproses van belang. Die eerste is die problematiese MIV/vigs-verwante gedrag van die teikengroep en die determinante daarvan vóór hulle aan die tekste blootgestel is. Hierdie data dien as basis (sogenaamde "baseline data") om te bepaal of en in welke aspekte daar wel veranderinge (al dan nie) by die teikengroep in hulle gedrag en/of die determinante daarvan plaasgevind het. Die tweede is die doelstellings van die voorligtingstekste omdat dié 'n omskrywing gee van die veranderinge in die gedrag en/of determinante wat

met blootstelling aan die tekste beoog is. Vir hierdie doel is dit egter nodig om duidelike indikatore te ontwikkel waarvolgens bepaal kan word of die tekstdoelstellings wel bereik is al dan nie.

Hierdie twee stelde data definieer op 'n skaal van verandering die twee eindpunte, terwyl die resultate van die eindevaluering met die vraelyste aantoon waar die teikengroep op hierdie skaal val (en dus watter onmiddellike/langtermyn-effekte bereik is).

Die metodologiese probleme rondom afleidings oor die effektiwiteit van massamedia-voorligtingsveldtogte is 'n onderwerp wat uitgebreid in die literatuur aan bod kom (sien Yzer, 1999 en Yzer, Siero & Buunk, 2000). Die kernprobleem is dat die gemete effekte nie noodwendig (dit wil sê kousaal) die resultaat van blootstelling aan die spesifieke tekste is/hoef te wees nie. Eindevaluering is dus 'n proses wat met die grootste metodologiese omsigtigheid aangepak moet word. Nogtans bly dit 'n uiters belangrike komponent van die ontwerp van effektiewe MIV/vigs-voorligting omdat die doel daarvan ook is om vooruitskouend op verdere veldtogte vas te stel watter voorligtingspraktyke die beste vir spesifieke teikengroepe werk. (Vir 'n uitgebreide bespreking van hierdie punt en van die noodsaak vir die evaluering van veldtogte sien Dijker, Van Dongen & Brug, 2000; Family Health International, 2002b; Gibney, DiClemente & Vermund, 1999; en Van Engelenburg, 2000).

Hierdie normatiewe raamwerk skets slegs in die breë hoe 'n MIV/vigs-veldtog aangepak sou moes word om die kans op die effektiwiteit daarvan te verhoog. In afdeling drie word die ontwerp, implementering en evaluering van MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -tekste in Suid-Afrika teen hierdie normatiewe raamwerk beskou.

3. Problematiese aspekte van MIV/vigs-voorligtingstekste in Suid-Afrika

3.1 Evaluering van veldtogte

Suid-Afrika is een van die lande in die wêreld wat die swaarste getref word deur die MIV/vigs-epidemie. Sedert 1982 is daar wel afwisselend en soms met groter grade van intensiteit gepoog om die epidemie met voorligtingsveldtogte te stuit. Nogtans is daar, met die uitsondering van die Soul City 4-veldtog, nog geen omvattende wetenskaplike eindevaluering (soos hierbo bespreek) van enige MIV/vigs-voorligtingsveldtog en die ondersteunende tekste onderneem nie – 'n kenmerk wat Suid-Afrika met verskeie ontwikkelende lande deel (sien Gibney, DiClemente & Vermund, 1999). Verder is daar ook nog weinig navorsing oor Suid-Afrikaanse MIV/vigs-veldtogte en -tekste gedoen.

Wat die eerste punt betref: van die veldtogte wat reeds afgeloop het, is slegs die hulplyn as veldtogkomponent en herkenning van die rooi vigslint van die Beyond Awareness-veldtog geëvalueer (Coulson, 2002: 15). Geen proses- of impakevaluering is gedoen nie. Geen indevaluering is van die enkelboodskapveldtogte van die Government Communication Information System/ Departement van Gesondheid gedoen nie (Coulson, 2002: 9).

Die mees uitgebreide evaluering van die ondersteunende teksmateriaal van 'n voorligtingsveldtog wat wel onderneem is, is gedoen vir Soul City 4 (sien Soul City, 2002 en Soul City, 2001 vir 'n uiteensetting van die evalueringsmetodologie). Hier is die ondersteunende teksmateriaal by hulle televisie- en radiodramareekse wel getoets, maar as deel van die "doop/onderdompelings"- effek ("dose effect") van blootstelling aan eers die televisie- en radiodrama en dan aan die kombinasie van televisie- en radiodrama en teksmateriaal. Die resultate laat sien dat die teksmateriaal inderdaad betekenisvol bygedra het tot verandering van die determinante van MIV/vigs-verwante risikogedrag (houdings, praktyke, inligtingsoekende gedrag en sosiale norme).

Bartholomew et al. (2001: 331) verwys egter na hierdie vorm van evaluering as 'n "black box"-evaluering wat weinig bydra tot insig oor waarom die teksmateriaal/veldtog suksesvol was al dan nie. In die onderhawige geval toon die resultate dat byvoeging van ondersteunende voorligtingsmateriaal wel tot die effektiwiteit van 'n voorligtingsveldtog kan bydra, maar uit die data is nie af te lei presies hoe die betrokke tekste/afsonderlike tekselemente van die materiaal op hulle eie, in samehang met mekaar, of in samehang met kenmerke van die televisie- en of radiodrama tot die eindeffek (by spesifieke teikengroepe) van die veldtog as geheel bygedra het nie.

Wat lopende veldtogte betref, is dit slegs loveLife wat na hulle eerste jaar 'n evaluering onderneem het, maar dié was in hoofsaak gemik op die meting van aspekte van die blootstelling van die teikengroep aan die voorligtingsmateriaal wat in daardie stadium reeds versprei is en die effektiwiteit van hulle strategie van "branding" (soos byvoorbeeld herkenning van die loveLife -merk, herkenning van loveLife as sender en herkenning van die lewenstylkonsep wat hulle probeer bemark). Geen prosesevaluering of volledige impakevaluering is dus nog gedoen nie (Coulson, 2002: 10-13).

Die Khomanani-veldtog het eers aan die einde van 2002 afgeskop sodat dit nog te vroeg is om enige evaluering te doen. Dit is egter die eerste veldtog waarvan 'n omvattende veldtogprogram gepubliseer is (wat as inset vir die evaluering van die veldtog kan dien) en waarvoor omvattende indevaluering voorsien word.

Op die vraag of die MIV/vigs-voorligtingstekste wat in voorligtingsaktiwiteite in Suid-Afrika gebruik word wel effektief is, en meer spesifiek: watter teksgenres, vir watter teikengroep(e), watter soort voorligtingsaktiwiteite, met watter doelstelling(s), onder watter omstandighede en waarom (nie), is die antwoord in hierdie stadium dus gewoon: ons weet nie.

3.2 Gebrekkige navorsing oor veldtogte

Die gebrek aan navorsing oor MIV/vigs-veldtogte en -voorligtingstekste spreek uit die feit dat daar tot op hede maar twee oorsigstudies van Suid-Afrikaanse veldtogte bestaan, naamlik Kelly, Parker & Oyosi (2001) en Coulson (2002), en een omvattende studie oor die effektiwiteit van MIV/vigs-voorligtingstekste, naamlik Delate (2001) se evaluering van loveLife se "His&Hers" -advertensieborde. Dit is ook slegs sedert die Beyond Awareness-veldtog dat veldtogbeplanners, soos dié van loveLife, Soul City en Khomanani, hulle dokumentasie (inhuisnavorsingstukke, beplanningsdokumente en evalueringsverslae) vir breër insae begin toeganklik maak. 'n Opvallende leemte in die meeste van die beskikbare dokumentasie is dat daar weinig inligting verskaf word oor die ontwerp en evaluering van die voorligtingsmateriaal self, alhoewel dit in al die veldtogte belangrike komponente van die voorligtingsaktiwiteite uitmaak. Daar is ook nog geen navorsing gedoen oor hoe teksontwerpers in die praktyk te werk gaan om MIV/vigs-voorligtingsmateriaal vir veldtogte te ontwikkel en watter "kwaliteitskontrole" hulle in die proses oor tekste uitoefen nie. Gegee dat nog nie een van die veldtogte omvattend geëvalueer is nie, bespreek Kelly, Parker & Oyosi (2001) en Coulson (2002) in hulle oorsigwerke gevolglik ook nie elke veldtog in besonderhede nie, maar fokus op algemene prosesprobleme en illustreer dit dan aan die hand van sommige veldtogte. Verder gee hulle feitlik geen aandag aan die voorligtingsmateriaal wat in hierdie veldtogte gebruik is/word nie.

In die onderstaande word daar gefokus op 'n aantal van die belangrikste probleme wat met die ontwerpprosesse van die MIV/vigs-voorligtingsveldtogte en -voorligtingstekste ervaar word en hoe dit uit die ontwerp van die tekste self na vore kom. Vir hierdie doel word Model 1 tot Model 3 as raamwerk gebruik.

3.3 Prosesprobleme

Kelly, Parker & Oyosi (2001: 15) maak die opmerking dat daar in die aanpak van MIV/vigs-voorligting in Suid-Afrika dikwels 'n "common sense"-benadering gevolg word. In die praktyk behels dit eerstens dat die ontwerp van veldtogte en tekste nie planmatig aangepak word nie, in die besonder dan nie volgens prosesmodelle, soos Model 1 tot 3 en ander wat in afdeling twee genoem word nie. Die direkte uitvloeisel hiervan is dat MIV/vigs-voorligtingstekste die lig sien wat nie steun op deeglik teoreties gerigte empiriese navorsing oor Suid-Afrikaanse teikengehore (dit wil sê navorsing oor MIV/vigs-verwante hoërisikogedrag en die determinante daarvan en 'n analyse van die demografiese en psigografiese profiele van risikogroepe) soos uitgespel in die fases van probleemontleding/behoefte-ontleding in Model 1 tot 3 nie. Die tweede neiging is dat daar in die ontwerp van veldtogte en die ondersteunende tekste selde gesteun word op die ryk bron van internasionale, interdisciplinêre navorsing wat MIV/vigs-voorligting ondersteun en/of dat min van die ervaring (beste praktyke) wat in sowel ontwikkelde as ontwikkelende lande met die suksesse en die mislukkings van MIV/vigs-voorligtingsveldtogte opgedoen is, in lokale veldtogte teruggeploeg word.

Die resultaat is dat daar vandag nog verskeie MIV/vigs-voorligtingstekste in omloop is wat op die algemene publiek gerig is, 'n informatiewe doelstelling het en wat nog steeds inhoudelik sterk steun op vroeë buitelandse teksmodelle. Laasgenoemde het sterk gesteun op wat medies bekend is/was oor die siekte: die hooftransmissieroetes van die MI-virus, asook die metodes waardeur dit gekeer kan word. Die meeste van hierdie MIV/vigs-voorligtingstekste bevat dus almal min of meer dieselfde inligting: 'n uiteensetting van wat die MI-virus en vigs is (dikwels nog met verwarring tussen die twee), die gevolge van die siekte (geen inenting of geneesmiddel, verloop), somtyds met vermelding van die uiteindelijke dood, die hooftransmissieroetes van die virus, weerlegging van "mites" oor die verspreiding van die virus, metodes vir die beoefening van veiliger seks (weerhouding, vermindering van seksmaats, getrouheid aan 'n enkele maat, konsekwente gebruik van 'n kondoom, ensovoorts) en 'n aanduiding van waar meer inligting bekom kon word/inligting oor verspreidingspunte van gratis kondome.

Hierdie sterk informatiewe fokus word byvoorbeeld nog gevolg in die brosjure "Be well informed" (2002) van LifeSense Disease Management. Benewens al die bostaande, dek hierdie brosjure ook meer uitgebreid die tema van vrywillige berading, toetsing en verwysing. In enkele meer resente tekste word die bybring van vaardighede aangepak deur vir die leser met illustrasies aan te toon hoe om 'n kondoom korrek te gebruik. Verder word allerlei elementêre retoriese tegnieke van die ander voorbeeldtekste oorgeneem, byvoorbeeld die vraag-antwoord-struktuur (What is MIV?, Wat is vigs? Hoe kan ek my beskerm? ensovoorts) met onderliggend daaraan 'n omvattender Probleem-Oplissingstruktuur (Probleem: "Dodelike siekte" – Oplissing: "Veiliger seks") of komponente van die vreesappèlstruktuur (Risiko/Dreigement: "Dodelike siekte" - Effektiewe respons: "Kondoomgebruik"; sien Witte, 1995).

Ten spyte van die oorweldigende bewys dat daar geen direkte korrelasie tussen hoë vlakke van kennis van MIV/vigs en verandering van hoërisiko seksuele gedrag is nie, is die hoofaanname onderliggend aan hierdie soort informatiewe voorligting nog steeds dat kennis van die gevaar van MIV/vigs alleen genoeg is om die publiek te oorreed om die nodige stappe te doen om hulle teen die siekte te beskerm.

Kenmerkend van verskeie van hierdie tekste is dus dat hulle op die algemene publiek gerig is, dat hulle slegs fokus op kennis as gedragsdeterminant en nie op die ander interne en ekologiese determinante van hoërisiko seksuele gedrag nie, dat daar nie aandag gegee word aan die vereiste vaardighede vir die uitvoering van die gepropageerde gedrag nie (naas korrekte kondoomgebruik, byvoorbeeld onderhandelingsvaardighede met seksmaats) en dat die voorligting byna uitsluitlik fokus op prevensie. Dit is maar eers onlangs dat daar in veldtogte aandag gegee word aan ondersteuning en versorging, terwyl toetsing en berading min aandag kry.

Alhoewel die meeste gemeenskapsorganisasies eenvoudig nie oor die nodige fondse vir uitgebreide formatiewe navorsing beskik vir óf die ontwerp van nuwe voorligtingsmateriaal óf die aanpassing van bestaande materiaal aan die

besondere teikengroepe wat hulle bedien nie, is daar ook groter instansies met meer hulpbronne wat hierdie soort "intuïtiewe" benadering tot veldtog- en teksontwerp volg. Volgens Coulson (2002: 8) is die enkelboodskapveldtogte van GCIS/Departement van Gesondheid byvoorbeeld sonder die nodige formatiewe navorsing aangepak en geen eindevaluering van die veldtogte is onderneem nie. Daar is egter allerlei potensiële probleme met die veldtogboodskappe wat duidelik formatiewe navorsing en pretoetsing vereis het. Ter illustrasie: navorsing oor genderrelasies en seksgedrag in Suid-Afrika (sien Kistner, 2003) toon duidelik dat die prevensiegedrag wat die "Abstain, Be faithful, Condomise"- veldtog propageer, onrealistiese gedragalternatiewe vir die meeste vroue in Suid-Afrika is.

'n Ander voorbeeld is die advertensie teen stigma ("If your loved one has the flu"). Die hoofboodskap is dat iemand met MIV/vigs nie verskil van iemand met verkoue/griep nie. Die gedrag wat die advertensie propageer, is gevolglik dat lesers iemand met MIV/vigs soos iemand met verkoue/griep moet behandel. Dat hierdie advertensie egter teen allerlei ontvangsprobleme by lesers kan stuit, volg uit die gelykstelling tussen MIV/vigs ('n hoogs gestigmatiseerde siekte in die Suid-Afrikaanse samelewing) teenoor griep ('n totaal ongestigmatiseerde siekte) en die feit dat die advertensie die fout maak om twee risiko's (MIV/vigs teenoor griep) op dieselfde vlak te stel terwyl hulle in feitlik alle dimensies van risikoevaluering van mekaar verskil (sien Holtgrave, Tinsley & Kay, 1995: 28). In al twee die gevalle is die kans dus goed dat die veldtogboodskappe deur lede van die teikengroep verwerp sou kon word.

Alhoewel hulle nie spesifieke veldtogte in besonderhede ontleed nie, noem outeurs soos Kelly, Parker & Oyosi (2001: 11-18), Coulson (2002) en Whiteside & Sunter (2000: 26-81) verder 'n hele aantal basiese gebreke van Suid-Afrikaanse MIV/vigs-voorligtingsveldtogte: die (nasionale) epidemiologiese navorsing waarop hulle steun, die teoretiese begroning van veldtogte (en gevolglik van die veldtogtekste), die toegepaste navorsing oor MIV/vigs-verwante problematiese gedrag, gedragsdeterminante en kritieke teikengroepveranderlikes wat hierin 'n rol speel en teikengroepdifferensiasie, veral ten opsigte van taal, kultuur, sosioekonomiese en geografiese veranderlikes (stedelike teenoor plattelandse teikengroepe) en verskille in mediablootstelling.

Die eerste probleem spruit voort uit die feit dat daar in epidemiologiese navorsing in Suid-Afrika tot voor 2002 veral gesteun is op opnames by voorgeboortelike klinieke. Hierdie navorsing lewer meestal nie die nodige (en betroubare) inligting vir die ontwerp van effektiewe veldtogte op nie (sien Whiteside & Sunter, 2000: 26-81). Tot en met die verskyning van die omvattende epidemiologiese studie van die Human Sciences Research Council in 2002 (sien Human Sciences research Council, 2002) moes organisasies soos loveLife en Soul City dus self op nasionale vlak hierdie primêre navorsing vir die ontwerp van hulle veldtogte doen (sien byvoorbeeld loveLife, 2001a en 2001b).

Daar bestaan tans ook groot leemtes in die basiese sosiale navorsing oor die seksgedrag van die Suid-Afrikaanse bevolking en diepte-analises van die determinante daarvan (intern en op 'n makrovlak). Kelly, Parker & Oyosi (2001: 11-18) meld verder ook verskeie probleme met die navorsing wat wel beskikbaar is: die byna uitsluitlike fokus op die interne determinante van gedrag ten koste van die makrodeterminante daarvan en die onderteoretisering van die determinante van gedrag en van die relasie tussen die determinante van seksedrag en die gedrag self.

Wat die eerste punt betref, is die kritiek dat in die sogenaamde KAP/B-studies ("Knowledge, Attitudes, Practices/Behaviours") slegs gefokus word op bestaande oortuigings en houdings, terwyl ander bepalende veranderlikes van seksgedrag, soos vaardighede en eie-effektiwiteitsverwagtings, veel minder aandag kry. Die tweede punt is dat die makrodeterminante van seksgedrag, soos sosio ekonomiese status, kultuur, genderrelasies en geloof in die meeste ondersoekte baie min of geen aandag kry nie.

Die tweede punt van kritiek (sien Kelly, Parker & Oyosi, 2001: 14) geld vir sover daar in verskeie studies (en selfs in die programme van veldtogte) wel lyste determinante van MIV/vigs -verwante problematiese seksgedrag vermeld word (byvoorbeeld fatalisme, dwang, armoede, gebrekkige selfbeeld, stigma, ensovoorts) maar dat hierdie determinante ondergeteoretiseer is. Min studies bestaan waarin teoreties-gerigte ontledings van die betrokke determinante self verskaf word en waarin hulle kousale verband met hoërisiko seksuele gedrag duidelik uitgespel word. Sulke gedragsvorme is nie monolitiese verskynsels nie, maar komplekse konstrakte bestaande uit hulle eie kognitiewe, affektiewe en handelingskomponente wat elkeen afsonderlik of via mekaar in 'n kousale relasie met hoërisiko seksuele praktyke kan staan. 'n Teoretiese analise van elke gedragsdeterminant is daarom nodig om te kan bepaal wat die kritieke komponente (dit is dié met die hoogste voorspellende waarde) van elke gedragsvorm is, watter van hierdie komponente van 'n gedragsvorm wel/nie deur voorligting aangespreek sou kon word (nie), hoe die voorligtingsdoelstellings presies afgebaken moet word (en presiese evalueringsindikatorters na aanleiding hiervan ontwikkel moet word) en presies hoe (dit wil sê keuse van metodes en strategieë) elkeen van hierdie komponente van 'n gedragsdeterminant die beste in die voorligtingmateriaal aangespreek sou kon word. (Sien in hierdie verband Fishbein et al., 2002.)

Alhoewel al hoe meer instansies tans óf inhuisnavorsers aanstel om van hierdie basiese navorsing te verrig, óf hulle tot navorsingsinstansies wend om van hierdie basiese navorsing te verrig, geld die algemene punt van kritiek egter dat basiese sosiaal-psigologiese studies nog grootliks ontbreek vir die teoreties gemotiveerde ontwerp van veldtogte en hulle ondersteunende voorligtingsmateriaal.

Die tweede punt van algemene kritiek wat Kelly, Parker & Oyosi (2001: 11-18) en Coulson (2002: 5) van die MIV/vigs-voorligtingsveldtogte in Suid-Afrika vermeld, is dat hulle nie 'n duidelik gespesifiseerde teoretiese basis het nie. Uit die beskikbare literatuur is dit dan ook dikwels nie duidelik te

agterhaal presies op watter teoretiese uitgangspunte daar in die ontwerp van veldtogte en tekste gesteun word nie. Hierdie kritiek geld nie net ten opsigte van die teorieë wat in die ontleding van problematiese MIV/vigs-verwante gedrag en die determinante daarvan ingespan word nie, maar ook dié wat veldtog-/tekstdoelstellings en keuse van metodes en tegnieke betref. Waar dié wel te agterhaal is, is die probleem egter weer dat die teorieë self nie in besonderhede uitgewerk is nie. In loveLife se advertensieveldtogte word daar byvoorbeeld gesteun op die aanname dat seksgedrag en die determinante daarvan die beste verander word indien die teikengroep oorreed kan word om oor die gedrag en determinante daarvan te praat. Hierdie strategie word ondervang in die vaste reël van al hulle veldtogte, naamlik "Talk about it".

Die kritiek is egter dat hierdie oorredingstrategie as sodanig ondergeteoretiseer is. In Suid-Afrika word daar nog steeds byna uitsluitlik op die massamedia as platform vir voorligting gesteun en teikengroepe word so breed moontlik afgebaken. Teikengroepdifferensiasie in MIV/vigs-voorligting of die gebruik van teikengroepgerigte, kleinskalige veldtogte is gevolglik eerder die uitsondering as die reël. loveLife volg in hulle veldtogte byvoorbeeld 'n multikulturele (teenoor 'n kultuurspesifieke) strategie, en segmenteer hulle teikengroep nie verder ten opsigte van veranderlikes wat uit ander studies as relevante veranderlikes vir veldtogte en voorligtingsmateriale uitgelig is nie, soos kultuurspesifieke verskille in seksueel relevante oortuigings, houdings en praktyke, taalverskille, genderverskille of demografiese verskille (sien byvoorbeeld Kelly, 2000; Kelly et al., 2002 en Kelly, Parker & Oyosi, 2001). loveLife-veldtogte vertoon dus dieselfde neiging tot 'n stereotipiese homogenisering van die jeug as teikengroep as verskeie ander veldtogte, ook in ontwikkelde lande – 'n neiging waarteen navorsers soos Aggleton & Campbell (2000), Aggleton & Rivers (1999) en Kelly, Parker & Oyosi (2001) juis sterk waarsku. Verder wyk loveLife in hulle multikulturele strategie af van internasionaal aanvaarde beste praktyke waarin 'n kultuurspesifieke strategie voorgehou word (sien byvoorbeeld Airhihenbuwa, 1995; Airhihenbuwa & Obregon, 2000; Huff & Kline, 1999; Herek et al., 1998 en UNESCO/UNAIDS, 2000) en groter teikengroepdifferensiasie (sien byvoorbeeld Slater, 1995 en Fishbein et al., 2002).

Uiteraard geld bostaande punte van kritiek nie almal en elkeen afsonderlik in gelyke mate vir elkeen van die MIV/vigs-voorligtingsveldtogte in Suid-Afrika nie. Om sodanige kritiek te kan substansieer, vereis indieptenavorsing oor die veldtogte self – 'n taak wat nog nie onderneem is nie.

3.4 Probleme met die ontwerp van MIV/vigs-voorligtingstekste

Soos reeds vermeld, is daar nog geen omvattende evaluering gedoen van die effektiwiteit van MIV/vigs-voorligtingsmateriaal in Suid-Afrika nie. Vir die gebrek aan eksperimentele toetsing van die tekste word wel "vergoed" deur die grootliks ongetoetste kritiek van én die algemene publiek én mediakenners in die pers. Die advertensiebordveldtogte van loveLife was al dikwels onder skoot (sien byvoorbeeld Coulson, 2002; De Lange, 2003; Delate, 2001; Kelly, 2001; Khumalo, 2002; Mbatha, 2002; Pienaar, 2002 en Smith, 2002). Van die

kritiek op die ontwerp van hierdie tekste is byvoorbeeld dat die tekste en beelde nie kultureel sensitief is nie, dit wil sê nie by die kulturele verwysingsraamwerk van die teikengroep (12 tot 17-jariges) aansluit nie. Soos een vigs-kundige gevra het: " Je kunt je afvragen of de vorm hip, glossy, populair taalgebruik aansluit bij de belevingswereld van kinderen in townships en afgelegen landelijke gebieden...Orange Farm lijkt inderdaad een andere planeet vergeleken met de wat gladde wereld van loveLife" (Van der Linden, 2002). Ander probleme wat vermeld word, is dat die teikengroep nie die boodskappe van die veldtog verstaan nie en dat daar dikwels 'n direkte diskrepanse tussen teksboodskappe en beeldboodskappe is.

Verder bestaan daar uiteenlopende menings oor die effektiwiteit van die gekose oorradingstrategie. loveLife propageer naamlik 'n gesonde lewenstyl en positiewe seksualiteit met behulp van eksplisiete en sensuele seksboodskappe en -beelde wat ingebed is in die populêre (veral Amerikaanse) jeug-merkkultuur ("brand culture"). Grafies sluit veldtogontwerpers aan by die populêre beeldkultuur van ons tyd. Verskeie kenners is egter van mening dat vreesappelle (insluitende die gebruik van visuele materiaal wat die skrikwekkende realiteit van MIV/vigs as siekte sal tuisbring) meer van toepassing sou wees, terwyl ander die keuse van 'n vreesappëlstrategie afkeur maar ook nie eksplisiet die oorradingstrategie van loveLife ondersteun nie.

Debatte soos hierdie lewer interessante hipoteses op vir empiriese toetsing by die betrokke teikengroep as dit gaan oor die ontwerp van effektiwiese tekste, maar definitiewe uitsprake oor die effektiwiteit van die voorligtingsmateriaal is dit nie. 'n Opvallende kenmerk van die loveLife-debat, en ook van die wyse waarop verteenwoordigers van loveLife self hulle teksontwerpe verdedig, is juis dat opponerende standpunte feitlik nooit ondersteun word deur verwysing na die resultate van wetenskaplike toetsing van die teksmateriaal en/of relevante wetenskaplike navorsing en/of bewese voorligtingspraktyke nie.

Vir sover dit dus om ongetoetste menings gaan, sou 'n mens hierdie lys kon aanvul met 'n reeks ander ontwerpstrategieë wat die ontwerpers van loveLife se teksmateriale kon gekies het. Verskeie hiervan sou in feite sterker motivering geniet, juis omdat hulle ten minste steun op wat internasionaal as "beste" MIV/vigs-voorligtingspraktyke bewys is, byvoorbeeld 'n kultuurspesifieke teenoor 'n multikulturele aanpak, 'n taalspesifieke teenoor 'n eentalige aanpak, of die gebruik van gemeenskapspesifieke/kultuurspesifieke kodes teenoor kodes uit die globale Amerikaanse merkkultuur. (Sien verder die lys kenmerke van effektiwiese MIV/vigs-voorligtingspraktyke van Herek et al., 1998 en Institute for Health Policy Studies, 2002.)

Coulson (2002: 15) vermeld in haar oorsig van die nasionale veldtogte dat, vir sover sy kon vasstel, MIV/vigs-voorligtingstekste selde of nooit vooraf uitgebreid aan hulle teikengehore getoets word nie; meer spesifiek dat, ten spyte van die gesofistikeerdheid van sommige veldtogte en die feit dat Suid-Afrika nou al in die vyftiende of sestiende jaar van die epidemie is "there yet has to be one sustained HIV/AIDS media campaign that promotes pre-tested messages and images".

Dat daar wel allerlei lesersprobleme met die loveLife-tekste bestaan, word ondersteun deur die ondersoek van Delate (sien Delate, 2001). Die aanleiding tot Delate se navorsing was juis die kritiek in die pers op die "obskure" tekste wat die ontwerpers van loveLife se advertensieborde gebruik om hulle veldtogboodskappe oor te dra. Delate se hoofdoel was gevolglik om te bepaal of (en dan wel hoe) 'n verteenwoordigende steekproef uit loveLife se teikengroep (12 tot 17-jariges) die betrokke tekste van die "His&Hers"-opelugadvertensieborde verstaan.

Die belangrikste bevindinge van Delate (sien Delate, 2001: 15-22) is dat die kommunikasie tussen voorligtingstekste en lede van die teikengroep meestal nie slaag nie. Alhoewel die meeste van die proefgroep byvoorbeeld die loveLife-merk herken, kon hulle nie die lewenstylkonsep aktiveer wat noodsaaklik is vir die interpretasie van die res van die advertensietekste nie. Sommige het wel die merk geassosieer met 'n vigs-veldtog en met boodskappe oor seks en veilige seks, maar ander kon geen van die doelstellings van die veldtog herroep nie. Aangesien daar geen rooi lint op die advertensiebord was nie, kon sommige nie 'n assosiasie tussen loveLife en MIV/vigs lê nie. Die meeste van die proefpersone kon ook nie loveLife as sender van die teks identifiseer nie.

Ander interpretasieprobleme wat met die tekste ondervind is, is dat die teikengroep nie die metafories gebruikte ikoniese tekens in die advertensies korrek interpreteer nie en dat die meeste van die proefgroep nie geweet het wat die betekenis van die woord ThetaJunction (die naam van loveLife se inbeeldings) is nie. Verskeie van hulle het hierdie submerk gesien as die naam van die advertensie maatskappy wat die borde ontwerp het.

Uit die voorgaande blyk dus dat die teikengroep nie oor die verwysingsraamwerk beskik het om die "gewenste" interpretasie (wat ook allerlei metaforiese spronge vereis het) te kon maak nie en dat die tekste deur die ontwerp daarvan (dit is deur die keuse van inhoud, struktuur, styl, kleur, uitleg, ensovoorts) nie daarin geslaag het om die (besonder komplekse) beoogde veldtogboodskap (dit is die komplekse verskynsels van seksuele relasies, besluitneming, ensovoorts) aan die teikengroep oor te dra of kognitief by hulle te aktiveer nie.

Laasgenoemde roep 'n aantal kritieke punte op ten opsigte van die kommunikasie strategie wat deur die ontwerpers van die loveLife-advertensies gevolg word. Die eerste hiervan is om buitelug-advertensieborde überhaupt vir die oordrag van sulke komplekse veldtogboodskappe in te span. In verskeie normatiewe handleidings vir die ontwerp van veldtogte (sien byvoorbeeld Bartholomew et al., 2001: 240) word juis daarop gewys dat hierdie medium wel geskik is om aandag vir of bewustheid van 'n veldtog/veldtogboodskappe te skep, selfs om leidrade vir handeling te gee, maar nie om komplekse veldtogboodskappe self oor te dra nie. Die loveLife-ontwerpers maak egter staat daarop dat die teikengroep wel uitgebreide blootstelling aan hulle ander mediaprodukte sal kry omdat die advertensieboodskappe meer uitgebreid in hierdie media aan bod kom. Bestaan hierdie kontak (en kennisname) egter nie, soos veral gebeur in sommige plattelandse gebiede, dan misluk die

advertensieborde.

Die tweede probleem is die gebruik van visuele metaforiek in advertensies vir die teikengroep. Die gebruik van visuele metaforiek en meerduidige tekssinne is egter deel van die loveLife-ontwerpers se doelbewuste strategie om die teikengroep met die advertensieborde te verwar en sodoende 'n gesprek oor die betekenis van die advertensieboodskappe te ontlok; dit wil sê die advertensieborde is "deliberately obtuse so that young people will constantly come back to the same billboard or other media they see time and again and talk about it" (media-direkteur van loveLife, aangehaal in Coulson, 2002: 14). Hierdie strategie steun op die bevinding dat die ontlokking van gesprek oor seks en seksualiteit 'n bewese gedragsveranderingstrategie is (vandaar die sleutelreël "talk about it" in al hulle teksmateriaal). Delate (2001) het egter ook die impak van die sleutelreël op die proefgroep getoets en die uitslag was eenduidig dat die obskure en komplekse boodskapvormgewing juis alle verdere gesprek oor die advertensieborde smoor (sien Delate, 2001: 21).

Kortom: die advertensieborde wat een van die kritieke kontakpunte tussen die teikengroep en die "boodskappe" van die loveLife-advertensieveldtog is, het deur die gekose kommunikasie-strategie en die ontwerp van die advertensieteks én die voorligters én die teikengroep gefaal. Soos uitgebreid in die oorrედingsliteratuur aangetoon word (sien byvoorbeeld McQuire, 1994 en die bespreking in afdeling twee), kan daar van ander fases in die oorrედingsproses moeilik sprake wees as die teikengroep in die konfrontasie met die voorligtingsteks nie eers die teks self begryp nie.

'n Ongeëvalueerde strategie, maar een wat intuïtief beter behoort te werk, is dié wat tans deur loveLife gevolg word, naamlik om telkens een advertensie van die advertensieborde as volbladadvertensie in die koerantbylaag ScamtoPrint te gebruik saam met 'n artikel waarin daar volledig op die minimalistiese teks van die advertensies uitgebrei word. Ter illustrasie: in ScamtoPrint (Mei 4, 2003) met die voorblabteks "Virginity. The gift of love" word die advertensie met die teks "Too smart for just any body" – weer eens 'n "obskure" teks wat die behoud van maagdelikheid/weerhouding as gedrag moet propageer – 'n volle artikel geplaas onder die opskrif "That first time". In die artikel volg dan 'n uitgebreide bespreking van maagdelikheid, weerhouding en seksuele debuut met die regte seksmaat. Die strategie is dus dat die advertensieborde die aandag op die veldtog vestig, terwyl die advertensies plus artikels die veldtogboodskappe in besonderhede moet oordra (sien in hierdie verband ook die betoog van Harrison, 2002).

Die probleme met die ontwerp en effektiwiteit van loveLife se advertensietekste onderstreep egter 'n groter probleem, naamlik dat die ontwerp van MIV/vigsvoorligtingstekste nog steeds 'n taak is waarvan die grootste deel in die hande oorgelaat word van 'n "kreatiewe" span, meestal mediakonsultante en/of advertensiekopieskrywers en grafiese kunstenaars. Dit is 'n praktyk wat ook aanbeveel word in Parker, Dalrymple & Durden (1998) se handleiding vir die ontwerp van MIV/vigs-voorligtingsveldtogte in Suid-Afrika en in die praktyk algemeen voorkom. Dit is egter 'n praktyk waarteen

verskeie punte van kritiek al geopper is, en dan nie oor die gebruik van professionele skrywers en grafiese kunstenaars nie – dié is noodsaaklik – maar oor die feit dat die finale ontwerp (dit is die keuse van elemente van die tekste) meer op die intuïsie van kopieskrywers (en hulle implisiete kommunikasieteorieë; sien Kover, 1995) steun as wat dit steun op bestaande teoretiese insigte, teoreties gedrewe eksperimentele navorsing oor gesondheidsvoorligting en in die besonder oorreding en/of bewese beste praktyke op die gebied van MIV/vigs-/gesondheidsvoorligting en oorreding (sien Crano, 2002: 9 en Perloff, 2001: 16).

In die breë gesien, gaan dit egter ook daarom dat die ontwerp van die tekste geskied in isolasie van die res van veldtogte en nie 'n logiese uitvloeisel is of gestuur en gemotiveer word deur die ontleding van die relevante gedragsprobleme en determinante daarvan, die ontleding en afbakening van die teikengroepe, formulering van veldtogdoelstellings en die beplanning van die beste strategieë om die veldtogboodskappe aan die teikengroepe oor te dra nie.

4. Die effektiwiteit van die massamedia as voorligtingsinstrument

Ten spyte daarvan dat voorligters wêreldwyd op massamediaveldtogte steun vir die bekamping van die MIV/vigs-epidemie, toon meta-ontledings dat sulke veldtogte slegs 'n gemiddelde sukseskoers van sewe tot tien persent met die verandering van problematiese gesondheidsgedrag het (sien Snyder, 2001 en Yzer, 1999: 4-6). Alhoewel daar nog relatief min (meta-)studies oor die effektiwiteit van MIV/vigs-massamediavoorligtingsveldtogte die lig gesien het (Yzer, Siero & Bunk, 2000: 340) sou 'n mens nie verwag dat die situasie met hierdie massamediaveldtogte veel anders sou wees nie: seksuele gedrag self is uiters kompleks en teksbemiddelde massakommunikasie is 'n beperkte middel om die vele determinante daarvan te verander.

Daar bestaan vandag dan ook redelike eenstemmigheid dat MIV/vigsteksbemiddelde massakommunikasie (in die besonder advertensies) net 'n beperkte rol in gedragsverandering en die determinante daarvan kan speel. Om hoërisikogroepe deur die fases te neem van bewustheid, kennis, motivering om gedrag te verander en gedragsverandering self vereis dat massakommunikasie ondersteun moet word met teikengroepgerigte veldtogte en tekste en deur die gebruik van ander en meerdere kommunikasiekanale (interpersoonlike kommunikasie en kleingroepkommunikasie).

Wat navorsing oor die rol van ekologiese determinante egter ook toon, is dat kommunikasie as intervensie meestal nie genoeg is om gedrag en die determinante daarvan te verander nie. Meestal werk kommunikasie net effektief as dit ondersteun word deur 'n omgewing wat die gepropageerde gedrag in tekste ondersteun. Om hierdie omgewing te skep, verg die gebruik

van ander intervensiemetodes, soos beleid en voorsiening. Kortom: 'n effektiewe respons op die epidemie is net moontlik as kommunikasie, beleid en voorsiening ingespan word en as meerdere vorme van kommunikasie in hierdie proses gebruik word. Hierdie omvattender benadering word skematies saamgevat in Family Health International (2002a) se prevensiemodel:

Fases van gedragsverandering	Ondersteunende faktore	Kommunikasiekanale
Onbewustheid	Voorsiening van effektiewe	Massamedia
Bewustheid	kommunikasie	
Bekommernis		
Kennisverwerwing	Skep 'n ondersteunende	Gemeenskapsnetwerke
Gemotiveer om te	omgewing: beleid, gemeen-	en tradisionele media
verander	skapswaardes, menseregte	
Oefen gepropageerde		
Gedrag	Skep die nodige	Interpersoonlike/klein-
Beoefen gedrag konsekwent	infrastruktuur	groepkommunikasie

In hierdie opsig toon Suid-Afrikaanse MIV/vigs-voorligtingsveldtogte ook 'n aantal wesentlike probleme: MIV/vigs-voorligting geskied veral via die massamedia as platform en min teikengroepgerigte veldtogte is al ontwerp en effektief geïmplementeer (sien Kelly, Parker & Oyosi, 2001: 34-52 vir 'n oorsig). Alhoewel Suid-Afrika beleidsgewys reeds die nodige wetsraamwerk vir die effektiewe bekamping van die epidemie daargestel het, bestaan daar allerlei probleme met die implementering van hierdie raamwerk (sien Heywood, 1998). Soos die meeste ontwikkelende lande, beskik Suid-Afrika eenvoudig ook nie oor die fondse om die nodige infrastruktuur daar te stel wat vir effektiewe prevensie, berading en toetsing en versorging en ondersteuning vereis word nie.

5. Ten slotte

Alhoewel slegs in breë trekke geskets, toon die uiteensetting in afdeling twee dat daar in die ontwerp van voorligtingsveldtogte en -tekste nie kortpaaië te kies is nie. Die ontwerp van 'n konsepteks is 'n moeisame proses waarin die teksontwerper noodwendig (direk of indirek) op die insette van wetenskaplikes uit verskeie dissiplines moet steun. Uit afdeling drie is dit verder duidelik dat daar tans ernstige probleme met die ontwerp en evaluering van hierdie veldtogte en tekste in Suid-Afrika ondervind word.

Die hoë koste van biomediese intervensies, insluitende die verskaffing van antiretrovirale middele, maak voorligting egter nog steeds die beste en goedkoopste alternatiewe intervensie. Ontledings soos dié van Kelly, Parker & Oyosi (2001: 19-31) toon dat daar, ten spyte van hierdie probleme, wel verandering in die hoërisiko seksuele gedrag en die determinante daarvan by die jeug as teikengroep plaasvind. Om hierdie veranderinge nog verder aan te help, sal daar dringend aandag aan die effektiwiteit van ons voorligtingspogings gegee moet word en alles ingespan moet word om die huidige probleme te oorkom.

Bibliografie

Aggleton, P. & C. Campbell. 2000. Working with young people – towards an agenda for sexual health. *Sexual and Relationship Therapy*, 15(3): 283-296.

Aggleton, P. & K. Rivers. 1999. Interventions for adolescents. In: Gibney, DiClemente & Vermund (reds.): 231-256.

AIDSCAP. 2003(a). Behaviour change through mass communication. Using mass media for AIDS prevention. Aanlyn:
<http://www.fhi.org/en/ais/aidschap/aidspubs/handbooks>. Toegang op 2002-12-14.

AIDSCAP. 2003(b). How to conduct effective pretests. Ensuring meaningful BCC messages and materials. Aanlyn:
<http://www.fhi.org/en/ais/aidschap/aidspubs/handbooks>. Toegang op 2002-12-14.

Aids Foundation of South Africa. 2000. AIDS in South Africa. Aanlyn:
http://www.aids.org.za/aids_in_south_africa.htm. Toegang op 2001-10-10.

Airhihenbuwa, C.O. 1995. Health and culture. Beyond the Western paradigm. Thousand Oaks, CA: Sage.

Airhihenbuwa, C.O. & R. Obregon. 2000. A critical assessment of theories/models used in health communication for HIV/AIDS. *Journal of Health Communication* 5 (Supplement): 5-15.

Atkin, C.K. 1994. Designing persuasive health messages. In: Sechresi et al. (reds.): 99-110.

Atkin, C.K. 2001. Theory and principles of media health campaigns. In: Rice & Atkin (reds.): 49-68.

Atkin, C.K. 2002. Promising strategies for media health campaigns. In: Crano & Burgoon (reds.): 35-64.

- Bartholomew, L.K., G.S. Parcel, G. Kok & N.H. Gottlieb. 2001. Intervention mapping. Designing theory and evidence based health promotion programs. Mountain View, California: Mayfield Publishing Company.
- Bradshaw, D. 2003. Premature deaths from Aids likely to double by 2010. Sunday Times, 18 Mei: 16.
- Braet, A. (red.). 2000. Taalbeheersing als communicatiewetenschap. Een overzicht van theorievorming, onderzoek en toepassingen. Bussem: Coutinho.
- Brug, J., H. Schaalma, G. Kok, R.M. Meertens & H.T. Van der Molen. 2000. Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering. Een planmatige aanpak. Assen: Koninklijke van Gorcum.
- Burroughs, C.M. 2000. Measuring the difference. Guide to planning and evaluating health information outreach. National Library of Medicine. Aanlyn: <http://www.nlm.nih.gov/pnr/eval>. Toegang op 2000-10-11.
- Christiansen, G. 1999. Evaluation as a quality assurance tool in health promotion. Cologne: Federal Centre for Health Education, European Commission.
- Coulson, N. 2002. Developments in the use of the mass media at the national level for HIV/AIDS prevention in South Africa. Aanlyn: <http://www.comminit.com/stcoulson/std-5496.html>. Toegang op 2002-12-10.
- Crano, W.D. 2002. Introduction. In: Crano & Burgoon (reds.): 3-18. Crano, W.D & M.
- Burgoon. (reds.).2002. Mass media and drug prevention: Classic and contemporary theories and research. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- De Jong, M. & P.J. Schellens. 2000. Formatieve evaluatie. In: Schellens, Klaassen & De Vries (reds.): 100-118.
- De Jong, M. & M. Steehouder. 2000. Het ontwerp van teksten. In: Schellens, Klaassen & De Vries (reds.): 284-302.
- De Lange, L. 2003. Wel listig, of wellustig? Naweek-Beeld, 15 Februarie: 9.
- Delate, R. 2001. The struggle for meaning: A semiotic analysis of interpretations of the loveLife His&Hers billboard campaign. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- Dijker, A., M. Van Dongen & J. Brug. 2001. Evaluatie van gezondheidsvoorlichting. In: Brug et al.: 133-157.
- Doak, C.C., L.G. Doak & J.H. Root. 1996². Teaching patients with low literacy skills. Philadelphia: J.B. Lippincott Company.

- Dorrington, R., D. Bourne, D. Bradshaw, R. Laubsher & I.M. Timæus. 2001. The impact of HIV/AIDS on adult mortality in South Africa.[S.I.]: South African Medical Research Council.
- Family Health International. 2002 (a). Behaviour change communication (BCC) for HIV/AIDS. A strategic framework . Aanlyn: <http://www.fhi.org/en/ais/aidschap/aidspubs/handbooks>. Toegang op 2002-12-14.
- Family Health International. 2002(b). Assessment and monitoring of behaviour change communication (BCC) interventions. Aanlyn: <http://www.fhi.org/en/ais/aidschap/aidspubs/handbooks>. Toegang op 2002-12-14.
- Fishbein, M., J. Capella, R. Hornik, S. Sayeed, M. Yzer & K. Ahern. 2002. The role of theory in developing effective antidrug public service announcements. In: Crano & Burgoon (reds.): 89-118.
- Fishbein, M. & M.C. Yzer. 2003. Using theory to design effective health behaviour interventions. *Communication Theory*, 13(2): 164-183.
- Fischer, J.D. & W.A. Fischer. 1992. Changing AIDS risk behaviour. *Psychological Bulletin*, 111: 455-474.
- Frankish, C., C. Lovato & W.J. Shannon. 1999. Models, theories, and principles of health promotion with multicultural populations. In : Huff & Kline (reds.): 41- 72.
- Friestad, M & P. Wright. 1994. The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. *Journal of Consumer Research*, 21: 1-27.
- Gibney, L., R.J. DiClemente & S.H. Vermund (reds.). 1999. Preventing HIV in developing countries. Biomedical and behavioral approaches. New York: Kluwer.
- Gilbert, D.T., S.T. Fiske & G. Lindzey (reds.). 1998⁴. The handbook of social psychology. Boston, Massachusetts: McGraw-Hill.
- Goodridge, G.A.W. & P.R. Lamptey. 1999. HIV prevention for the general population. In: Gibney, DiClemente & Vermund (reds.): 331-362.
- Harrison, D. 2002. LoveLife response to developments in the use of the mass media at the national level for HIV/AIDS prevention in South Africa. Aanlyn: <http://www.comminit.com>. Toegang op 2003-02-24.
- Herek, G.M, J.R. Gillis, E.K. Glunt, J. Lewis, D. Welton & J.P. Capitanio. 1998. Culturally sensitive AIDS educational videos for African American audiences: Effects of source, message, receiver, and context. *American Journal of Community Psychology*, 1998: 1-26.

- Heywood, M. 1998. Human rights violations of people with HIV/AIDS: The implications for equitable development in South Africa. Aanlyn: <http://www.alp.co.za>. Toegang op: 2002-11-03.
- Hoeken, H. 1998. Het ontwerp van overtuigende teksten. Wat onderzoek leert over de opzet van effectieve reclame en voorlichting. Bussum: Coutinho.
- Holtgrave, D.R., B.J. Tinsley & L.S. Kay. 1995. Encouraging risk reduction. In: Maibach & Parrott (reds.): 24-40.
- Hornik, R. & K.D. Woolf. 1999. Using cross-sectional surveys to plan message strategies. *Social Marketing Quarterly*, 5: 34-41.
- Huff, R.M. & M.V. Kline (reds.). 1999. Promoting health in multicultural populations – a handbook for practioners. Thousand Oaks, California: Sage.
- Human Sciences Research Council. 2002. Nelson Mandela/HSRC Study of HIV/AIDS. South African National HIV Prevalence, Behavioural Risks and Mass Media Household Survey 2002. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za/pdf/HIV%20Report.pdf>. Toegang op 2003-02-11.
- Institute for Health Policy Studies. 2002. HIV prevention in California.(Report prepared for the Office of AIDS, California Department of Health Services, by the University of California, San Francisco.) Office of AIDS, California Department of Health Services.
- Kelly, K.J. 2000. Communicating for action. A contextual evaluation of youth responses to HIV/AIDS. Beyond Awareness Campaign. Department of Health, South Africa. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- Kelly, K. 2001. Psychoanalysis, behaviour change and the social epidemiology of AIDS. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- Kelly, K., P. Ntlabati, S. Oyosi, M. Van der Riet & W. Parker. 2002. Making HIV/AIDS our problem. Young people and the development challenge in South Africa. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- Kelly, K., W. Parker & S. Gelb. 2002. HIV/AIDS, economics and governance in South Africa: Key issues in understanding response. A literature review. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- Kelly, K., W. Parker & G. Lewis. 2001. Reconceptualising behaviour change in the HIV/AIDS context. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- Kelly, K., W. Parker & S. Oyosi. 2001. Pathways to action. HIV/AIDS prevention, children and young people in South Africa. A literature review. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2002-12-12.

- Kelly, K. & M. Van der Riet. 2000. Participatory research in community settings: Process, methods, challenges. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- Khumalo, B. 2002. Say what. Sunday Times Lifestyle, 12 Februarie: 6.
- King, R. 1999. Sexual behavioural change for HIV: Where have theories taken us? UNAIDS/99.27E. Aanlyn: <http://www.unaids.org>. Toegang op 2002-06-12.
- Kistner, U. 2003. Gender-based violence and HIV/AIDS in South Africa. A literature review. Aanlyn: <http://www.cadre.org.za>. Toegang op 2003-06-30.
- Kline, M.V. 1999. Planning health promotion and disease prevention programs in multicultural populations. In: Huff & Kline (reds.): 73-102.
- Kok, G., H. Schaalma & J. Brug. 2001. Planmatige gezondheidsvoorlichting: een inleiding. In: Brug et al.: 15-32.
- Kover, A.J. 1995. Copywriters' implicit theories of communication: an exploration. Journal of Consumer Research, 21: 596-611.
- Kreuter, M., D. Farrell, L. Olevitch & L. Brennan. 2000. Tailoring health messages. Customizing communication with computer technology. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- LifeSense Disease Management. 2002. HIV/AIDS: Be well informed. s.l.:s.n.
- loveLife. 2001(a). Hot prospects, cold facts. Portrait of young South Africa. Published as supplement to the Sunday Times, March . Commissioned by the Henry J Kaiser Foundation.
- loveLife. 2001(b). Impending catastrophe revisited. An update on the HIV/AIDS epidemic in South Africa. Commissioned by the Henry J Kaiser Foundation.
- loveLife. 2002(a). loveLife billboard campaign. Aanlyn: <http://www.lovelife.org.za.llwebsite>. Toegang op 2002-11-30.
- loveLife. 2002(b). Report of the technical advisory group on loveLife. South Africa site visit. January 19-26, 2002. Aanlyn: <http://www.lovelife.org.za.llwebsite>. Toegang op 2002-11-30.
- LoveLife. 2003. That first time. ScamtoPrint, 48.
- Maibach, E. & R.L. Parrott (reds.). Designing health messages. Approaches from communication theory and public health practice. Thousand Oaks: Sage.
- Monahan, J.L. 1995. Thinking positively. Using positive affect when designing

- health messages. In: Maibach & Parrott (reds.): 81-98.
- Mbatha, S. 2002. Sorry mom, life's about orgies, and not condoms and church! City Press, 1 Desember: 17.
- McQuire, W.J. 1994. Using mass media communications to enhance public health. In: Sechresi et al. (reds.): 125-152.
- McQuire, W.J. 2001. Input and output variables currently promising for constructing persuasive communications. In: Rice & Atkin (reds.): 22- 48.
- Meyers-Levy, J. & P. Malaviya. 1999. Consumers' processing of persuasive advertisements: An integrative framework of persuasion theories. *Journal of Marketing (Special Issue)*, 63: 45-60.
- Moneymax. 2002. Metropolitan and Clem Sunter declare war on HIV/AIDS. Aanlyn: . Toegang op 2002-02-25. National Cancer Institute. 2002. Making health communication programs work. A planners guide. Aanlyn: wysiwyg://1/http.www.moneymax.co.za/aids. Toegang op 2002-03-06.
- National Cancer Institute. 2002. Making health communication programs work. A planners guide. Aanlyn: <http://oc.nci.nih.gov/services/HCPW/HOME.htm>. Toegang op 2002-03-06.
- Parker, W., L. Dalrymple & E. Durden. 1998. Communicating beyond Aids awareness. A manual for South Africa. S.A. Department of Health, Beyond Awareness Campaign.
- PATH/FHI/USAID. 2002. Developing materials on HIV/AIDS/STIs for low-literate audiences. Aanlyn: <http://www.fhi.org/en/HIVAIDS/publications/lowliteracyguide.htm>. Toegang op: 2003-06-14.
- Perloff, R.M. 2001. Persuading people to have safer sex. Applications of social science to the AIDS crisis. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Petty, R.E. & D.T. Wegener. 1998. Attitude change: Multiple roles for persuasion variables. In: Gilbert, Fiske & Lindzey (reds.): 323-390.
- Phillips, B.J. 2000. The impact of verbal anchoring on consumer response to image ads. *Journal of Advertising*, 29(1): 15-24.
- Pienaar, A. 2002. Vigsboodskappe te flou, sê Sunter. *Beeld*, 11 Februarie: 9.
- Rice, R.E. & C.K. Atkin. 2001³. Public communication campaigns. Thousand Oaks: Sage.
- Sandfort, T. (red.). 1998. The Dutch response to HIV. Pragmatism and consensus. London: UCL Press.

- Schaalma, H. & G. Kok. 2001. A school AIDS prevention program in the Netherlands. In: Bartholomew et al.: 353-386.
- Schaalma, H. , G. Kok . & R. Meertens. 2001. Intervention mapping. In: Brug et al.: 73-88.
- Schaalma, H., R. Meertens, G. Kok, J. Brug & H. Hospers. 2000. Theorieën en methodieken van verandering. In: Brug et al.: 89-118.
- Schellens, P.J. 2000. Probleemanalyse en vooronderzoek. In: Schellens, Klaassen & De Vries (reds.): 25-44.
- Schellens, P.J., R. Klaassen & S. De Vries (reds.). 2000. Communicatiekundig ontwerpen. Methoden, perspectieven en toepassingen. Assen: Van Gorcum.
- Schellens, P. J., R. Klaassen & S. De Vries. 2000. Communicatiekundig ontwerpen: een kader. In: Schellens, Klaassen & De Vries (reds.): 1-20.
- Schellens, P.J. & A.A. Maes. 2000. Tekstontwerp. In: Braet (red.): 155-189.
- Schellens, P.J. & M.F. Steehouder. 1994. Tekstontwerp: schrijven als ontwerpproces. Tijdschrift voor Taalbeheersing, 16: 161-172.
- Sechresi, L., T.E. Backer, E.M. Rogers, T.F. Campbel, & M.L. Grady (reds.). 1994. Effective dissemination of clinical and health information. Rockville: U.S. Department of Health and Human Services (AHCPR Pub.No.95-0015).
- Slater, M.D. 1995. Choosing audience segmentation strategies and methods for health communication. In: Maibach & Parrott (reds.): 186-198.
- Smith, C. 2002. Culture of the stick people. Mail&Guardian, Friday, 29 November – 5 Desember: 1.
- Snyder, L.B. 2001. How effective are mediated health campaigns? In: Rice & Atkin (reds.) :181-191.
- Soul City. 2001. Soul City 4 -Impact evaluation: AIDS. Aanlyn: <http://www.soulcity.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- Soul City. 2002. Soul City 4. Impact evaluation. Aids. October 2000. Aanlyn: <http://www.soulcity.org.za>. Toegang op 2002-12-12.
- UNAIDS/PENNSYLVANIA. 1999. Communications framework for HIV/AIDS. A new direction. Aanlyn: <http://www.unaids.org>. Toegang op 2002-12-11.
- UNESCO/UNAIDS. 2000. A cultural approach to HIV/AIDS prevention and care. Summary of country assessments and project design handbook. Aanlyn: <http://www.unaids.org/best/practice/index.html>. Toegang op 2000-08-18.

Van der Linden, E. 2002. loveLife houdt jeugd gezonde lifestyle voor. De Gelderlander, 30 November.

Van Dyk, A. 2001². HIV/AIDS care & counselling. A multidisciplinary approach. Cape Town: Pearson Education South Africa.

Van Engelenburg, B. 2000. Summatiewe evaluatie. In: Schellens, Klaassen & De Vries (reds.): 119-142.

Whiteside, A. & C. Sunter. 2000. AIDS. The challenge for South Africa. Cape Town: Human & Rousseau en Tafelberg.

Wadsworth, Y. 1998. What is participatory action research? Aanlyn:
<http://www.scu.edu.au/schools/gcm/ar/ari/p-ywadsworth98.html>. Toegang op 2003-01-18.

Witte, K. 1995. Fishing for success. Using the persuasive health message framework to generate effective campaign messages. In: Maibach & Parrott (reds.): 145-166.

Yzer, M.C. 1999. Mass media campaigns to promote safe sex: An evaluation of public campaigns in the Netherlands. Veenendaal: Universal Press.

Yzer, M.C., F.W. Siero & B.P. Buunk. 2000. Can public campaigns effectively change psychological determinants of safer sex? An evaluation of three Dutch campaigns. Health Education Research, 15(3): 339-352.

Departement Afrikaans en Algemene Taalwetenskap, UNISA

(1) Die navorsing vir hierdie artikel is moontlik gemaak deur 'n projektoekenning van die Noordelike Kennisnetwerk vir Neerlandistiek. Nederland word as een van die lande beskou waar MIV/vigs-voorligting nog van die suksesvolste toegepas is (sien Sandfort, 1998). Nederlandse modelle vir die ontwerp van MIV/vigs-/gesondheidsvoorligting en -voorligtingstekste is met groot vrug in hierdie artikel gebruik.

[Elektroniese weergawes
van T.N&A](#)

[Kontaknommers](#)

[Algemeen](#)

[Riglyne vir
outeurs](#)

[Bo](#)

De psychologie van veilige seks en tekstontwerp (1)

- Henk Boer & Adelia Carstens -

Abstract

An optimal choice of the content is an important aspect of the design of safe sex documents. The psychology of safe sex may contribute to optimal decisions on the content of effective documents on aids prevention. This article shows how a psychological analysis of safe sex behaviour contributes to a deliberate choice on the content of safe sex documents. Results are presented of a psychological analysis of the beliefs of South African and Dutch female students about the use of condoms. Clear differences between the two groups exist, which may be related to the marked differences in safe sex behavior between the two groups. Implications for the optimal content of safe sex documents are discussed.

1. Planmatige voorlichting en tekstontwerp

Planmatige gezondheidsvoorlichting is een multidisciplinair vakgebied dat met name is gebaseerd op inzichten vanuit de sociale psychologie en de gezondheidspsychologie, maar ook op inzichten vanuit de tekstwetenschap, epidemiologie en communicatiewetenschap. Bij de planmatige aanpak van gezondheidsvoorlichting worden bij de ontwikkeling en de evaluatie van de voorlichting systematisch een aantal stappen doorlopen (Brug et al., 2001). Het gaat hierbij om (1) analyse van het gezondheidsprobleem en het vaststellen van het risicogedrag, (2) analyse van de psychologische determinanten van het veilige gedrag, (3) het ontwikkelen van interventies gericht op de beïnvloeding van deze psychologische determinanten en (4) evaluatie van de voorlichtingsinspanningen. In dit artikel gaan we met name in op de tweede stap van de analyse van de psychologische determinanten van het veilige gedrag en de wijze waarop deze inzichten bij het bepalen van de inhoud van de voorlichting kunnen worden gebruikt.

Bij de systematische analyse van de psychologie van het gedrag gaat het in het geval van HIV preventie om de psychologie van veilige seks, zoals het consequent gebruiken van condooms. Inzicht in de psychologische factoren die een bijdrage leveren aan het doen ontstaan en het in stand houden van veilig seksueel gedrag kan belangrijke aanwijzingen opleveren voor de inhoud van de voorlichtingsboodschap. Dit inzicht is ook van belang voor de evaluatie van de voorlichtingsinspanningen. Het doel van de voorlichting is immers om de

psychologische factoren op een zodanige wijze te beïnvloeden, dat ze een positieve bijdrage leveren aan de vorming en het in stand houden van veilig seksueel gedrag.

Inzicht in de psychologische factoren die een rol spelen bij het bevorderen van veilig seksueel gedrag is in sterke mate gegroeid door de toepassing van algemene theorieën over de determinanten van menselijk gedrag op het gebied van veilig en onveilig seksueel gedrag. Kenmerk van deze theorieën over de determinanten van menselijk gedrag is dat ze een belangrijke rol toekennen aan cognities (gedachteninhouden) bij de vorming van gedrag. Deze theorieën worden dan ook veelal aangeduid met de term sociale cognitietheorieën. In de loop van de jaren zijn een aantal theorieën ontwikkeld, zoals de Theorie van het Beredeneerde Gedrag (Ajzen en Fishbein, 1980) en de Theorie van het Geplande Gedrag (Ajzen, 1991), dat in dit artikel wordt toegepast.

De Theorie van het Geplande Gedrag stelt dat de intentie van een persoon om veilig seksueel gedrag te vertonen (vaak wordt in deze theorieën gebruik gemaakt van de gedragsintentie, omdat het gedrag niet altijd observeerbaar is, zoals bij condoomgebruik) in de eerste plaats wordt bepaald door de gevolgen die een persoon verbindt aan het gebruik van condooms. Verder spelen de opvattingen van de sociale omgeving een rol, die de persoon in meerdere of mindere mate kunnen beïnvloeden. Een derde aspect wat met name van belang is voor gedrag dat niet geheel onder controle staat van het individu (zoals condoomgebruik, waar altijd twee personen bij zijn betrokken) is de mate van waargenomen gedragscontrole. Dit is nauw verbonden met het begrip zelfeffectiviteit dat verwijst naar de opvattingen van een persoon over mogelijkheden om de moeilijkheden te overwinnen, die zich voordoen bij de uitvoering van het gedrag. Kenmerkend voor sociale cognitietheorieën is dat ze gedrag voorspellen op basis van het oordeel van een persoon over de consequenties die aan het gedrag zijn verbonden.

Sociale cognitietheorieën werken het beste bij beredeneerd gedrag. Hiermee wordt bedoeld de mate waarin het gedrag verklaarbaar is op basis van cognities en overweging die bij de doelgroep een rol spelen. In hoeverre er sprake is van beredeneerd gedrag kan worden afgeleid uit de mate waarin de intentie tot het gedrag of het gedrag in kwestie statistisch te verklaren is op basis van de kennis die over de cognities is verzameld. Alleen bij beredeneerd gedrag is het zinvol om door voorlichtingsteksten te proberen het gedrag te veranderen. Er hoeft niet altijd sprake te zijn van beredeneerd gedrag, bijvoorbeeld bij gewoontegedrag.

Gewoontegedrag is gedrag waarbij het vorige gedrag sterker van invloed is op het gedrag dan de cognities ten aanzien van het gedrag. Recent onderzoek wijst uit dat gewoontegedrag in sterkere mate voorkomt dan eerder door psychologen werd vermoed. Met name in situaties waarin gedrag herhaaldelijk dient te worden uitgevoerd, kan er snel gewoontegedrag ontstaan op basis van de ervaringen die met het gedrag worden opgedaan. Positieve ervaringen met onveilig seksueel gedrag (in de zin dat er geen directe negatieve gevolgen van het onveilige seksuele gedrag werden ondervonden) kunnen snel leiden tot gewoontegedrag. Kenmerk van gewoontegedrag is dat cognities maar een zeer

beperkte rol spelen bij de vorming van het gedrag. Bij gewoontegedrag spelen met name situationele kenmerken een rol bij de uitvoering van specifiek gedrag.

Sociale cognitietheorieën kunnen op twee manieren een rol spelen bij de vaststelling van de inhoud van voorlichting. Bij de eerste methode, de determinantanalyse, wordt door het gebruik van statistische technieken vastgesteld welke psychologische determinanten een belangrijke rol spelen bij de bevordering van het gewenste gedrag (Brug et al., 2001). Bij het vaststellen van de psychologische determinanten worden vaak meerdere vragen samengenomen in een overkoepelend psychologische begrip, zoals bijvoorbeeld de attitude ten opzichte van condooms. Door het gebruik van regressieanalyse kan dan bijvoorbeeld worden nagegaan in hoeverre het gebruik van condooms samenhangt met de attitude ten opzichte van condooms. De hoogte van de genormaliseerde regressiecoëfficiënt geeft hierbij een indicatie van het belang van attitude voor het gebruik van condooms. Bij de tweede methode (die in dit artikel wordt besproken), de microanalyse van veronderstellingen, wordt een nauwkeurige analyse gemaakt van bijvoorbeeld de voordelen en de nadelen die personen verbinden aan het gebruik van condooms.

Microanalyse van de veronderstellingen rond het condoomgebruik geeft inzicht in de overwegingen van bepaalde groepen bij het al dan niet gebruiken van condooms. Deze groepen kunnen verschillen in hun condoomgebruik, maar ook in hun cultuur, waarvan in dit artikel een voorbeeld wordt gegeven. Door in een microanalyse personen uit verschillende culturen te betrekken is het mogelijk om inzicht te krijgen in de relatie tussen een bepaalde cultuur en de overwegingen bij condoomgebruik.

Doel van dit onderzoek was na te gaan in hoeverre een microanalyse inzicht kan geven in de overwegingen die een rol spelen bij het gebruik van condooms door Zuid-Afrikaanse en Nederlandse studenten. Uit onderzoek komt namelijk naar voren dat niet consequent condoomgebruik onder adolescenten een veel voorkomend verschijnsel is, zowel in Zuid-Afrika (Smith et al., 1998) als in Europa (Sutton et al., 1999). Het objectieve risico op een besmetting met HIV door een onbeschermd seksueel contact is in het algemeen in Zuid-Afrika groter dan in Nederland. Voor 2002 werd door UNAIDS (UNAIDS, 2002) de HIV prevalentie bij volwassenen in Zuid-Afrika 20,1% geschat en voor Nederland 0,2%. Microanalyse van de cognities en het gedrag van Zuid-Afrikaanse en Nederlandse adolescenten brengt naar voren in hoeverre er sprake is van een gedragsmatige en cognitieve aanpassing aan de dreiging van HIV. Een dergelijke analyse geeft inzicht in de opvattingen die met name worden beïnvloed door de grotere dreiging van HIV en brengt aan het licht waar nog verbeteringen mogelijk zijn.

2. Opzet en uitvoering van het onderzoek

Proefpersonen

Aan het onderzoek werd deelgenomen door 75 vrouwelijke studenten aan de Universiteit van Pretoria en 58 vrouwelijke studenten uit Nederland, waarvan 27 studeerden aan de Hogeschool Enschede en 31 aan de Universiteit Twente. De studenten in Zuid-Afrika waren afkomstig uit een koshuis van de Universiteit van Pretoria en werden tijdens een bijeenkomst gevraagd om medewerking aan het onderzoek. Het onderzoek was geaccordeerd door de Ethische Commissie van de Universiteit van Pretoria. De Nederlandse studenten bestonden uit een gelegenheidssteekproef, die werd geworven in kantines en sportzalen.

Vragenlijst

In het onderzoek werd gebruik gemaakt van een vragenlijst. Deze vragenlijst was oorspronkelijk geschreven in het Nederlands en werd ten behoeve van de Zuid-Afrikaanse steekproef door de tweede auteur vertaald in het Afrikaans en het Engels.

In de vragenlijst werden de volgende cognities vastgesteld ten aanzien van condoom gebruik.

Waargenomen gevolgen van condoomgebruik. De respondenten konden hun mate van instemming aan geven met 17 mogelijke gevolgen van condoomgebruik. Deze gevolgen waren ontleend aan Sutton et al. (1999; zie Tabel 2). De vragen konden worden beantwoord op een vijfpuntsschaal (1= volledig mee oneens, 5= volledig mee eens). Factoranalyse bracht naar voren dat er vier soorten gevolgen konden worden onderscheiden (zie Tabel 2). Deze soorten gevolgen zijn in Tabel 2 aangeduid als negatieve hedonistische gevolgen, negatieve sociale gevolgen, positieve beschermende gevolgen en de negatieve gevolgen bij de uitvoering.

Waargenomen sociale normen. De respondenten werd gevraagd aan te geven hoe volgens hen zes andere belangrijke personen of instanties in hun sociale omgeving (referenten) dachten over condoomgebruik. De respondenten konden aangeven in hoeverre volgens hen hun huidige sekspartner, een eventuele nieuwe sekspartner, vrienden/vriendinnen, dokter, ouders en overheid vonden dat de respondent condooms moet gebruiken (zie Tabel 3). De vragen konden worden beantwoord op een vijfpuntsschaal (1= volledig mee oneens, 5= volledig mee eens). De items vormden een betrouwbare schaal (alfa = .80).

Mate van instemming met sociale normen. De respondenten gaven op dezelfde vijfpuntsschaal aan in hoeverre ze geneigd waren om in te stemmen met de mening van elke afzonderlijke referent over het condoomgebruik. De items vormden een betrouwbare schaal (alfa = .82).

Waargenomen gedragscontrole en zelfeffectiviteit. Over waargenomen gedragscontrole werd één directe vraag gesteld (Sutton et al., 1999): "Ik heb veel invloed op het wel of niet gebruiken van condooms" (1= volledig mee

oneens, 5= volledig mee eens). Om de zelfeffectiviteit van de respondenten met betrekking tot condoomgebruik vast te stellen, konden de respondenten op een vijfpuntsschaal (1= volledig mee oneens; 5= volledig mee eens) aangeven in hoeverre een aantal barrières of problemen bij het gebruik van condooms op hen van toepassing waren. Factoranalyse bracht naar voren dat er vier soorten zelfeffectiviteit konden worden onderscheiden (zie Tabel 4): partner gerelateerde zelfeffectiviteit (de twee vragen correleerden significant: $r = .62$, $p < .001$), overwinnen van schaamte (alfa = .66), overwinnen van praktische moeilijkheden (alfa = .58) en overwinnen van moeilijkheden bij het plannen van seksuele activiteiten (alfa = .58).

Intentie om condooms te gebruiken werd vastgesteld met een vraag "Wanneer mijn partner geen condooms wil gebruiken en ik wel, dan hebben we geen seks" (1= volledig mee oneens, 5= volledig mee eens).

Condoomgebruik bij de laatste keer dat men seks had, werd vastgesteld met de vraag: "De laatste keer dat ik seks had, heb ik een condoom gebruikt". Deze vraag kon worden beantwoord met nee (1) of ja (2). Voor de niet seksueel actieve respondenten was het alternatief "niet van toepassing, geen seks gehad" beschikbaar. Deze antwoord mogelijkheid werd omgezet in de variabele seksuele abstinentie (seksueel actief = 1, seksueel abtinent =2).

In de vragenlijst werden ook een aantal persoonlijke vragen gesteld over geslacht en leeftijd en een eventuele relatie (vaste partner, geen vaste partner). Gezien de culturele diversiteit in Zuid-Afrika werden ook vragen gesteld over religie en moedertaal.

3. Resultaten

Beschrijving van de steekproef

In Tabel 1 zijn demografische gegevens, seksuele ervaring en het condoom gebruik van de studentes weergegeven.

Tabel 1: Demografische kenmerken, seksuele ervaring en het condoom gebruik van Zuid-Afrikaanse en Nederlandse studentes.

	Zuid-Afrika	Nederland
Gemiddelde leeftijd (jaren)	19.8	19.6
Vaste partner (% ja)	32	33
Gemiddelde leeftijd partner (jaren)	22.1	22.3
Leeftijdverschil (jaren)	2.3	2.4
Seksueel actief (% ja)	25%	74%
Condoom gebruik laatste keer (% ja)	74%	37%

Er was geen verschil in gemiddelde leeftijd tussen de Zuid-Afrikaanse en de Nederlandse studentes ($t = -.66$, n.s.). Het percentage studentes in Zuid-Afrika met een vaste partner (32/75; 43%) verschilde niet significant van het percentage studentes in Nederland met een vaste partner (33/58; 57%; $\chi^2(1, N = 131) = 3.4$, n.s.). De vaste partners waren gemiddelde 2,4 jaar ouder (mediaan 2 jaar) dan de studentes. Het leeftijdsverschil tussen de partners verschilde in Zuid-Afrika niet significant van het leeftijdsverschil tussen de partners in Nederland. De studentes in Zuid-Afrika waren beduidend minder seksueel actief (19/75, 25%) dan de Nederlandse studentes (43/58, 74%; $\chi^2(1, N = 133) = 31.3$, $p < .001$). Van de Zuid-Afrikaanse studentes met een vaste partner was 47% (15/32) seksueel actief en van de Nederlandse studentes met een vaste partner was 91% (30/33) seksueel actief. Van de Zuid-Afrikaanse studentes zonder een vaste partner was 9% (4/43) seksueel actief en van de Nederlandse studentes zonder een vaste partner was 48% (11/23) seksueel actief.

De seksueel actieve studentes in Zuid-Afrika gebruikten condooms consistenten dan de Nederlandse studentes. Van de vijftien Zuid-Afrikaanse studentes met een vaste partner had 73% (11/15) een condoom gebruikt bij de laatste seksuele ontmoeting. Bij de Nederlandse studentes met een vaste partner had 30% (9/30) een condoom gebruikt bij de laatste seksuele ontmoeting.

De moedertaal van de meerderheid van de Zuid-Afrikaanse studentes was Afrikaans (55/75; 73%), gevolgd door Engels (7/75; 9%), IsiZulu (6/75; 8%), Sepedi (4/75; 5%) en andere talen (Setswana, Xitsonga 3/75; 4%). De meeste studentes in Zuid Afrika waren lid de Nederduits Gereformeerde Kerk (64%), Methodisten (8%), Apostolisch Genootschap (5%), en 19% was lid van een andere kerk, zoals de Church of Christ, Christians (American Believer), Baptist en Zionist Christian Church.

Waargenomen gevolgen van condoomgebruik

In Tabel 2 zijn de gemiddelde scores weergegeven wat betreft de waargenomen gevolgen van condoomgebruik afzonderlijk voor de Zuid-Afrikaanse en Nederlandse studentes.

Tabel 2: Gemiddelde scores van condoomgebruik wat betreft negatieve hedonistische gevolgen, negatieve sociale gevolgen, positieve beschermende gevolgen en de negatieve gevolgen bij de uitvoering (1= volledig mee oneens; 5= volledig mee eens).

Waargenomen consequenties	Zuid-Afrika	Nederland
Het gebruik van een condoom zal ...		
Negatieve hedonistische gevolgen:		
- de seks minder romantisch maken.	2.2	2.9**

- de seks minder plezierig maken	2.2	2.9***
- een vervelende onderbreking zijn van de seks.	2.2	3.1***
- het seksuele genot van mijn partner verminderen	2.1	2.9***
- mijn seksuele genot verminderen	2.1	2.6***
Negatieve sociale consequenties:		
- mijn partner het idee geven dat ik drager ben van het hivvirus	1.8	1.5
- mijn partner het idee geven dat ik met iedereen seks heb	1.9	1.5
- mijn partner het idee geven dat ik hem niet vertrouw	1.9	1.6
- me het gevoel geven dat ik minder vrouw ben	1.6	1.5
Positieve beschermende gevolgen:		
- mij beschermen tegen het hiv-virus	3.4	3.9
- mij beschermen tegen andere SOA	3.4	3.9
- mij beschermen tegen ongewenste zwangerschap	3.3	3.7
Negatieve gevolgen bij de uitvoering:		
- moeilijk van te voren te plannen zijn	2.0	2.2
- zal de seks beschamend maken	1.8	2.0
- weerstand oproepen van mijn partner	2.1	2.5
- de seks rommelig maken	2/0	2.5

De Nederlandse studentes verbonden significant meer negatieve hedonistische gevolgen aan het gebruik van condooms dan de Zuid-Afrikaanse studentes ($F_{\text{multiv}}(5, 127)=7.5, p<.001$). Univariate analyses wezen uit dat dit verschil zich voordeed bij elk negatief hedonistische gevolg (zie Tabel 2). Er kon geen verschil tussen de twee groepen worden geconstateerd wat betreft negatieve sociale gevolgen ($F_{\text{multiv}}(4, 127)=1.7, \text{n.s.}$), positieve beschermende gevolgen, ($F_{\text{multiv}}(3, 128)=1.8, \text{n.s.}$) en negatieve gevolgen bij de uitvoering ($F_{\text{multiv}}(4, 125)=2.4, \text{n.s.}$).

Sociale normen over condoomgebruik

In Tabel 3 zijn de gemiddelde scores weergegeven wat betreft de waargenomen sociale normen van de referenten en de mate waarin de studentes instemmen met deze sociale normen.

Tabel 3: Gemiddelde sociale normen van de referenten over condoom gebruik en de mate waarin de Zuid-Afrikaanse en Nederlandse studentes instemmen met deze sociale normen.

	Zuid-Afrika	Nederland
Sociale norm condoomgebruik van ...		
Huidige sekspartner	3.3	2.7**
Nieuwe sekspartner	3.8	3.3**
Vrienden/Vriendinnen	3.9	3.2***
Dokter	4.2	3.9
Ouders	3.7	3.9
Gezondheidscampagnes Overheid	4.3	3.2***
Geneigdheid in te stemmen met ...		
Huidige sekspartner	3.7	3.2**
Nieuwe sekspartner	3.8	2.9***
Vrienden/Vriendinnen	4.2	3.2***
Dokter	4.3	3.4***
Ouders	4.3	3.6***
Gezondheidscampagnes Overheid	4.0	2.5***

De Zuid-Afrikaanse studentes namen meer positieve sociale normen over condoomgebruik waar bij de referenten dan de Nederlandse studentes ($F_{\text{multiv}}(6, 115)=12.8, p<.001$), met name bij de huidige sekspartner, vrienden/vriendinnen en de overheid. Bovendien waren de Zuid-Afrikaanse studentes meer geneigd in te stemmen met de normen van alle referenten dan de Nederlandse studentes ($F_{\text{multiv}}(6, 116)=14.9, p<.001$).

Waargenomen gedragscontrole en zelf-effectiviteit

De waargenomen gedragscontrole van de Zuid-Afrikaanse studentes (gem.= 4.2) verschilde niet significant van de Nederlandse studentes (gem.= 3.9). Met betrekking tot zelfeffectiviteit zijn in Tabel 4 de gemiddelde scores

weergegeven.

Tabel 4: Gemiddelde zelf-effectiviteit bij Zuid-Afrikaanse en Nederlandse studentes.

	Zuid-Afrika	Nederland
Gebrek aan partner gerelateerde zelf-effectiviteit ...		
Ik denk dat mijn partner boos wordt als ik	2.2	1.5***
voorstel een condoom te gebruiken		
Ik ben bang dat ik een slechte indruk op mijn	2.1	1.7*
partner maak als ik voorstel een condoom te		
gebruiken		
Gevoelens van schaamte		
Ik schaam mij als ik condooms koop	3.0	2.3***
Ik vind het moeilijk om te praten over condooms	2.3	2.0
Ik ben niet in staat condooms goed te gebruiken	2.9	1.8***
Overwinnen van praktische moeilijkheden		
Ik vind condooms moeilijk te verkrijgen	2.3	2.1
Ik vind condooms duur	2.7	3.8***
Ik vind condooms moeilijk te gebruiken	2.4	2.7
Overwinnen van moeilijkheden bij het plannen		
Ik vergeet wel eens condooms mee te nemen	3.0	3.2
Ik vind het moeilijk de seks te onderbreken om	2.6	2.8
een condoom om te doen		

Ik vind het moeilijk om vooruit te denken als het	2.6	2.3
om seks gaat		

In vergelijking met de Nederlandse studentes was de partner gerelateerde zelfeffectiviteit bij de Zuid-Afrikaanse studentes significant lager ($F_{\text{multiv}}(2, 125)=12.0, p<.001$). Ook ondervonden de Zuid-Afrikaanse studentes in vergelijking met de Nederlandse studentes meer gevoelens van schaamte ($F_{\text{multiv}}(3, 125)=10.0, p<.001$). De Nederlandse studentes zagen daarentegen meer praktisch problemen bij condoomgebruik dan de Zuid-Afrikaanse studentes ($F_{\text{multiv}}(3, 126)=12.7, p<.001$). Dit werd vooral veroorzaakt door het feit dat de Nederlandse studentes condooms significant duurder vonden dan de Zuid-Afrikaanse studentes ($F(1,128)=26.8, p<.001$). Met betrekking tot het overwinnen van moeilijkheden bij het plannen kon een klein verschil tussen de twee groepen worden geconstateerd ($F_{\text{multiv}}(3, 124)= 3.4, p<.05$). Als intentie werd gemeten met de vraag "Wanneer mijn partner geen condooms wil gebruiken en ik wel, dan hebben we geen seks" bestond geen verschil tussen de Zuid-Afrikaanse studentes (gem.= 3.9) en de Nederlandse studentes (gem. 4,2; $t=1.3, n.s.$).

4. Bespreking

In dit artikel werd een microanalyse besproken van de veronderstellingen van Zuid-Afrikaanse en Nederlandse studentes ten aanzien van het gebruik van condooms.

Uit het onderzoek komen een aantal opvallende conclusies naar voren. Uit het onderzoek kan worden geconcludeerd dat het bij de in dit onderzoek betrokken Zuid-Afrikaanse studentes van de Universiteit van Pretoria aanzienlijk beter is gesteld met veilig seksueel gedrag dan bij een groep vergelijkbare Nederlandse studentes. De Nederlandse studentes zijn in hogere mate seksueel actief, zowel de studentes met een vaste partner als de studentes zonder een vaste partner dan de Zuid-Afrikaanse studentes. Het condoomgebruik ligt bij de Nederlandse studentes aanmerkelijk lager dan bij de Zuid-Afrikaanse studentes. Gezien de hogere risicograad in het algemeen in Zuid-Afrika wil dit natuurlijk niet zeggen dat de Zuid-Afrikaanse studentes minder risico lopen op HIV besmetting. Juist in situaties met een hoge HIV prevalentie is een hoge mate van compenserend veilig seksueel gedrag van groot belang.

De microanalyse van de veronderstellingen rond het condoomgebruik geeft inzicht in achterliggende oorzaken. In de eerste plaats verbinden de Nederlandse studentes duidelijk meer negatieve hedonistische consequenties aan het condoomgebruik dan de Zuid-Afrikaanse studentes in dit onderzoek. Wat betreft eventuele negatieve sociale consequenties, positieve beschermende

gevolgen en negatieve gevolgen bij de uitvoering van het condoomgebruik konden tussen de twee groepen geen verschillen worden geconstateerd. De Zuid-Afrikaanse studentes stonden duidelijk bloot aan meer positieve sociale normen in hun omgeving ten aanzien van condoomgebruik dan de Nederlandse studentes. Ook waren de Zuid-Afrikaanse studentes duidelijk meer van plan zich iets aan te trekken van de opvattingen van voor hen belangrijke andere over het gebruik van condooms. Wat betreft de zelfeffectiviteit kon worden geconstateerd dat de Zuid-Afrikaanse studentes zich in vergelijking met de Nederlandse studentes minder in staat achten om het condoomgebruik bij hun partner naar voren te brengen. Ook ondervonden de Zuid-Afrikaanse studentes meer moeite bij het overwinnen van gevoelens van schaamte. Met betrekking tot de intentie tot het gebruiken van condooms kon in dit onderzoek geen verschil tussen de beide groepen worden geconstateerd, maar uit het condoomgebruik bij de laatste seksuele ontmoeting kan worden geconcludeerd dat onveilige seks onder de Nederlandse studentes duidelijk meer voorkomt dan onder de Zuid-Afrikaanse studentes.

De uitkomsten van dit onderzoek leveren een aantal aanbevelingen op voor het ontwerpen van teksten rond het bevorderen van veilige seks. Hoewel bij de Zuid-Afrikaanse studentes in dit onderzoek het niveau van veilige seks (inclusief abstinentie) al hoog lag, zou de voorlichting zich met name kunnen richten op het bevorderen van de zelfeffectiviteit en het verminderen van schaamte.

Bij de Zuid-Afrikaanse studenten zit het probleem niet in mogelijk negatieve gevolgen die ze aan het gebruik van condooms verbinden, maar veeleer in de omgang met de mannelijke partner bij het praten over en het feitelijk gebruiken van condooms. Bij de Nederlandse studentes doet zich een duidelijk probleem voor met betrekking tot onveilige seks. Opvallend is dat de Nederlandse studentes allerlei negatieve hedonistische gevolgen verbinden aan het gebruik van condooms. Hierop dient de voorlichting voor de Nederlandse studentes zich te richten. Opvallend is verder dat in de Nederlandse situatie de sociale omgeving niet echt positief is over het gebruik van condooms. Opvallend is dat de studentes ook zeggen zich minder aan te trekken van wat anderen vinden van condoomgebruik. Gebrek aan partner gerelateerde zelfeffectiviteit en gevoelens van schaamte doen zich bij de Nederlandse studentes niet in belangrijke mate voor, maar wel vinden ze opvallend genoeg condooms duur. Ook dit zou een aandachtspunt in het ontwerpen van voorlichtingsdocumenten kunnen zijn.

In dit artikel is een voorbeeld gegeven van de wijze waarop de psychologie van veilige seks een bijdrage kan leveren aan het nemen van beslissingen over de inhoud van teksten over HIV preventie. De uitkomsten van dit onderzoek dienen als een illustratie te worden opgevat en kunnen zeker niet worden gegeneraliseerd naar de totale populatie van Zuid-Afrikaanse studentes. Nader onderzoek bij andere populaties is noodzakelijk om inzicht te krijgen in de vraag of de in dit onderzoek gevonden resultaten ook geldig zijn voor mannelijke studenten en voor studenten afkomstig van andere universiteiten in Zuid-Afrika.

Henk Boer: Faculteit Gedragwetenskap, Departement
Communicatiewetenskap
Universiteit Twente.
Adelia Carstens: Departement Afrikaans, Universiteit van Pretoria

Bibliografie

Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Brug, J., H. Schaalma, G. Kok, R.M. Meertens & H.T. Van der Molen. 2001. *Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering: een planmatige aanpak*. Assen: Van Gorcum.

Fishbein, M. & I. Ajzen. 1980. *Understanding attitudes and predicting behaviour*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Smith, A.M.A., R. De Visser, A. Akande, D.S. Rosenthal, & S. Moore. 1998. Australian and South African undergraduates' HIV-related knowledge, attitudes and behaviors. *Archives of Sexual Behavior*, 27, 279-294.

Sutton, S., D. Mcvey & A. Glanz. 1999. A comparative test of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior in the prediction of condom use intentions in a national sample of English young people. *Health Psychology*, 18, 72-81.

UNAIDS. 2002. Geraadpleegd op
http://www.unaids.org/hivaidsinfo/statistics/fact_sheets/pdfs/Southafrica_en.pdf
(7 mei 2003)

(1) Dankwoord

De auteurs zijn erkentelijk voor hun assistentie bij het verzamelen van de gegevens: E.M. Draaisma, Y.B.M. Loves, A.M.L. Boudrie and M.K. Bulthuis (Nederland) and S. Sello (Zuid-Afrika).

[Elektroniese weergawes
van T.N&A](#)

[Kontaknommers](#)

[Algemeen](#)

[Riglyne vir
outeurs](#)

[Bo](#)

Die invloed van voorbeeldgeschiedenissen in fear appeals op de perceptie van de eigen-effectiviteit en de acceptatie van de boodschap

- Hans Hoeken & Dymphie Geurts -

Abstract

Appeals to fear are frequently used in health communication to persuade people to adopt a new kind of behavior because their current behavior is likely to have harmful consequences. If an appeal to people's fears is to succeed in persuading them to act differently, they will have to concede that the consequences of their actions are undesirable but real (which in combination constitutes the perceived threat) as well as believe that the proposed alternative behavior is effective in blocking the negative consequences (response efficacy). Furthermore, they have to believe that they will be able to perform the alternative behavior (self-efficacy). In an experiment, two versions of a pamphlet were written on the dangers of internet addiction. The two versions did differ only with respect to the content of a case history (a so-called exemplar). In this case history, the experience of a female student suffering from internet addiction was described. In one version, the student succeeded in reducing her use of the internet and therefore did not suffer the negative (physical, social, and professional) consequences of internet addiction. In the other version, the student did not succeed in cutting down on her internet use and did suffer the negative consequences. It was hypothesized that the former version would lead to a higher perceived self-efficacy whereas the latter version would lead to a higher perceived threat. A hundred and forty nine participants read one of the versions of the pamphlet. Responding to a questionnaire, they indicated to what extent they were inclined to perform the propagated behavior (use the internet only sparingly), described their perception of its feasibility, and their inclination to minimize the dangers contained in the message. Results showed that after reading the version in which the student in the case history succeeded in performing the behavior, participants held a more positive view on their own ability to cut down their use of the internet and they were more inclined to use the internet sparingly. After reading the version in which the student in the case history failed to perform the behavior, participants held a more negative view of the ability to stop using the internet excessively and they were less inclined to perform the behavior propagated.

1. Inleiding

Het volgende fragment is afkomstig uit een Nederlandse folder ("Ben jij sterker dan drank? Rij ALCOHOLVRIJ" Uitgever: 3VO Verenigde VerkeersVeiligheid Organisaties) gericht op het terugdringen van het gebruik van alcohol in het verkeer:

Iemand die alles weet van de slechte combinatie van alcohol en verkeer is Niels. Het was op een zaterdagavond. Hij zou die avond met zijn vriendin en nog twee vrienden uitgaan. Voordat ze weggingen had hij al een paar biertjes op. . . . "Maar met mijn vriendin liep het slechter af. Zij zat op de passagiersstoel. Ja, ze leeft nog wel. Maar ze is vanaf haar middel verlamd en zal de rest van haar leven in een rolstoel zitten."

In dit fragment wordt gebruik gemaakt van een fear appeal: men probeert mensen te overtuigen van de onwenselijkheid van alcohol in het verkeer door ze bang te maken met de negatieve gevolgen die dat kan hebben. De fear appeal is een veel gehanteerde strategie in gezondheidsvoorlichting. Zo wijst men op de kans dat men longkanker krijgt als gevolg van roken, ernstige verkeersongevallen veroorzaakt als gevolg van te hard rijden en een seksueel overdraagbare aandoening oploopt als gevolg van onveilig vrijen. De onwenselijkheid van deze gevolgen moet de doelgroep dermate veel angst aanjagen dat ze het gewraakte gedrag (roken, te hard rijden, onveilig vrijen) inruilt voor het veiliger alternatief.

Het appelleren aan angsten van mensen lijkt een logisch en effectief middel om mensen aan te zetten tot het gewenste gedrag. Hoe dat proces in zijn werk gaat en aan welke voorwaarden een effectieve fear appeal moet voldoen komt aan de orde in de volgende paragraaf als het Extended Parallel Processing Model (EPPM) van Witte (1992; 1998) wordt besproken.

Vervolgens wordt kort het empirisch onderzoek naar de effectiviteit van fear appeals besproken. Twee factoren lijken daarbij van belang: de mate waarin de fear appeal daadwerkelijk angst aanjaagt en de mate waarin de doelgroep een reële en uitvoerbare oplossing wordt geboden om het onheil te voorkomen. Vervolgens komen de mogelijke effecten van het gebruik van een voorbeeldgeschiedenis aan de orde. In het bovenstaande fragment vormt het verhaal van Niels en zijn vriendin die voorbeeldgeschiedenis. Het gebruik van dergelijke verhalen kan invloed hebben op de mate waarin de boodschap angst aanjaagt. Het maakt de onwenselijke gevolgen immers zeer concreet. Tegelijkertijd beïnvloedt de voorbeeldgeschiedenis onder bepaalde omstandigheden wellicht ook de mate waarin de aangedragen oplossing als uitvoerbaar wordt gezien. In dit artikel wordt verslag gedaan van een experiment waarin de invloed van een voorbeeldgeschiedenis op deze percepties wordt onderzocht.

1.1 Een model voor de werking van fear appeals

Voor de bespreking van het Extended Parallel Processing Model gaan we uit van de presentatie van het model in Witte (1998). Fear appeals zijn boodschappen die angst moeten oproepen bij de doelgroep van de boodschap. Witte onderscheidt twee evaluatiefasen in de verwerking van de boodschap. In de eerste fase evalueren lezers de ernst van de bedreiging (bijvoorbeeld: Hoe ernstig is huidkanker?) en de waarschijnlijkheid dat ze zelf het slachtoffer worden van deze bedreiging (bijvoorbeeld: hoe waarschijnlijk is het dat ik huidkanker krijg?). De eerste factor wordt perceived severity genoemd, de tweede perceived susceptibility. Deze evaluatiefase leidt tot een (subjectieve) inschatting van de dreiging (perceived threat). Als men het idee heeft dat de aandoening niet ernstig is (bijvoorbeeld: huidkanker is goed en gemakkelijk te genezen) of dat men nauwelijks risico loopt om de aandoening op te lopen (bijvoorbeeld: ik verbrand bijna nooit als ik ga zonnen), dan is de ingeschatte dreiging laag. Lezers zullen de boodschap dan als niet relevant beschouwen, hem verder negeren en hun gedrag niet aanpassen. Achten ze de geschetste gevolgen echter wel ernstig en het oplopen van de aandoening zeer wel mogelijk, dan is de ingeschatte dreiging hoog. De lezers gaan dan verder met de tweede evaluatiefase.

In de tweede evaluatiefase vormen lezers zich een oordeel over de mate waarin ze de voorgestelde oplossing doeltreffend vinden. Ook deze inschatting is gebaseerd op twee factoren. In de eerste plaats stellen ze zich de vraag of de voorgestelde oplossing inderdaad het optreden van het ongewenste gevolg kan voorkomen (bijvoorbeeld: leidt het gebruik van een zonnebrandmiddel met een hoge beschermingsfactor tot het voorkomen van huidkanker?). In de tweede plaats vragen ze zich af of ze in staat zijn om de voorgestelde oplossing uit te voeren (bijvoorbeeld: zal ik me consequent insmeren met een zonnebrandmiddel wanneer ik ga zonnen?). De eerste factor wordt perceived response efficacy genoemd, de tweede perceived self efficacy. De combinatie van beide inzichten leidt tot de subjectieve inschatting van de doeltreffendheid van de voorgestelde oplossing (perceived efficacy). Deze doeltreffendheid heeft betrekking op de effectiviteit, uitvoerbaarheid en het gemak waarmee men de voorgestelde oplossing kan uitvoeren.

Wat gebeurt er volgens het EPPM bij lezers van een fear appeal? In de eerste plaats maken zij een inschatting van de dreiging waarover wordt gesproken. Zoals gezegd, als men die dreiging als onwaarschijnlijk (lage perceived susceptibility) en/of onbeduidend (lage perceived severity) ervaart, dan besteden ze verder geen aandacht meer aan de boodschap en volharden in hun huidige gedrag. Vindt men de dreiging echter reëel en ernstig, dan maakt men een inschatting van de doeltreffendheid van de voorgestelde oplossing. Afhankelijk van deze laatste inschatting, wordt een ander proces opgeroepen. Als men namelijk de voorgestelde oplossing als effectief en uitvoerbaar inschat, dan neemt men de in de boodschap voorgestelde gedragsverandering over om zo het gevaar af te wenden. Deze reactie wordt danger control genoemd in het EPPM en leidt tot acceptatie van de boodschap. Acht men echter de voorgestelde oplossing niet effectief en/of moeilijk uitvoerbaar, dan zal men de boodschap negeren, de ernst van de gevolgen ontkennen en de boodschap als overdreven of manipulatief bestempelen. De boodschap roept

dan namelijk angst voor het optreden van een ongewenst gevolg op, een ongewenst gevolg dat ook nog onvermijdelijk lijkt. Om de angstgevoelens te laten verdwijnen, probeert men de ernst van de situatie te bagatelliseren. Deze reactie wordt fear control genoemd in het EPPM en leidt tot verwerping van de boodschap.

Volgens het EPPM kan een voorlichtingsboodschap met daarin een fear appeal drie reacties oproepen:

1. de boodschap kan genegeerd worden omdat hij onvoldoende angst oproept,
2. de boodschap kan geaccepteerd worden omdat hij behalve voldoende angst ook een reële oplossing biedt,
3. de boodschap kan verworpen worden omdat hij weliswaar voldoende angst oproept maar in de ogen van de lezers geen doeltreffende oplossing biedt.

Welke reactie wordt opgeroepen, hangt dus zowel af van de mate waarin de boodschap erin slaagt angst op te roepen als de mate waarin de boodschap erin slaagt een, in de ogen van de lezers, realistische oplossing te bieden.

Er is al veel onderzoek gedaan naar de effectiviteit van fear appeals. Witte (1998) geeft een overzicht van een twintigtal (deels ongepubliceerde) studies waarin de voorspellingen van het EPPM worden getoetst. Daarbij komen verschillende vormen van ongewenst gedrag aan de orde die zijn voorgelegd aan proefpersonen uit verschillende populaties. De resultaten van het merendeel van deze studies komen overeen met de voorspellingen van het EPPM. Ze laten in meerderheid namelijk zien dat een angstaanjagender boodschap alleen dan overtuigender is als er ook een reële en uitvoerbare maatregel ter voorkoming van het onheil wordt geschetst.

Het overzicht van Witte is een narratief overzicht in de zin dat het de resultaten van elk afzonderlijk onderzoek interpreteert in het perspectief van het EPPM. Een methodologisch meer stringente analyse van deze onderzoeken wordt gevormd door een meta-analyse. In een meta-analyse worden de resultaten van de verschillende onderzoeken (statistisch) gecompileerd zodat het mogelijk wordt om een betrouwbaarder beeld van de mogelijke effecten van boodschapkenmerken te schetsen (Hamilton & Hunter, 1998; O'Keefe, 2002: 177). Mongeau (1998) presenteert een meta-analyse van 45 onderzoeken waarin de effectiviteit van fear appeals is onderzocht. In 41 onderzoeken was de onderzochte boodschap te kenmerken als een vorm van gezondheidsvoorlichting. Hij sluit zijn overzicht af met de conclusie dat "fear appeals should highlight the threat and the recommended means of avoiding the threat" (Mongeau, 1998: 66). Witte en Allen (2000) komen in hun meta-analyse tot dezelfde conclusie. Op basis van deze meta-analyses kan worden geconcludeerd dat er twee factoren van belang zijn voor de effectiviteit van een fear appeal: de mate waarin de boodschap angst aanjaagt én de mate waarin er een reële en uitvoerbare maatregel bestaat om het onheil af te wenden. In het volgende gedeelte wordt besproken in hoeverre een bepaald

boodschapkenmerk, de voorbeeldgeschiedenis de perceptie van zowel de angstaanjagendheid van de dreiging als de uitvoerbaarheid van de oplossing kan beïnvloeden.

1.2 Voorbeeldgeschiedenissen in angstaanjagende boodschappen

In veel vormen van massacommunicatie komen exemplars voor (zie voor een uitgebreid overzicht: Zillmann & Brosius, 2000). Exemplars zijn relatief korte voorbeeldgeschiedenissen waarin aan de hand van de belevenissen van een (fictief of reëel) persoon een meer algemeen verschijnsel wordt geïllustreerd. In de journalistiek worden voorbeeldgeschiedenissen veel gebruikt om maatschappelijke verschijnselen tastbaar en concreet te maken. Zo worden reportages over de verpaupering van bepaalde wijken of de gevolgen van de dalende beurskoersen voor de financiële situatie van gepensioneerden verlevendigd met korte beschrijvingen van respectievelijk een bewoner die al jarenlang in die wijk heeft gewoond of van een gepensioneerde die plotseling veel minder te besteden heeft.

De verlevendiging die een voorbeeldgeschiedenis met zich meebrengt, maakt het een interessant middel voor het ontwerp van persuasieve boodschappen. Braet (2001: 151) noemt met name fondswerving voor goede doelen en gezondheidsvoorlichting als vormen van persuasieve communicatie waarbij dergelijke voorbeeldgeschiedenissen worden ingezet. Kenmerkend voor dergelijke geschiedenissen vindt hij "een verhaaltje dat wordt opgehangen aan een individu, meestal voorzien van naam en foto. Er worden details verstrekt over de problematische situatie waarin het individu zich bevindt" (Braet, 2001: 151). Braet veronderstelt dat voorbeeldgeschiedenissen vooral geschikt zijn om de onwenselijkheid van de gevolgen te benadrukken. Zo zou het verhaal van Niels en zijn vriendin over de gevolgen van alcohol in het verkeer meer angst oproepen door het concreet maken van de ernstige gevolgen die deze combinatie kan hebben.

Volgens het EPPM leidt het oproepen van meer angst niet altijd tot een overtuigender boodschap. Als de doelgroep de ernst van de gevolgen onderschrijft, maar de effectiviteit of de uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing laag inschat, leidt het verhogen van de angst alleen maar tot het negeren of verwerpen van de boodschap (fear control). Dat kan met name het geval zijn bij verslavingsgedrag zoals roken, overmatig alcohol- of drugsgebruik. Mensen die dergelijk gedrag vertonen, zijn over het algemeen bekend met de onwenselijke gevolgen van dat gedrag, weten dat het voorgestelde gedrag (stoppen) effectief is, maar voelen zich niet in staat om dat gedrag ook daadwerkelijk uit te voeren. Het nog meer angst aanjagen van deze mensen heeft waarschijnlijk geen, of zelfs een tegengesteld effect op de overtuigingskracht van de boodschap; volgens het EPPM zou het positief beïnvloeden van de uitvoerbaarheidsperceptie wel tot een overtuigender boodschap kunnen leiden.

De vraag is of de voorbeeldgeschiedenis ook een rol kan spelen bij de perceptie van de uitvoerbaarheid van de oplossing. In een typisch geval

illustreert de voorbeeldgeschiedenis welke (onwenselijke) gevolgen het niet (kunnen) vertonen van het gepropageerde gedrag heeft, bijvoorbeeld blijvende invaliditeit als gevolg van het gebruik van alcohol in het verkeer. Het is echter ook mogelijk om een voorbeeldgeschiedenis te formuleren waarin de persoon er wel in slaagt om het gepropageerde gedrag te vertonen. Volgens O'Keefe (2002: 118) kan zo'n voorbeeld de perceptie van de uitvoerbaarheid van het gedrag verhogen "by receivers reasoning that "if they can do it, I can do it"". Onderzoek van Hoeken (1999) en Hustinx en Hoeken (2000) laat zien dat voorbeeldgeschiedenissen al snel als representatief voor de gehele groep worden gezien. Dat wil zeggen dat lezers na het lezen van een voorbeeldgeschiedenis waarin de persoon erin slaagt het gepropageerde gedrag te vertonen, meer geneigd zouden zijn om te veronderstellen dat iedereen dat gedrag kan vertonen. Voorbeeldgeschiedenissen kunnen dus invloed uitoefenen op zowel de mate waarin de boodschap angst oproept als de mate waarin de voorgestelde oplossing uitvoerbaar lijkt.

1.3 De onderzoeksvragen

Volgens het EPPM wordt de effectiviteit van een fear appeal bepaald door de mate waarin de boodschap daadwerkelijk angst aanjaagt én de mate waarin de voorgestelde oplossing om het onheil af te weren effectief en uitvoerbaar is. Voorbeeldgeschiedenissen kunnen zowel de perceptie van de onwenselijkheid van de gevolgen als de perceptie van de uitvoerbaarheid van de oplossing beïnvloeden. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvragen:

1. Leidt een voorbeeldgeschiedenis waarbij de persoon de nadelige consequenties ondervindt van het ongewenste gedrag tot meer angst én een negatievere perceptie van de uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing?
2. Leidt een voorbeeldgeschiedenis waarbij de persoon erin slaagt de nadelige consequenties te voorkomen door het uitvoeren van het gepropageerde gedrag, tot minder angst én een positievere perceptie van de uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing?

Het EPPM voorspelt dat als lezers al overtuigd zijn van de negatieve gevolgen van het gedrag maar twijfelen aan de uitvoerbaarheid van de oplossing, zij geneigd zullen zijn de boodschap te bagatelliseren en hun gedrag niet aan te passen. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvragen:

3. Leidt een voorbeeldgeschiedenis waarbij de persoon de nadelige consequenties ondervindt van het ongewenste gedrag tot het bagatelliseren van de boodschap en het verwerpen van de boodschap?
4. Leidt een voorbeeldgeschiedenis waarbij de persoon erin slaagt de nadelige consequenties te voorkomen door het uitvoeren van het gepropageerde gedrag tot het accepteren van de boodschap?

Om deze onderzoeksvragen te beantwoorden is een experiment uitgevoerd. In de volgende paragrafen komen de opzet en de resultaten van dat experiment

aan de orde.

2. Methode

2.1 Materiaal

In het experiment kregen proefpersonen een voorlichtingsboodschap voorgelegd waarbij werd gewezen op de gevaren van internetverslaving. Het gaat hierbij om een vorm van verslaving waarvan de proefpersonen, alle studenten, het slachtoffer kunnen worden. Daarnaast gaat het om een relatief nieuwe vorm van verslaving waarover de proefpersonen zich waarschijnlijk minder een mening hadden gevormd dan bij meer bekende verslavingen als roken en gokken.

De voorlichtingsboodschap bevatte een voorbeeldgeschiedenis van een studente die aan internetgebruik verslaafd was geraakt. De boodschap bestond uit twee pagina's. De eerste pagina bevatte in beide versies dezelfde informatie. Onder de kop "Internetverslaving... Een nieuw gevaar?" volgden drie alinea's met informatie over de aard van de verslaving, de vergelijkbaarheid met andere verslavingen en de stelling dat studenten een belangrijke risicogroep vormen. Deze alinea werd afgesloten met: "net als Noor:".

Op de tweede pagina volgde de voorbeeldgeschiedenis van de (fictieve) studente Communicatiewetenschap Noortje Gerritsen. Daarbij was ook een foto geplaatst van een vrouwelijke studente. De daaropvolgende tekst stond tussen aanhalingstekens zodat het leek alsof deze studente zelf aan het woord was. De eerste vier alinea's van de tekst waren in beide versies hetzelfde. In de eerste alinea beschrijft Noortje haar kennismaking met het internet door de opdrachten die ze voor haar studie moet uitvoeren. In de tweede alinea beschrijft ze hoe ze steeds vaker urenlange dwaaltochten op het internet maakte en steeds minder tijd besteedde aan sociale activiteiten. In de derde alinea komen de eerste lichamelijke klachten aan de orde, de waarschuwing van haar huisarts dat ze haar internetgebruik moet beperken en de ervaring dat haar dat niet lukt. In de vierde alinea staat de ernstige studieachterstand die ze heeft opgelopen centraal. Pas in de vijfde en zesde alinea verschillen de twee versies van elkaar. In Tabel 1 staan hieronder de verschillen tussen de twee versies:

Tabel 1

Niet in staat te stoppen	Wel in staat te stoppen
Natuurlijk schrok ik enorm. Ik besepte dat ik mijzelf, mijn vrienden	Natuurlijk schrok ik enorm en realiseerde me pas op dat

<p>en mijn studie ernstig had verwaarloosd en dat ik onherroepelijk in de problemen zou komen als ik niet snel iets veranderde. En toch; ondanks dit besef bleek ik ook nu niet in staat mijn gedrag wezenlijk te veranderen. Na een tijdje leken de waarschuwingen te vervagen en viel ik weer terug in mijn oude patroon. Internet bleef een onweerstaanbare aantrekkingskracht op me uitoefenen; met alle gevolgen van dien.</p> <p>Inmiddels heb ik me uitgeschreven bij de universiteit. Mijn studieachterstand is inmiddels van een dergelijke omvang dat het niet langer reëel is om te denken dat ik mijn studie zou kunnen afmaken. Bovendien heb ik inmiddels zo'n last van mijn nek en schouders dat schrijven en studeren onmogelijk lijkt. Wat ik nu ga doen? Ik heb eerlijk gezegd geen idee. Mijn toekomst is onzeker; mijn leven ligt overhoop...</p>	<p>moment de ernst van de situatie. Ik besepte dat ik mijzelf, mijn vrienden en mijn studie ernstig had verwaarloosd en dat ik onherroepelijk in de problemen zou komen als ik niet snel iets veranderde. De waarschuwing van de studieadviseur schudde me wakker en dwong me te erkennen dat mijn eigen internetgedrag gevaarlijk was en veel nadelen opleverde. Pas toen ik dit erkende vond ik de kracht om mijn eigen gedrag drastisch te veranderen. Vanaf dat moment heb ik mijn online-uren drastisch verminderd.</p> <p>Nu maak ik met mate gebruik van internet; zoals het hoort. Het gaat nu goed met me; geen last van lichamelijke klachten meer en hard op weg mijn studie af te ronden. Godzijdank ben ik op tijd gestopt...</p>
---	--

2.2 Proefpersonen

Er namen 149 proefpersonen deel aan het onderzoek. Het aantal vrouwen (124) lag beduidend hoger dan het aantal mannen (25). De gemiddelde leeftijd van de proefpersonen varieerde van 18 tot 32 jaar, met als gemiddelde: 20,52 jaar. Alle proefpersonen waren studenten aan de Letterenfaculteit van de Universiteit van Nijmegen. Ze kregen willekeurig één van de versies van de voorlichtingsboodschap te lezen.

2.3 Instrumentatie

Na lezing van de voorlichtingstekst vulden proefpersonen een vragenlijst in. Voor de beantwoording van de onderzoeksvraag waren de belangrijkste afhankelijke variabelen (1) de acceptatie van de boodschap, (2) de mate waarin men de geschetste gevolgen van internetverslaving als ernstig ("perceived severity") én (3) waarschijnlijk ("perceived susceptibility") beschouwt, (4) de mate waarin men zichzelf in staat acht om de geschetste oplossing uit te voeren ("self-efficacy") en (5) de mate waarin men de boodschap bagatelliseert. Daarnaast zijn er nog enkele controlevragen gesteld. Hieronder worden de

afhankelijke variabelen in meer detail besproken. Bij de keuze en formulering van de vragen hebben wij ons sterk laten leiden door de vragen zoals die zijn gehanteerd in het onderzoek van McMahan, Meyer en Witte (1998).

Acceptatie van de boodschap

De acceptatie van de boodschap werd geoperationaliseerd als de intentie om het eigen internetgedrag aan te passen. Deze intentie werd bevraagd met behulp van drie items die werden voorafgegaan door de zin "Na het lezen van deze tekst ben ik van plan:". De items luiden als volgt: "minder vaak te internetten", "minder lang online te blijven" en "voortaan alleen nog maar met een functioneel doel te internetten". Na elke stelling gaven de proefpersonen aan in welke mate ze het eens waren met de stelling op een vijfpuntsschaal lopend van "zeer mee eens" tot "zeer mee oneens". De betrouwbaarheid van de schaal is adequaat (Cronbach's $\alpha = .79$).

Waargenomen ernst

De waargenomen ernst van de gevolgen werd gemeten met behulp van drie semantische differentiaal die werden voorafgegaan door de zin "De beschreven gevaren van overmatig internetgebruik zijn". Aan de polen van de vijfpuntsschalen stond respectievelijk "angstaanjagend – niet angstaanjagend", "ernstig – niet ernstig" en "relevant – niet relevant". Deze drie items leverden geen betrouwbare schaal op (Cronbach's $\alpha = .58$). De resultaten worden daarom afzonderlijk gerapporteerd.

Waargenomen vatbaarheid

De mate waarin het optreden van de geschetste gevolgen van internetverslaving als waarschijnlijk werd beoordeeld, werd gemeten met behulp van drie Likertitems. De formulering van de drie items luidde: "Een internetverslaving kan je in een sociaal isolement brengen, een internetverslaving kan zorgen voor lichamelijke klachten en een internetverslaving kan een bedreiging zijn voor de voortgang van je studie". Na elk item gaven de proefpersonen op een vijfpuntsschaal lopend van "waarschijnlijk" tot "onwaarschijnlijk" aan in welke mate ze het eens waren met de stelling. De betrouwbaarheid van de resulterende schaal was adequaat (Cronbach's $\alpha = .79$).

Eigen-effectiviteit

De mate waarin men zichzelf in staat acht om een internetverslaving te doorbreken werd gemeten met behulp van twee items. Bij één van die items werd expliciet gevraagd naar de mate waarin men zichzelf in staat achtte om te stoppen met (te) veel internetten (Het is moeilijk, voor mij, om vanaf morgen minder te internetten), het andere item was meer algemeen van aard: het is makkelijk maatregelen te treffen waardoor je problemen door internetgebruik voorkomt. De twee items vormden geen betrouwbare schaal (Cronbach's $\alpha = .54$) en worden daarom afzonderlijk gerapporteerd.

Bagatelliseren van de boodschap

De mate waarin proefpersonen de boodschap bagatelliseerden werd gemeten met behulp van vier vijfpunts semantische differentialen. Eén van deze semantische differentialen werd voorafgegaan door de zin "De beschreven gevaren van overmatig internetgebruik zijn" en had als polen "overdreven – niet overdreven". De andere drie werden voorafgegaan door de zin "Ik vind deze voorlichtingstekst" en hadden als polen "manipulatief – niet manipulatief", "misleidend – niet misleidend" en "irritant – niet irritant". De betrouwbaarheid van de resulterende schaal was adequaat (Cronbach's $\alpha = .79$).

Daarnaast werden vragen gesteld over de mate waarin men zelf gebruik maakte van het internet, de mate waarin men het eigen internetgedrag als gevaarlijk beschouwde en de mate waarin anderen in de directe omgeving van de proefpersoon zijn of haar internetgedrag als gevaarlijk beschouwden.

2.4 Procedure

Het experiment werd tijdens twee verschillende hoorcolleges afgenomen. De proefleider introduceerde het onderzoek als een onderzoek naar de wijze waarop jongeren (specifiek studenten) omgaan met het internet. De afname nam gemiddeld acht minuten in beslag. Na afloop van de sessie gaf de onderzoekster informatie over het doel en de opzet van het onderzoek en beantwoordde eventuele vragen.

3. Resultaten

De eerste twee onderzoeksvragen hadden betrekking op het effect dat de aard van de voorbeeldgeschiedenis had op de mate waarin de boodschap angst oproept en de mate waarin met het gepropageerde gedrag (minder internetten) uitvoerbaar acht. Tabel 2 bevat de resultaten voor de waargenomen ernst, waargenomen vatbaarheid en eigen effectiviteit als functie van de aard van de voorbeeldgeschiedenis (studente was wel of niet in staat minder te internetten).

Tabel 2

De gemiddelde scores en standaarddeviaties voor de waargenomen ernst, vatbaarheid en eigen-effectiviteit als functie van de aard van de voorbeeldgeschiedenis: wel of niet in staat om te stoppen met internetten (1 = niet ernstig, onwaarschijnlijk en lage eigen-effectiviteit, 5 = ernstig, waarschijnlijk en hoge eigen-effectiviteit)

	Persoon in voorbeeldgeschiedenis			
--	-------------------------------------	--	--	--

	in staat tot stoppen			
	Niet in staat	Wel in staat	z-score	p-waarde
Waargenomen ernst: gevolgen				
Angstaanjagend	3,36 (1,10)	3,43 (1,03)	0,59	,60
Ernstig	4,01 (0,79)	4,19 (0,56)	1,19	,23
Relevant	3,49 (1,05)	3,97 (0,90)	3,15	< ,01
Waargenomen waarschijnlijkheid	3,94 (0,87)	4,55 (0,54)	4,84	< ,001
Eigen-effectiviteit				
Zelf in staat tot minderen	3,27 (1,26)	3,69 (1,29)	2,17	< ,05
Mensen in het algemeen	2,84 (1,03)	3,52 (0,98)	4,01	< ,001

In de versie waarin het personage er niet in slaagt haar internetgebruik te beperken, traden de negatieve gevolgen daadwerkelijk op. Op basis daarvan zou men het optreden van deze gevolgen als waarschijnlijker kunnen beoordelen en ze wellicht ook als ernstiger beschouwen. Statistische toetsing met behulp van de Mann-Whitney U test (1) liet echter zien dat de aard van de voorbeeldgeschiedenis geen invloed had op de mate waarin men de geschetste gevolgen angstaanjagend en ernstig vond. Men beoordeelde deze gevolgen zelfs als minder relevant en minder waarschijnlijk in vergelijking met de proefpersonen die de versie lazen waarin het personage er wel in slaagde haar internetgebruik te verminderen.

De versie waarin het personage er wel in slaagt haar internetgedrag aan te passen zou tot een hogere eigen-effectiviteitsbeoordeling kunnen leiden. Dat bleek ook het geval. Zowel voor de inschatting van de eigen mogelijkheden om het internetgebruik te verminderen als voor de algemene inschatting dat zoiets tot de mogelijkheden behoort, leidde lezing van de versie waarin het personage er wel in slaagt haar internetgebruik te beperken tot een positievere perceptie van de eigen-effectiviteit in vergelijking met de versie waarin het personage er niet in slaagt dat gedrag aan te passen.

De derde en vierde onderzoeksvraag hadden betrekking op de invloed die de aard van de voorbeeldgeschiedenis had op de acceptatie van de boodschap en de mate waarin men de boodschap trachtte te bagatelliseren. Tabel 3 bevat daarvoor de relevante gegevens.

Tabel 3

De gemiddelde scores en standaarddeviaties voor de intentie om het internetgebruik te verminderen en de mate waarin men de boodschap tracht te bagatelliseren als functie van de aard van de voorbeeldgeschiedenis: wel of niet in staat om te stoppen met internetten (1 = negatieve intentie, niet bagatelliseren, 5 = positieve intentie, wel bagatelliseren)

	Persoon in voorbeeldgeschiedenis in staat tot stoppen?			
	Niet in staat	Wel in staat	z-score	p-waarde
Intentie	1,91 (0,79)	2,20 (0,91)	2,01	< ,05
Bagatelliseren boodschap	3,16 (0,81)	2,25 (0,67)	6,53	< ,001

Statistische toetsing met behulp van de Mann-Whitney U test laat zien dat de versie waarin het personage er wel in slaagt om haar internetgebruik af te bouwen leidt tot een positievere intentie om het eigen internetgedrag aan te passen en tot een lagere neiging om de boodschap te bagatelliseren in vergelijking met de versie waarin het personage er niet in slaagt om haar internetgebruik af te bouwen.

4. Conclusie

In gezondheidsvoorlichting wordt relatief vaak gebruik gemaakt van fear appeals. Eerder onderzoek lijkt uit te wijzen dat de effectiviteit van fear appeals niet alleen afhangt van de mate waarin de boodschap daadwerkelijk angst aanjaagt, maar ook van de mate waarin men een effectieve en uitvoerbare maatregel ter voorkoming van de ongewenste gevolgen presenteert. De ernst van de gevolgen wordt in gezondheidsvoorlichting regelmatig onderstreept door een voorbeeldgeschiedenis: de ernst van de gevolgen wordt dan geïllustreerd aan de hand van de ervaringen van een persoon die deze daadwerkelijk heeft ondergaan. Voorbeeldgeschiedenissen zouden dan vooral dienen ter verhoging van de angst die de doelgroep wordt aangejaagd. Voorbeeldgeschiedenissen kunnen echter mogelijk ook de eigen-effectiviteitsperceptie beïnvloeden. Door in de fear appeal een voorbeeld te geven van een persoon die erin slaagt om de voorgestelde oplossing uit te voeren, kan de doelgroep er meer vertrouwen in krijgen dat ook zij de voorgestelde oplossing uit kunnen voeren.

Voorbeeldgeschiedenissen kunnen dus zowel invloed uitoefenen op de mate

waarin een fear appeal angstaanjagend is als op de mate waarin de voorgestelde oplossing uitvoerbaar lijkt. Het één lijkt echter ten koste te gaan van het ander: als de voorbeeldgeschiedenis vooral de onwenselijkheid van de gevolgen moet illustreren, dan gaat het om iemand die er niet in is geslaagd het gepropageerde gedrag uit te voeren. Als daarentegen de voorbeeldgeschiedenis dient om de uitvoerbaarheid van de oplossing te benadrukken, dan zullen de ongewenste gevolgen niet optreden. In het eerste geval zorgt de voorbeeldgeschiedenis vooral voor meer angst, in het tweede geval voor een positievere perceptie van de uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing.

In het hier beschreven onderzoek werden de lezers gewaarschuwd voor een relatief nieuwe bedreiging voor hun gezondheid, namelijk internetverslaving. Deze verslaving kan ernstige gevolgen hebben voor iemands fysieke gezondheid, sociale contacten en studie- of werkprestaties. De voorlichtingsboodschap bevatte een voorbeeldgeschiedenis waarbij in de ene versie het personage er wel in slaagde om haar internetverslaving te doorbreken maar in de andere versie niet. De eerste twee onderzoeksvragen hadden betrekking op de vraag wat dit verschil voor gevolgen zou hebben voor respectievelijk de mate waarin de boodschap angst aanjaagt en de mate waarin de voorgestelde oplossing (minder internetten) uitvoerbaar lijkt. Daarbij werd verondersteld dat lezing van de versie waarin het personage erin slaagde minder te internetten tot een hogere eigen-effectiviteitsperceptie zou leiden, maar minder angstaanjagend zou zijn in vergelijking met de versie waarin het personage er niet in slaagde haar internetgebruik te verminderen.

De resultaten komen hier deels mee overeen. Inderdaad achten lezers van de versie waarin het personage minder gaat internetten zichzelf maar ook anderen beter in staat om dat gewenste gedrag te vertonen dan de lezers van de andere versie. In tegenstelling tot de verwachting beoordelen ze de ernst van de gevolgen als even ernstig als de lezers van de versie waarin het personage er niet in slaagt haar internetgebruik te minderen. Sterker, deze laatste groep acht het minder waarschijnlijk dat internetgebruik tot deze consequenties leidt en beschouwt ze ook als minder relevant. De versie waarin het slecht afloopt met het personage in de voorbeeldgeschiedenis omdat de studente er niet in slaagt haar verslaving te doorbreken zou dus minder angst oproepen dan de versie waarin het personage daar wel in slaagt omdat lezers van de eerste versie de ongewenste gevolgen als minder waarschijnlijk en minder relevant beschouwen.

Dat laatste effect lijkt vreemd. Hoe kan een boodschap waarin een concreet geval wordt beschreven waarbij de ongewenste gevolgen zijn opgetreden leiden tot een lagere inschatting van de kans op het optreden van dergelijke gevolgen dan een boodschap met daarin een concreet geval waarbij de ongewenste gevolgen niet zijn opgetreden? De verklaring voor dit verschijnsel ligt waarschijnlijk in de fear control reactie van de proefpersonen. Als men de gevolgen onwenselijk acht én de oplossing niet uitvoerbaar, zou men de boodschap willen bagatelliseren om de angst weg te nemen (onderzoeksvraag 3). Dat blijkt inderdaad het geval te zijn. Lezers van de versie waarin de studente er niet in slaagt haar internetgebruik te verminderen zijn minder

geneigd om hun internetgedrag aan te passen. Ook vinden ze de boodschap overdreven en misleidend. Die (bagatellisering-) reactie heeft hun oordeel over de waarschijnlijkheid negatief beïnvloed. (2) De vierde onderzoeksvraag had betrekking op de gevolgen van de versie waarin het personage er wel in slaagde haar internetgedrag te verminderen. Zoals voorspeld door het EPPM leidde deze versie tot een positievere perceptie van de uitvoerbaarheid van het gepropageerde gedrag en tot een positievere intentie om dit gedrag uit te voeren.

De resultaten van het experiment ondersteunen de voorspellingen van het EPPM. Het verhogen van de eigen-effectiviteitsperceptie leidt tot een positievere intentie om het gedrag uit te voeren. Het verlagen van de eigen-effectiviteitsperceptie leidt tot een negatievere intentie om het gepropageerde gedrag uit te voeren en tot het bagatelliseren van de in de boodschap genoemde gevaren. Bovendien blijkt het mogelijk om die eigen-effectiviteitsperceptie te beïnvloeden met behulp van een voorbeeldgeschiedenis. Als het personage er wel in slaagt het gepropageerde gedrag uit te voeren, heeft dat een positieve invloed op die perceptie, slaagt het personage er niet in, dan heeft dat een negatieve invloed op de perceptie. De opzet van het experiment brengt echter ook beperkingen mee voor de reikwijdte van de conclusies. Deze beperkingen komen in de volgende paragraaf aan de orde.

5. Discussie

In het experiment is gebruik gemaakt van maar één thema: internetverslaving. Dit roept de vraag op in hoeverre de manipulatie van de voorbeeldgeschiedenis ook bij andere vormen van gezondheidsvoorlichting hetzelfde effect zou sorteren. Deze vraag is niet onmiddellijk instemmend te beantwoorden. In het onderzoek ging het om een vorm van verslaving. Bij een dergelijke vorm van ongezond gedrag ligt de oplossing voor de hand: stoppen met het ongezonde gedrag of het gedrag in elk geval minder vertonen. Maar juist doordat het om een verslaving gaat, achten mensen de oplossing moeilijk uitvoerbaar. In dergelijke omstandigheden heeft het verhogen van de eigen-effectiviteitsperceptie een positief effect op de acceptatie van de boodschap. Verhoging van de eigeneffectiviteitsperceptie zou veel minder effectief zijn in een situatie waarin de doelgroep de oplossing wel als uitvoerbaar ziet maar de ongewenste gevolgen van het huidige gedrag als relatief onbelangrijk beschouwt. In vervolgonderzoek zou het interessant zijn om deze zelfde manipulatie te onderzoeken maar nu bij een vorm van gedrag waarbij de risico's als minder groot en de voorgestelde oplossing als gemakkelijk uitvoerbaar wordt gezien (zoals het altijd insmeren met zonnebrandmiddel om huidkanker te voorkomen).

Zelfs de vraag of de hier gevonden effecten zouden optreden bij andere vormen van verslaving moet met "misschien" worden beantwoord. Internetverslaving is een relatief nieuwe vorm van verslaving. Van de proefpersonen gaf slechts

5,4% aan dat men het eigen internetgedrag als gevaarlijk bestempelde. De overgrote meerderheid beschouwt het eigen internetgedrag als ongevaarlijk en heeft dus ook geen ervaring met de problemen die afkicken van het internet met zich meebrengt. Door het gebrek aan eigen ervaring kan de voorbeeldgeschiedenis waarschijnlijk een groter effect sorteren op de eigeneffectiviteitsperceptie dan als de proefpersonen wel zelf ervaring hadden gehad met de problemen die stoppen met zich meebrengt. In vervolgonderzoek zou het daarom interessant zijn om het effect van deze manipulatie te onderzoeken bij mensen die verslaafd zijn aan roken, alcohol of gokken en waarschijnlijk al wel pogingen gedaan hebben om hun verslaving te doorbreken.

De proefpersonen in dit onderzoek waren allen studenten. Zij zijn niet representatief voor de Nederlandse bevolking doordat ze jonger en hoger opgeleid zijn en meer ervaring hebben met het lezen van langere teksten. De vraag is of de gevonden effecten ook op zouden treden bij een meer gemêleerde steekproef. Toch heeft de keuze voor deze doelgroep ook positieve effecten. Juist studenten maken relatief veel gebruik van computers en het internet voor zowel hun studie als voor sociale activiteiten. Zij vormen dus bij uitstek een groep waarvoor internetverslaving een reëel gevaar is. De relevantie van de boodschap is voor hen dus groter dan voor de gemiddelde Nederlander.

Een andere beperking van het onderzoek wordt gevormd door de gemeten afhankelijke variabelen. Niet alle EPPM-componenten zijn gemeten. Zo is de "perceived response efficacy" niet gemeten omdat het voor de hand lag dat men de voorgestelde oplossing, minder internetten, inderdaad als een geschikte oplossing zag voor het probleemgedrag. Meer problematisch is het ontbreken van een maat voor de dreiging die de boodschap oproept (perceived threat). Deze waargenomen dreiging wordt volgens het model bepaald door de inschatting van de ernst van de consequenties en de waarschijnlijkheid dat die consequenties daadwerkelijk optreden. Deze twee componenten zijn wel gemeten maar het ware beter geweest om ook een algemene maat voor de door de boodschap opgeroepen dreiging in het onderzoek op te nemen. Dan had ook op dat niveau gecontroleerd kunnen worden of de boodschap waarin het personage er wél in slaagde haar internetgebruik te matigen meer angst oproep dan de versie waarin het personage daar niet in slaagde.

Ondanks de bovengenoemde beperkingen biedt het hier gerapporteerde onderzoek interessante inzichten over het relatieve belang van de eigeneffectiviteitsperceptie en de opgeroepen angst bij fear appeals en de wijze waarop voorbeeldgeschiedenissen daar invloed op kunnen uitoefenen. In het kader van Aids-voorlichting kunnen deze resultaten van belang zijn voor het stimuleren van gedrag dat de doelgroep moeilijk uitvoerbaar vindt (zoals het bespreekbaar maken van condoomgebruik en het laten testen op besmetting met HIV). De in de discussie genoemde beperkingen maken tevens duidelijk in welke richting vervolgonderzoek zich kan begeven.

Bibliografie

Braet, A. 2001. Argumenteren met anekdoten. Tijdschrift voor Taalbeheersing 23 (2): 145-156.

Hamilton, M.A. & J.E. Hunter. 1998. A framework for understanding metaanalyses of the persuasion literature. In Allen, M. & R.W. Preiss (reds.). Persuasion. Advances through meta-analysis. Cresskill, NJ: Hampton, 1-28.

Hoeken, H. 1999. De "eigen-schuld"-vuistregel in fondswervingbrieven voor het Aids Fonds. Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 27 (1): 47-62.

Hustinx, L. & H. Hoeken. 2000. De eigen-schuldvuistregel en ernst van de aandoening bij fondswerving. Tijdschrift voor Taalbeheersing, 22 (4): 309-323.

McMahan, S., J. Meyer & K. Witte. 1998. The perception of risk messages regarding electromagnetic fields: extending the extended parallel process model to an unknown risk. Health Communication, 10 (3): 247-259.

Mongeau, P.A. 1998. Another look at fear-arousing persuasive appeals. In Allen, M. & R.W. Preiss (reds.). Persuasion. Advances through meta-analysis. Cresskill, NJ: Hampton, 53-68.

O'Keefe, D.J. 2002. Persuasion. Theory and Research (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Witte, K. 1992. Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. Communication Monographs, 59: 329-349.

Witte, K. 1998. Fear as motivator, fear as inhibitor: Using the extended parallel process model to explain fear appeal successes and failures. In Anderson, P.A. & L.K. Guerrero (reds.). Handbook of communication and emotion: Research, theory, applications, and contexts. San Diego, CA: Academic Press, 423-450.

Witte, K. & M. Allen. 2000. A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. Health Education & Behavior, 27: 591-615.

Zillmann, D. & H.-B. Brosius, 2000. Exemplification in communication: The influence of case reports on the perception of issues. Mahwah, NJ: Erlbaum.

(1) Er is gekozen om de resultaten te toetsen met behulp van de (nonparametrische) Mann-Whitney U test omdat de data van ordinaal meetniveau waren en er slechts één onafhankelijke variabele was. Toetsing met

behulp van (parametrische) t-toetsen leverde dezelfde resultate op.

(2) Deze conclusie word gestaaf door statistiese toetsing. Voor zowel het waarskynlikheidsoordeel als die intentie trad een significant effect van versie op. Als die bagatelliseringsoordele as co-variaat werden opgevoerd, dan werd in beide gevallen het effect van versie niet significant. Dit resultaat laat sien dat die invloed van die tekstversie gemedieerd word deur die bagatelliseringsoordeel.

[Elektroniese weergawes
van T.N&A](#)

[Kontaknommers](#)

[Algemeen](#)

[Riglyne vir
outeurs](#)

[Bo](#)

Tydskrif vir Nederlands &
Afrikaans

10de Jaargang, Nommer 1.Junie
2003

Die oorredende invloed van sleng en bron-ontvanger-ooreenkomste in MIV/vigs-materiaal

- Elvis Saal -

Abstract

HIV/AIDS messages are often aimed at young, sexually active people. loveLife is the largest effort ever launched in South Africa to positively influence adolescent sexual behaviour. loveLife has as its aim the reduction of teenage pregnancy and HIV/AIDS and other sexually transmitted diseases. loveLife material directed at the youth (12 - 17) uses a language form that can be described as teenager slang. Although slang is used quite regularly in loveLife's booklets and special editions in newspapers (like Scamtoprint and thethaNathi) there have not been any published studies on the persuasive impact of slang. This article reports on a pilot study conducted among (Afrikaans speaking) grade 10 learners at Steynville High School. Two brochures were tested: a loveLife brochure written in slang, and another brochure written in standard English. The two brochures were tested in terms of their effect on the source's attractiveness and credibility and whether slang can be seen as an age marker. The findings of the study indicated that there are several problems with the measuring instrument and that the receiver's level of involvement with the issue at hand needs to be clearly manipulated, because high involvement minimises the effect of source similarity. Further research is thus needed to modify and fine tune the measuring instrument.

1. Inleiding

MIV/vigs-boodskappe word gewoonlik gerig op jong, seksueel aktiewe persone. Die rede hiervoor is dat dit veral gedurende puberteit en adolessensie is dat baie jongmense seksueel aktief raak en begin om bepaalde seksuele gedragspatrone te vestig (vgl. Matthews et al., 1990: 511).

In Suid-Afrika is loveLife die grootste veldtog wat daarop gemik is om die seksuele gedrag van adolessente positief te beïnvloed. loveLife het ten doel die vermindering van tienerswangerskappe en die verlaging van voorkoms van MIV/vigs en ander seksueel-oordraagbare siektes. Die motivering vir die veldtog het gekom uit 'n nasionale opname wat gedoen is onder die Suid-Afrikaanse jeug, waarin bevind is dat 31% van die Suid-Afrikaanse jeug seksueel ervare is (bedoelende dat hulle al seksuele interaksie gehad het).

Sommige het hulle eerste seksuele ervaring alreeds op die vroeë ouderdom van twaalf jaar gehad. Van die 31% van die seksueel ervare jeug het 22% meer as twee seksuele maats. Die opname het verder bevind dat ongeveer 60% van alle nuwe MIV-infeksies voorkom in die ouderdomsgroep 15-25, met vroue wat oor die algemeen vroeër geïnfekteer word as mans, en dat ondanks die feit dat die meerderheid van die jeug (83%) gehoor het van MIV/vigs, en bewus is dat die gebruik van 'n kondoom die beste manier is om MIV/vigs te voorkom, soveel as 41% van die seksueel ervare jeug te kenne gegee het dat hulle nie altyd kondome gebruik tydens seksuele interaksie nie (vgl. LoveLife, 2000).

Kenmerkend van die gedrukte loveLife-materiaal is die gebruik van 'n bepaalde taalvorm wat getipeer kan word as sleng. In verskeie van die loveLife-inligtingsdokumente soos Scantoprint en thethaNathi word 'n tipe Engels gebruik wat gerig is op tieners (12-17). Na hierdie tipe Engels word verwys as sleng. (Sien bylae A vir 'n voorbeeld van 'n teks ["Getting around"] in sleng.) Die effek van sleng op oorreding, soos vergestalt in die loveLife-materiaal, blyk nog in geen studie aangespreek te wees nie. Airhihnbuwa (1995: 41) wys ook op die onderbektoneering van die effek van taal op oorreding, veral in MIV/vigsprevensieboodskappe:

Language, both verbal and nonverbal, is a critical tool of persuasive communication. This must be understood by those attempting to select appropriate interventions for particular racial or ethnic groups. The reinforcement or changing of cultural beliefs should be attempted within the context of the culture's lexicon. A form of communication among many African Americans is African American English (AAE). (...) A variation of AAE is African American Vernacular English (AAVE), more commonly called Black Vernacular English or Ebonics, which is associated with the speech of low-income African Americans, particularly young people. The cultural rationale for understanding AAVE is that its use among teens appears to function as an important symbol of peer group solidarity and as a demonstration of pride in African heritage. Vernacular language expression is a window to underlying messages about teen peer identity issues, behavior norms and reactions to environmental conditions. Efforts to tap into this expression may create a relatively positive and nonthreatening context for communicating with teens and HIV/AIDS prevention messages must be developed and communicated in a manner that ensures their reception by the members of the groups at greatest risk.

In hierdie artikel word gepoog om vas te stel watter effek die Engelse slengvorm (soos gebruik in loveLife-materiaal) sal hê op die ontvanger se persepsies van groter bronaantreklikheid en brongeloofwaardigheid, en of die gebruik van sleng ook daartoe lei dat die ontvangers die skrywer as hul portuur sal beskou. 'n Eksperimentele ondersoek is gedoen onder graad 10-leerders by Steynville Sekondêr (1) in Piketberg. Vir dié groep leerders is Afrikaans hul

eerste taal, met Engels as tweede taal. Airhihenbuwa (1995) voer aan dat om houdingsverandering teweeg te bring, moet dit geskied binne die konteks van die kulturele groepering se eie leksikon. In die onderstaande eksperimentele ondersoek was die teks egter in Engels, wat die teikengroep se tweede taal is. Die vraag ontstaan:

Waarom nie 'n Afrikaanse teks vir die Afrikaanse teikengroep nie? Die rede hiervoor is dat loveLife sy materiaal hoofsaaklik in Engels aanbied. Die Suid-Afrikaanse jeug, wat linguisties gesproke heterogeen van aard is, word dus gekonfronteer slegs met 'n Engelse teks (meer nog: met 'n tipe Engelse slengvorm) in die loveLife-materiaal. Die primêre doelwit met die eksperimentele ondersoek is om vas te stel of leerders met Afrikaans as eerste taal in staat is om te kan identifiseer met die Engelse slengvorm soos vergestalt in die loveLifemateriaal. 'n Verdere ondersoek sal wees om 'n vergelykende studie te doen tussen 'n Engelse slengteks en 'n Afrikaanse slengteks by 'n groep Afrikaanssprekende leerders.

2. Belang van portuurgroep in MIV/vigsboodskappe

Portuurgroepdruk speel 'n belangrike rol in jongmense se seksuele besluite. loveLife (2000) het in hul nasionale opname gevind dat 22% van die seksueel ervare jeug aangedui het dat hulle seksuele interaksie gehad het omdat hulle bang was vir wat hulle vriende sou sê as hulle dit nie gedoen het nie. Dit is dus duidelik dat om seksuele gedrag onder tieners te verander, daar sterk rekening gehou moet word met portuurgroepdruk. Die effektiwiteit van die MIV/vigsboodskappe gerig op jongmense kan dus verhoog word as die argumente aangevoer word deur 'n ooreenkomstige bron/'n portuur. Portuurs (veral portuuropvoeders) word in 'n verskeidenheid MIV/vigs-intervensie- en prevensieprogramme gebruik en is relatief suksesvol (vgl. Wolf et al., 2000; Harrison et al., 2000; McCue & Afifi, 1996 en Campbell & Zodwa, 2001). Verskeie studies het getoon dat jongmense meer geneig is om na portuurs te gaan vir advies en informasie (vgl. Robinson, 1991; Wolf et al., 2000; Matthews et al., 1990). Die redes waarom jongmense portuurs opsoek vir advies en inligting is eerstens omdat portuurs 'n uitsonderlike kennis het van die betrokke portuurgroep en gepaste taal gebruik, wat daartoe lei dat portuurs gemaklik voel wanneer daar oor seksuele onderwerpe en MIV/vigs gepraat word. Tweedens kan portuurs makliker met mekaar identifiseer as lede van 'n bepaalde sosiokulturele realiteit en verstaan portuurs hoe ander portuurs dink. Laastens kan portuurs gesondheidsboodskappe kommunikeer wat binne die waardesisteem en kulturele norme van die betrokke portuurgroep val (vgl. UNAIDS, 1999; Orme & Starkey, 1999).

Uit bogenoemde word dit duidelik dat om effektiewe MIV/vigs-boodskappe te kommunikeer, portuurs aangevoer moet word as bronne van die boodskap. 'n

Portuur (of ooreenkomstige bron) kan óf visueel óf verbaal opgeroep word in 'n geskrewe teks. Vir die doeleindes van dié artikel word gefokus op die verbale oproeping van die portuur. Verbale oproeping van 'n portuur kan tweërlei geskied: enersyds deur die bron duidelik te kwalifiseer, en andersyds deur die gebruik van 'n bepaalde taalvorm/-styl (byvoorbeeld sleng). Die gebruik van 'n bepaalde taalvorm (soos sleng) mag ooreenkomste toon met die taalstyl van die teikengroep en sodoende die gevoel skep dat die skrywer "een van ons" is. Orme & Starkey (1999: 8) het in hul evaluering van 'n opvoedingsprogram vir jongmense gevind dat jongmense meer identifiseer met en aangetrek word deur ander jongmense wat hulle taal praat en op dieselfde "golflengte" as hulle is. Triandis, Loh & Levin (1966) het in 'n studie waarin hulle die veranderlikes van ras, oortuigings oor integrasie, klere en die kwaliteit van gesproke Engels met mekaar vergelyk het, gevind dat laasgenoemde veranderlike die oorwegende determinant van bronattractie/- aantreklikheid was.

Gesien teen bogenoemde agtergrond, word in hierdie artikel gekyk na die gebruik van sleng soos wat dit voorkom in die loveLife -materiaal. Die doel is om vas te stel watter invloed sleng het op die teikengroep se persepsie van die bron as 'n ooreenkomstige bron (similar source) en watter effek die persepsies van ooreenkoms het op interpersoonlike attractie van die bron – oftewel, lei sleng tot 'n groter gevoel van bron-ontvanger-ooreenkomste, en resulteer hierdie bron-ooreenkomste in groter aantreklikheid van die bron. (Die konsep "aantreklikheid van die bron" verwys nie hier na fisieke aantreklikheid nie, maar na die aantrekkingskrag wat die bron het vir die ontvanger – met ander woorde: dit verwys na die mate waarin die ontvanger aangetrek word deur die bron.)

3. Oorreding en bronkenmerke: operasionalisering van die terme

Hierbo is reeds gemeld dat die gebruik van sleng die potensiaal het om die leser te oortuig om die bron te sien as ooreenkomstig. Die vraag ontstaan egter: Waar pas ooreenkomstige bronne in binne die oorredingsproses?

In literatuur oor oorreding word groot klem geplaas op die bronkenmerke wat 'n invloed kan uitoefen op die oorredingskrag van 'n boodskap. (Onder oorreding word verstaan die intensionele poging om die leser se houding en gedrag te verander deur middel van kommunikasie in 'n situasie waarin die leser 'n mate van vryheid het (O'Keefe, 1990: 7)). Drie bronkenmerke word gewoonlik in hierdie verband onderskei in die oorredingsliteratuur: die bron se geloofwaardigheid; die bron se aantreklikheid en die mag van die bron. Vir die doeleindes van hierdie ondersoek word slegs gefokus op die eerste twee bronkenmerke.

Onder brongeloofwaardigheid word twee dimensies onderskei: deskundigheid en betroubaarheid. Deskundigheid verwys na 'n bron se waarneembare professionaliteit, kwalifikasies, beroepstatus of intelligensie met betrekking tot die onderwerp onder bespreking. Betroubaarheid verwys na die persepsie van hoe eerlik, opreg, eties en onselfsugtig die bron is (vgl. Harmon, 1979: 18-21; Simons et al., 1970; Hoeken, 1998: 200-201). In faktor-analitiese studies is dit gewoonlik die dimensies deskundigheid en betroubaarheid wat geïdentifiseer word as die primêre determinante van geloofwaardigheid. Perloff (1993: 141) som die dominansie van die dimensies deskundigheid en betroubaarheid as merkers van brongeloofwaardigheid soos volg op:

Although individuals do use different criteria to evaluate speakers in different situations, they also use some criteria more than others. Expertise and trustworthiness are apt to be highly salient criteria for message recipients. Thus, although Hovland et al. (1953) oversimplified things when they declared that expertise and trustworthiness were the fundamental dimensions underlying credibility, they also were on target in identifying these particular factors as components of the credibility construct.

Die aantreklikheid van die bron sluit die dimensies ooreenkoms (similarity), liking en familiariteit in. Vir die bespreking hier is slegs die dimensie ooreenkoms van belang. Simons et al. (1970: 2) onderskei tussen twee tipes ooreenkomste: houdings- en lidmaatskapgroepooreenkomste. Houdingsooreenkomste verwys na gedeelde subjektiewe toestande soos belangstellings, oortuigings en gevoelens. Lidmaatskapgroepooreenkomste is kenmerke van die individu wat nie onderworpe is aan verandering nie of wat slegs oor 'n uitgebreide periode verander. Lidmaatskapgroepooreenkomste is kenmerke wat relatief verifieerbaar, identifiseerbaar en waarneembaar is, soos herkoms, opvoeding, religie, beroep, sosiale klas, ouderdom, ensovoorts. By hierdie lys kan ook taalvorm/-styl (spesifiek sleng) gevoeg word. Sociolinguistiese navorsing het aangetoon dat taal as identiteitsmerker kan dien: sekere sosiale groepe identifiseer met 'n sekere taalvorm om hulle sosiale identiteit (groeplidmaatskap) uit te druk (vgl. Hudson, 1980; Labov, 1972; Kloppe, 1983). Daar is genoeg sociolinguistiese bewyse vir die aanname dat verskillende taalvorme verskillende beelde van die bron kan oproep.

Simons et al. (1970) maak 'n verdere onderskeid tussen relevante en irrelevante ooreenkomste. Relevansie verwys na 'n ooreenkoms wat logies verband hou met die inhoud van die boodskap. Dit is primêr houdingsooreenkomste (teenoor lidmaatskapgroepooreenkomste) wat logies verband hou met die boodskapinhoud. Sleng kan geklassifiseer word as 'n irrelevante lidmaatskapgroepooreenkoms. Soos reeds hierbo vermeld, sal sleng (as onafhanklike veranderlike) gemanipuleer word om te bepaal wat die invloed daarvan is op die persepsie van bron-ontvanger-ooreenkomste en of hierdie ooreenkomste resulteer in groter aantreklikheid van die bron.

Die konsepte bron-ooreenkomste en portuurs toon sterk ooreenkomste. Die

konsep "portuur" word verskillend gedefinieer deur verskillende mense. Orme & Starkey (1999: 8) onderskei drie gebruike van die term portuur. Die begrip portuur kan eerstens verwys na mense van dieselfde ouderdom, byvoorbeeld MIV/vigs-opvoeding van jongmense deur jongmense, tweedens kan portuur ook gebruik word om te verwys na effens ouer portuurfigure as portuurs van dieselfde ouderdom – die oortuiging dat jongmense effe ouer mense as meer ervare beskou as hulle onmiddellike portuur, en laastens kan portuur verwys na gelyke status in die sin van dieselfde ervaring, byvoorbeeld 'n seksueel-aktiewe jeugdige wat MIV/vigs-opvoeding gee aan ander seksueel-aktiewe jeugdiges.

Hier word portuur gedefinieer as iemand wat tot dieselfde ouderdomsgroep behoort. Die konsep portuur word dus beskou as 'n persoonsgebaseerde konsep, met die fokus op eksterne faktore van gelykheid soos ouderdom, en nie as 'n ondervindingsgebaseerde konsep waar dieselfde ondervinding vereis word nie. Die konsep portuur kan egter mense insluit van dieselfde ondervinding, maar dit word nie beskou as een van die vereistes om as portuur geklassifiseer te word nie, dus: 'n portuur kan dieselfde ondervindings hê of nie. Soos reeds vermeld, dien sleng nie net as identiteitsmerker nie, maar dit kan ook as ouderdomsmerker funksioneer (vgl. Sebastian & Ryan, 1985). Helfrich (1979: 63) wys daarop dat die spraakgedrag van 'n persoon nie net inligting gee oor die spreker se ouderdom nie, maar ook inligting gee oor die ouderdom van die ontvanger. 'n Onderskeid word gemaak tussen senderouderdomsmerkers en ontvangerouderdomsmerkers. Die gebruik van sleng in die loveLife-materiaal kan gesien word as voorbeelde van albei soorte: enersyds gebruik die skrywer sleng omdat hy wil konvergeer met die taalstyl van die ontvanger, en hy graag deur die ontvangers gesien wil word as "een van hulle", dit wil sê as hul portuur (= senderouderdomsmerker); andersyds gebruik die skrywer sleng omdat hy van mening is dat dit die taalstyl is wat deur die ontvangers gebesig word (= ontvangerouderdomsmerker).

Sleng kan 'n aanduiding wees vir die ontvanger om die bron/skrywer as portuur te sien. In die onderstaande ondersoek word bepaal in watter mate die gebruik van sleng lei tot waarneembare ooreenkomste in ouderdom tussen bron en ontvanger.

Net soos die konsep portuur geen eenduidige konsep is nie, is sleng ook meerduidelik. Daar is al baie geskryf oor sleng maar daar is steeds groot onsekerheid oor wat bedoel word met die term. Sleng word in die algemeen gesien as 'n omgangstaal wat buite die konvensionele of standaardgebruik val, en sluit nuutsaamgestelde woorde in (soos blarp) asook woorde met nuwe of uitgebreide betekenis (soos cool). Kenmerkend van sleng is die oorfloed sinonieme. Sleng verskil hoofsaaklik van die gewone spreektaal op die vlak van die leksikon. Dit is 'n spesifieke manier van uitdrukking, en dit is ook 'n aanduiding dat die spreker daarvan behoort aan 'n bepaalde sosiale groepering/klas (vgl. Galperin, 1971; Partridge, 1970). Sleng funksioneer ook as 'n merker van intergroepverhoudings: die gebruik van sleng is 'n manier om die spreker op linguïstiese gronde te onderskei van 'n ander groep en om te beklemtoon dat die spreker aan 'n sekere groep behoort. Sleng word gesien as

'n stilistiese notasie.

Sleng kan gesien word as 'n informele merker. Die volgende leksikale vlakke sal as sleng beskou word:

- omgangswoorde en frases wat dikwels deur jongmense gebruik word (lurv to score, cool, hot new babe, hey, playa, un-cool, you're sussed, one love is better than being the village bicycle, skyrockets)
- spelwyse volgens kenmerkende uitspraak (gal vir girl; lurv vir love, playa vir player)
- afkortings wat nie voorkom in die standaardgebruik nie
- nuwe samevoegings wat nog nie erkenningstatus bereik het nie (Vgl. Galperin, 1971).

Op grond van bogenoemde bespreking, kan die volgende hipotese afgelei word:

Hipotese 1:

Subjekte wat identifiseer met die slengvorm in die loveLife-tekste sal die bron as portuur sien.

4. Geloofwaardige bronne vs. ooreenkomstige bronne

In literatuur oor oorreding is daar uiteenlopende sieninge oor die verband tussen brongeloofwaardigheid en ooreenkomstige bronne. Vir sommige is ooreenkomstige bronne 'n determinant van bronaantreklikheid, met laasgenoemde wat weer op sy beurt 'n dimensie van brongeloofwaardigheid is. Vir ander is ooreenkomstige bronne 'n afsonderlike (swewende) dimensie wat enersyds verband kan hou met brongeloofwaardigheid en andersyds verband hou met bronaantreklikheid (vgl. Simons et al., 1970; Swartz, 1984; Harmon, 1979; O'Keefe, 1990; Hass, 1981).

In oorredingsliteratuur word die deskundigheid van die bron, die betroubaarheid van die bron en die aantreklikheid van die bron algemeen beskou as die dimensies van brongeloofwaardigheid. Bronaantreklikheid verwys na die graad van ooreenkoms, liking, en familiariteit tussen die bron en ontvanger (vgl. Harmon, 1979: 18-21; Simons et al., 1970; Hoeken, 1998: 200-201).

Die indeling van die aantreklikheid van die bron as een van die dimensies van brongeloofwaardigheid is problematies. Van die gemelde drie dimensies is dit oorwegend net deskundigheid en betroubaarheid wat gebruik word in studies oor geloofwaardige bronne as metingsinstrumente van brongeloofwaardigheid. Harmon (1979: 17) wys daarop dat "trustworthiness and expertise appear to

account for a larger proportion of the variances in credibility and have a greater impact on persuasion as other dimensions, such as attractiveness".

Hass (1981: 143-146) tref 'n duidelike onderskeid tussen brongeloofwaardigheid en bronaantreklikheid. Volgens Hass (1981) opereer die twee bronkenmerke volgens verskillende stelle sielkundige oorredingsprosesse, elk met sy eie houdingsimplikasies. Hass (1981: 151-152) sluit egter nie bronooreenkoms in as 'n dimensie van aantreklikheid nie. Hy sien bronooreenkoms as 'n dimensie wat die gaping tussen brongeloofwaardigheid en bronaantreklikheid oorbrug.

In sy woorde: The perceived similarity of the source and the recipient can increase the persuasiveness of the message by making the source seem more attractive to the recipient and/or by conferring a type of credibility on the source.

(Hass, 1981: 151)

Swartz (1984: 49) tref ook 'n onderskeid tussen bronaantreklikheid en brongeloofwaardigheid. Die dimensies van brongeloofwaardigheid sluit in: deskundigheid, betroubaarheid, objektiwiteit en kompetensie. In teenstelling met Hass, sluit Swartz bronooreenkoms in as een van die dimensies van bronaantreklikheid. Die dimensies van bronaantreklikheid is dan ooreenkoms, familiariteit en liking. Die verband tussen bronooreenkoms en bronaantreklikheid is goed gedokumenteer in die literatuur. Studies oor bronaantreklikheid het gevind dat soos bron-ontvanger-ooreenkomste vergroot, aantreklikheid van die bron ook verhoog (Byrne & Nelson, 1965; Byrne & Rhamey, 1965; Byrne & Griffit, 1966). In hierdie ondersoek word as beskrywingsraamwerk die model gevolg van Swartz, en bronooreenkoms word ingesluit as een van die dimensies van bronaantreklikheid. Die dimensies van brongeloofwaardigheid sluit in deskundigheid en betroubaarheid. Die dimensies van bronaantreklikheid sluit dan in ooreenkoms, familiariteit en liking.

5. Oorredingsroete van bron-ontvanger-ooreenkomste

5.1 Elaboration Likelihood Model; proses van identifisering en oorreding

Volgens die Elaboration Likelihood Model van Petty & Cacioppo (1986) is daar twee roetes van inligtingsverwerking: 'n sentrale en 'n perifere roete. Lesers wat hoogs gemotiveerd is en/of die vermoë het om die inligting te prosesseer, is meer geneig om die sentrale roete te volg. Daarteenoor sal lesers wat lae motiveringsvlakke toon en/of 'n gebrek aan vermoë toon om die

inligting te verwerk, meer geneig wees om 'n perifere roete te volg, dit wil sê hulle sal meer geneig wees om te fokus op visreëls soos bronnooreenkoms, brongeloofwaardigheid, konsensusreëls, getuigskrifte, ensovoorts.

Bronkenmerke soos ooreenkomstige bronne wat niks te make het met die inhoud van die boodskap nie, is 'n perifere meganisme ('n visreël) wat kopieskrywers kan gebruik om lesers met lae motiveringsvlakke of lae boodskapbetrokkenheid te oorreed.

Die vraag wat nou ontstaan, is: Hoe vind oorreding via bronnooreenkoms plaas? Volgens Hass (1981: 141-145) opereer bronnooreenkoms via 'n sielkundige proses genaamd identifisering. Identifisering verwys na "the desire to establish gratifying role relationships with the source" (Hass 1981: 144). Identifisering verwys na die aanvaarding van 'n gepropageerde posisie op grond van WIE dit gepropageer het, ongeag of die bron ondersteunende argumente verskaf. Volgens Hass (1981: 144,153) is identifisering 'n proses waar houdingsverandering bewerkstellig word deurdat die leser se waardesisteem beïnvloed word – dit wil sê dit waarvan die leser hou (of nie) word beïnvloed. Bron-ontvangerooreenkomste kan die leser se selfbeeld, sy selfvertroue, asook sy vertroue in 'n bepaalde waarde verhoog deurdat die bron die nodige sosiale ondersteuning verskaf vir die betrokke evaluasie. Perloff (1993: 146-7) wys eerstens daarop dat mense andere wat met hulle ooreenkoms sieninge aanvaar omdat mense hou van andere wat ooreenkoms met hulle en hierdie attraksie van ooreenkomstige mense kan resulteer in oorreding, en tweedens omdat mense daarvan hou om hulle te vergelyk met andere wat ooreenkoms met hulle. Die proses van sosiale vergelyking kan die nodige sosiale ondersteuning oor 'n bepaalde saak vir die leser verskaf – dit wil sê omdat die bron ooreenkoms met die leser, is die leser geneig om te identifiseer met die bron en sy boodskap te aanvaar.

Ooreenkomstige bronne het dus meer invloed op die affektiewe domein (dit waarvan die leser hou of nie hou nie) van die leser. Lesers kan die kenmerke van dié wat met hulle ooreenkoms aanneem; hulle mag selfs so ver gaan om dieselfde belangstellings, sieninge, houdings en gedrag aan te neem, en deur dit te doen versterk hulle hul selfbeeld en selfvertroue. As 'n saak/onderwerp persoonlik en emosioneel van aard is, sal 'n ooreenkomstige bron 'n groter oorredende invloed uitoefen, gegee die affektiewe aard van die oorredingsproses by ooreenkomstige bronne.

Houdingsverandering wat teweeggebring word deur ooreenkomstige bronne is nie geïnkorporeer in die leser se oortuiging- en waardesisteem nie; dit word ook nie onafhanklik van die bron gehandhaaf nie. As 'n ooreenkomstige bron sy posisie verander, of as die bron sy aantrekkingskrag vir die leser verloor, sal dit genoegsame rede wees vir die leser om terug te keer na sy oorspronklike posisie/houding. Om die nuwe oortuiging en houdingsverandering te handhaaf, moet die ooreenkomstige bron voortdurend sy nuwe posisie propageer (vgl. Hass, 1981: 142-146, 151-154).

5.2 (Ir-)Relevante ooreenkoms, aantreklikheid,

geloofwaardigheid en oorreding

Soos reeds aangetoon, kan bron-ontvanger-ooreenkomste oorreding bewerkstellig (vgl. Brock, 1965; Berscheid, 1966; Burnstein et al., 1961) maar in ander studies is aangetoon dat verskille tussen die bron en ontvanger ook oorreding kan bewerkstellig (vgl. Leavitt & Kaigler- Evans, 1975; Alpert & Anderson, 1973) terwyl ander studies weer aangetoon het dat bron-ontvanger-ooreenkomste geen oorredingsimpak het nie (vgl. Wagner, 1984). Hierdie inkonsekwente bevindinge kan slegs verstaan word as in ag geneem word dat daar eerstens 'n oneindige aantal dimensies van ooreenkomste en verskille tussen die bron en ontvanger is (O'Keefe, 1990: 148).

In studies oor bron-ooreenkomste is die onderskeid tussen houdings- en lidmaatskapgroepooreenkomste nie altyd duidelik nie. Die effek van houdingsooreenkomste op oorreding is verskillend van dié van lidmaatskapgroepooreenkomste. Houdingsooreenkomste is 'n meer beduidende determinant van aantreklikheid en het gevolglik 'n groter invloed op oorreding. In die tweede plek beïnvloed bron-ontvanger-ooreenkomste oorreding nie direk nie, maar indirek. Bron-ooreenkoms is meer geneig om die aantreklikheid van die bron te verhoog en/of die lesers persepsie van die geloofwaardigheid van die bron te verhoog; en hierdie verhoogde aantreklikheid van die bron en/of brongeloofwaardigheid beïnvloed oorreding (vgl. O'Keefe, 1990: 148-9). Laastens, studies oor bron-ontvanger-ooreenkomste onderskei nie altyd tussen relevante en irrelevante ooreenkomste rakende die tema/onderwerp nie (vgl. Simons et al., 1970: 2).

Berscheid (1966) het gevind dat relevante ooreenkomste ten opsigte van die onderwerp meer geneig is om houdingsverandering teweeg te bring as irrelevante ooreenkomste (vgl. ook Simons et al., 1970: 9-11, 13; Perloff, 1993: 147). Die klassieke studie van Brock (1965) illustreer die punt duidelik. Brock het 'n eksperimentele ondersoek gedoen in 'n verfwinkel. In sy ondersoek het hy waarneembare bron-ontvanger-ooreenkomste en die deskundigheid van die bron teen mekaar aangespeel. Die aanname was dat die meer ervare bron 'n groter invloed sou uitoefen op die ontvanger as die minder ervare bron. Die ondersoeker het sommige kliente vertel dat hy dieselfde hoeveelheid verf gekoop het (die ooreenkomssituasie, met 'n minder ervare bron) en aan ander kliente het hy gesê dat hy tot twintig keer meer verf gekoop het as hulle (die nieooreenkomssituasie, met 'n meer ervare bron). Brock (1965) het gevind dat die verkoopsman wie se verfgebruik ooreengekom het met dié van die klant effektiewer was om die koper te oordeel om na 'n ander verf, teen 'n hoër prys, oor te skakel: 64% van die subjekte in die ooreenkomssituasie het die verkoopsman se aanbevelings ten opsigte van 'n nuwe verf teen 'n hoër prys aanvaar teenoor die 39% in die nieooreenkomssituasie.

In hierdie geval het bron-ontvanger-ooreenkomste gelei tot aanvaarding van die gepropageerde posisie. Uit die studie blyk dit dat ooreenkomste wat relevant is ten opsigte van die saak onder bespreking meer geneig is om houdingsverandering te bewerkstellig. Interessant in die studie van Brock

(1965) is dat brondeskundigheid (die persoon wat twintig keer meer verf gekoop het) nie 'n groter effek gehad het op houdingsverandering nie. Volgens Brock (1965) moet die bepalende faktor in die verskille tussen bronoooreenkoms en brondeskundigheid nie by die ooreenkomssituasie gesoek word nie, maar wel by die nieooreenkomssituasie. Die subjekte het moontlik die nie-ooreenkomstige (maar meer ervare) bron verwerp omdat sy ondervinding skynbaar irrelevant was of hulle van mening was dat die ondersoeker wou spog oor die hoeveelheid verf wat hy gebruik het, of omdat hulle die ondersoeker se syfers as ongeloofwaardig beskou het en dit gesien het as 'n verkoopstrategie.

Brock (1965) kom tot die slotsom dat as van bogenoemde prosesse werksaam was, dan affekteer dit die aanname dat bronoooreenkoms 'n voldoende faktor is om die invloed van deskundigheid te oorkom.

O'Keefe (1990: 148-9) argumenteer dat daar geen direkte verband tussen ooreenkoms en oorreding is nie, maar dat ooreenkoms indirek oorreding beïnvloed "by affecting the receiver's liking for the communicator and the receiver's perception of the communicator's credibility (competence and trustworthiness)". Die ontvangers is hiervolgens geneig om 'n bron wat relevante ooreenkomste toon as geloofwaardiger te beskou (Hass, 1981: 152; O'Keefe, 1990: 150-1). O'Keefe (1990: 149) wys daarop dat wanneer die oorredingskrag van bronaantreklikheid en brongeloofwaardigheid in konflik is met mekaar, dan is die oorredingskrag van bronaantreklikheid swakker as dié van brongeloofwaardigheid – dit wil sê oorreding word bewerkstellig via geloofwaardigheid (en nie bronaantreklikheid nie).

In teenstelling met bogenoemde argument dat irrelevante ooreenkomste geen invloed het op oorreding nie, argumenteer Hass (1981: 152) dat "when the characteristics that the recipient and the source have in common are irrelevant or only slightly relevant to the topic of the message, similarity probably increases a global or general feeling of attractiveness of the source and facilitates persuasion via the process of identification". 'n Ondersoek wat gedoen is deur Burnstein, Stotland & Zander (1961) illustreer die punt duidelik. In hulle eksperimentele ondersoek het 'n volwassene in die rol van 'n diepseeduiker 'n groep jong seuns toegesprek. Twee weke voor die praatjie met die seuns moes die seuns 'n vraelys voltooi waarin hulle hul vermoëns ten opsigte van 'n aantal vaardighede moes evalueer. Die duiker het sy eie vermoë in elk van die gemelde vaardighede beskryf. Vir die helfte van die seuns het hy hom as hoogs kompetent voorgestel, en vir die ander helfte inkompetent. Binne elk van die grade van kompetensie, het die duiker homself ten opsigte van agtergrond as óf hoogs ooreenkomstig óf hoogs verskillend met die seuns voorgestel.

In die hoë ooreenkomssituasie het die duiker aangedui dat hy grootgeword het in dieselfde buurt, na dieselfde skool toe gegaan het as die seuns, aan dieselfde aktiwiteite deelgeneem het, dat hy hou van swem en visvang, en dat sy vader ook in die fabriek gewerk het soos die meeste van die seuns se pa's. In die nieooreenkomssituasie het die duiker aangetoon dat hy grootgeword het in 'n

digbevolkte woonstelbuurt in San Francisco, dat hy na junior skool toe gegaan het, dat die aktiwiteite wat hy aan deelgeneem het tipies was van 'n groot stad en dat sy vader 'n visserman was.

Burnstein, Stotland en Zander (1961) het gevind dat die subjekte met dieselfde agtergrond as die duiker sy diepseeduikvoorkeure meer aanvaar het as die subjekte met 'n verskillende agtergrond. Burnstein, Stotland & Zander (1961) het verder gevind dat die subjekte met 'n hoë selfevaluering meer voorkeure ontwikkel het soortgelyk aan dié van die kompetente duiker as subjekte met 'n lae selfevaluering, ongeag die feit dat die subjekte met 'n hoë selfevaluering nie dieselfde agtergrond gehad het nie (die nie- ooreenkomssituasie). Subjekte met 'n hoë selfevaluering in die vooraftoetsing het egter hul evaluering verlaag nadat hulle aan 'n inkompetente duiker blootgestel is (ongegag die ooreenkomssituasie). Uit die bevindinge van Burnstein, Stotland & Zander (1961) en Brock (1965) blyk dus dat wanneer bron-ooreenkoms en brongeloofwaardigheid in konflik is met mekaar, invloed uitgaan van brongeloofwaardigheid – sien bespreking verder aan.

Burnstein, Stotland & Zander (1961) se bevinding dat bron-ontvanger-ooreenkoms met geen boodskaprelevansie nie effektiewer was om die diepseeduikvoorkeure van die subjekte te beïnvloed, bevestig die aanname dat irrelevante ooreenkoms 'n effek kan hê op oorreding, maar dan slegs via die roete van bronaantreklikheid. O'Keefe (1990: 149) argumenteer ook dat irrelevante houdings-ooreenkoms die aantreklikheid van die bron kan verhoog en gevolglik oorreding kan bewerkstellig. O'Keefe (1990: 149) voer verder aan dat waarneembare houdings-ooreenkoms (lidmaatskapgroep-ooreenkoms kan hierby ingesluit word) meer geneig is om te lei tot groter aantreklikheid van die bron, maar dit beteken nie noodwendig dat dit oorreding tot gevolg sal hê nie.

Ter opsomming: bron-ooreenkoms werk via verskillende roetes om houdingsverandering teweeg te bring; enersyds kan ooreenkoms tussen die bron en ontvanger, ongeag of die ooreenkoms relevant is ten opsigte van die saak onder bespreking of nie, resulteer in gevoelens van groter aantreklikheid van die bron, en laasgenoemde kan weer op sy beurt oorreding in die hand werk deur die beïnvloeding van die waardes wat geassosieer word met die houding, en andersyds kan bron-ontvanger-ooreenkoms wat relevant is vir die boodskaptema lei tot persepsies van groter geloofwaardigheid van die bron, en laasgenoemde kan weer op sy beurt lei tot oorreding deur die waardes wat geassosieer word met die houding te verander.

O'Keefe (1990: 155) verwoord dit soos volg:

The source factors with the most immediate effects on persuasive outcomes are credibility and liking. Other source characteristics appear most likely to play a role in persuasion only through influencing credibility and liking. Thus, in considering how any additional source characteristics is likely to influence persuasion, the sensible guiding question to ask is, How is this characteristic likely to be related to liking and

credibility?

Sleng (as irrelevante ooreenkoms) behoort (as die teikengroep kan identifiseer met die slengvorm) gevoelens van ooreenkoms tussen die bron en ontvanger teweeg te bring, en hierdie gevoelens van identifisering behoort te lei tot groter aantreklikheid van die bron. In die onderstaande eksperimentele ondersoek is die primêre fokus op die ontvanger se identifisering met die slengvorm wat gebruik word. Die vraag is: Kan die teikengroep identifiseer met die slengvorm in die teks? Die fokus is nie op WIE dit gesê het nie, maar op HOE dit gesê word en of hierdie wyse van "hoe dit gesê word" lei tot bron-ontvanger-ooreenkomste en of laasgenoemde groter aantreklikheid van die bron bewerkstellig.

Op grond van bogenoemde bespreking word die volgende hipotese afgelei:

Hipotese 2:

Identifisering met die slengvorm (wat 'n irrelevante ooreenkoms is) sal lei tot persepsies van groter bronaantreklikheid.

In die eksperimentele ondersoek is daar ook vasgestel wat die verband tussen sleng en brongeloofwaardigheid is. Gegee bogenoemde bespreking, behoort sleng (as irrelevante ooreenkoms) dus nie persepsies van groter brongeloofwaardigheid tot gevolg te hê nie.

5.3 Taalstyl en oorreding

Tot nou toe is argumente aangevoer vir hoe bron-ontvanger-ooreenkomste oorreding kan bewerkstellig. Vervolgens word kortliks gelet op die relevante studies oor taalstyl en watter invloed verskillende taalvorme kan hê op brongeloofwaardigheid en -aantreklikheid en moontlik houdingsverandering.

Verskeie ondersoekte is gedoen oor die verband tussen gesproke taal en die dimensies van bronaantreklikheid en brongeloofwaardigheid. Die meeste van dié studies fokus op gesproke taal, en nie op die geskrewe vorm van die taalvorme soos vergestalt in tekste nie.

Delia (1975) het in 'n studie oor (gesproke) dialekooreenkomste gevind dat sprekers met 'n nie-ooreenkomstige dialek (suidelike Amerikaanse dialek) gesien is deur die subjekte as meer kompetent as sprekers met 'n ooreenkomstige dialek (algemeen Amerikaanse dialek). Die rede hiervoor was moontlik omdat die subjekte van mening was dat die spreker van die suidelike dialek beter toegang het tot relevante informasie as die algemeen Amerikaanse spreker. In 'n ander studie het Delia (1972) gevind dat spraakstyl (in die besonder dialekte) 'n belangrike merker kan wees waarvolgens ingroep-uitgroepoordele gemaak word. In dié studie is gevind dat ontvangers se persepsie van aksentoooreenkomste gelei het tot positiewe evaluering van die spreker en ook daartoe gelei het dat die ontvanger oortuig was dat die spreker dieselfde houding openbaar as die ontvanger.

Mills & Kimble (1973) het gevind dat ooreenkomste tussen bron en ontvanger (teenoor nie-ooreenkomste) lei tot 'n groter inskatting van kompetensie. Swartz (1984) het weer gevind dat daar geen onderliggende verhouding bestaan tussen bron-ooreenkoms en die deskundigheid van die bron nie. Studies wat gedoen is deur Miller, Maruyama & Valone (1976), Street & Brady, (1982) en LaBarbera & Maclachlan (1979) oor spraaktempo het gevind dat sprekers wat vinnig praat deur die ontvangers gesien word as intelligenter en meer vol selfvertroue as hulle stadiger konkurrente. Sprekers wat vinnig praat, verhoog die aantrekkingskrag tussen bron en ontvanger (vgl. Perloff, 1993: 171). Perloff (1993: 174) wys ook daarop dat sprekers wat 'n kragtige (powerful) spraakstyl het, gesien word as meer kompetent en geloofwaardiger as hulle minder kragdadige eweknieë.

Uit bogenoemde studies word dit duidelik dat die resultate oor die effek van gesproke taal op bronaantreklikheid en brongeloofwaardigheid relatief inkonsekwent is. Enersyds kan bron-ontvanger-ooreenkomste lei tot groter brongeloofwaardigheid, andersyds kan nie-ooreenkomstige bronne lei tot brongeloofwaardigheid. Hierdie teenstrydige resultate maak dit moeilik om te voorspel watter effek sleng sal hê op brongeloofwaardigheid. Daar is vroeër geargumenteer dat identifisering met die slengvorm behoort te lei tot groter aantreklikheid van die bron. Of identifisering met die slengvorm ook sal resulteer in groter brongeloofwaardigheid is 'n ope vraag, gegee bogenoemde teenstrydige resultate. In die onderstaande eksperiment word sleng gekontrasteer met standaardtaal. Sosiolinguistiese studies wys daarop dat sosiolekte en geolekte (wat gewoonlik nie deel uitmaak van die standaardtaal nie) dikwels op die periferie van 'n betrokke taal verkeer, en dikwels gestereotipeer word. As die stereotipering egter negatief is, dan word daar ook neergesien op die spreker se sosiolek of geolek wat hy/sy besig (vgl. Hewett, 1971; Naremore, 1971). Die standaardvorm (teenoor byvoorbeeld die slengvorm) word gesien as die algemeen-aanvaarde taalvorm, en sprekers wat die standaardvorm besig kan gesien word as meer kompetent as dié wat byvoorbeeld sleng gebruik.

As bron-ooreenkoms resulteer in groter brongeloofwaardigheid, dan is die geloofwaardige bron die bepalende faktor in die oorredingsproses. Vroeër is daarop gewys dat wanneer bron-ooreenkomste en brongeloofwaardigheid in konflik is met mekaar, dan gaan die oorredende invloed uit van die geloofwaardige bron (en nie bron-ooreenkoms nie). O'Keefe (1990: 149) wys daarop dat die "effects of liking on persuasive effectiveness appear to be weaker than the effects of credibility; thus if attitudinal similarities influence persuasive effects by influencing liking for the communicator, then the effect of attitudinal similarities on persuasive effectiveness should be smaller than the effect of credibility". Dit is dus belangrik om in die onderstaande eksperimentele ondersoek die geloofwaardige status van die bron vas te stel, om sodoende te kan bepaal watter determinant oorreding moontlik kan beïnvloed.

6. Teoretiese begroning vir die gebruik van sleng deur die sender

Tot nou toe is klem gelê op hoe die oorredingsproses moontlik sal verloop wanneer 'n ontvanger gekonfronteer word met 'n bepaalde taalvorm, in hierdie geval spesifiek sleng. Die fokus was primêr op die ontvanger, naamlik hoe die ontvanger oorreed kan word. Vir die ontvanger om ontvanklik te wees vir oorreding, moet sodanige ontvanger identifiseer met die slengvorm in die teks om sodoende 'n ooreenkomssituasie te skep. As só 'n ooreenkomssituasie bewerkstellig word, kan dit lei tot persepsies van groter aantreklikheid van die bron; laasgenoemde kan dan resulteer in 'n houdingsverandering by die ontvanger.

Op grond van bostaande kan nou voorspel word hoe 'n ontvanger moontlik sal reageer wanneer hy/sy gekonfronteer word met 'n slengteks. Maar die vraag ontstaan nou: Hoekom sal 'n spreker 'n spesifieke taalvorm (soos sleng) wil gebruik? Meer spesifiek: Hoekom gebruik loveLife 'n Engelse slengvorm in van hulle brosjures? In 'n gesprek met loveLife het dit geblyk dat die slengvorm wat gebruik word, gebaseer is op 'n veronderstelling van hoe die Suid-Afrikaanse jeug praat. 'n Teoretiese verklaring vir die gebruik van sleng word gebied deur Giles (1973) se "Communication Accommodation Theory" (CAT) – vroeër genoem die "speech accommodation theory". CAT het in 1973 ontstaan toe Giles sy "accent mobility"-model geïntroduseer het. CAT is 'n teoretiese raamwerk wat die dinamika van spraakverskuiwings in sosiale interaksie en die gevolge daarvan verklaar. CAT verklaar hoekom 'n spreker sy spraak aanpas om te konvergeer of te divergeer met die ontvanger se spraakstyl.

Spraakkonvergensie word gedefinieer as 'n linguistiese strategie waar individue by mekaar se spraakstyl aanpas deur middel van 'n groot verskeidenheid linguistiese kenmerke (Giles, Mulac, Bradac & Johnson, 1987: 14). Divergensie verwys na die wyse waarop sprekers hulle linguistiese/vokale andersheid aksentueer om hulle sodoende te onderskei van ander (Giles et al., 1987: 14). In interpersoonlike kommunikasie kan spraakkonvergensie tweërlei van aard wees: óf die spreker konvergeer met die ontvanger se taalstyl, óf die ontvanger konvergeer met die spreker se taalstyl.

Spraakkonvergensie word, in die algemeen, beskou as 'n manier om sosiale integrasie of identifisering te bewerkstellig, dit wil sê om deur die ontvanger as "een van ons" beskou te word (Street & Hopper, 1982; Giles et al., 1987). Volgens Giles et al. (1987: 15) is daar 'n aantal redes hoekom sprekers hulle spraakstyl/taalstyl aanpas, onder meer om sosiale goedkeuring te bewerkstellig, effektiewe kommunikasie teweeg te bring en om positiewe sosiale identiteite te handhaaf. Spraakkonvergensie kan ook gesien word as 'n middel om assimilasie in 'n uitgroep te bewerkstellig. Spraakkonvergensie kan natuurlik lei tot 'n ooreenkomssituasie.

Die spreker wat sy/haar taalstyl aanpas om ooreen te stem met dié van die ontvanger, skep sodoende 'n ooreenkomssituasie. Die omgekeerde geld ook hier: waar die ontvanger sy taalstyl aanpas om te konvergeer met dié van die spreker. Spraakkonvergensie kan lei tot gevoelens van ooreenkomste en laasgenoemde kan weer op sy beurt die aantreklikheid van die bron verhoog. Giles et al. (1987: 76) wys daarop dat die CAT-model geskoei is op navorsing oor ooreenkomsaantreklikheid (similarity attraction) – dit wil sê groter ooreenkoms kan resulteer in groter aantreklikheid van die bron.

Die spreker se aanpassing van sy taalstyl om te konvergeer met dié van die ontvanger is hoofsaaklik gebaseer op 'n oortuiging, verwagting of bepaalde stereotipering van die ontvanger se taalstyl. Sprekers pas hulle taalstyl aan na aanleiding van die veronderstelde linguistiese vermoë van die ontvanger of na aanleiding van die ontvanger se linguistiese verwagting (Giles et al., 1987). Die spreker se oortuigings en persepsies van die ontvanger se taalvermoë, asook die kommunikatiewe situasie en boodskapontvangers het 'n direkte invloed op die spreker se spraakstyl as 'n middel om sodoende sosiale integrasie te bewerkstellig. Vir spraakkonvergensie om effektief te wees, bedoelende dat die ontvanger positief sal reageer op die spreker se spraakstyl, moet die spreker se oortuigings oor die ontvanger se taalstyl ooreenstem met die ontvanger se taalstyl, moet die taalstyl positief deur die ontvanger geëvalueer word (dit moet dus nie gestigmatiseer word nie), moet die taalstyl gepas wees vir die ontvanger en moet die spreker se taalstyl gepas wees vir die ontvanger se waardes en norme (vgl. Giles et al., 1987: 37-38).

Dit is egter so dat nie alle ontvangers (of sprekers) hulle taalstyl aanpas om ooreen te stem met die taalstyl van die spreker (of ontvanger) nie. Spraakdivergensie word gesien as 'n manier om jouself linguisties te onderskei van ander. Ontvangers wat nie konvergeer met die spreker se taalstyl nie deurdat hulle hul eie taalstyl handhaaf, blyk 'n simboliese gebaar te maak om hulle sosiale identiteit, kulturele andersheid en taaltrots te beklemtoon (Giles et al., 1987; Street & Hopper, 1982). Nie-konvergensie kan ook die gevolg wees van 'n gebrek ten opsigte van die spreker se linguistiese repertoire. Andersins is spraakdivergensie en spraakhandhawing karakteriserend van intergroepsituasies waar lede van die groep daarna streef om 'n positiewe ingroepidentiteit te handhaaf en om hulself van ander groepe te onderskei.

CAT is 'n bruikbare model om die gebruik van sleng in loveLife-materiaal te probeer verklaar. Die gebruik van sleng in loveLife-materiaal kan gesien word as 'n bewuste taalverskuiwing met die doel om linguistiese ooreenkomste tussen die spreker en ontvanger te bewerkstellig. Die spreker se pogings om linguistiese ooreenkomste te bewerkstellig is 'n manier om sosiaal aanvaar te word deur die teikengroep – om as een van hulle (die teikengroep) gesien te word. In die loveLife-materiaal pas die skrywer sy taalstyl aan om te konvergeer met die taalstyl van dié van die ontvanger (in hierdie geval jongmense in Suid-Afrika tussen twaalf en sewentien). Dit is egter ondenkbaar dat een taalstyl, in hierdie geval een Engelse slengvorm, sal ooreenstem met al die verskillende kulturele groeperinge (jongmense tussen twaalf en sewentien) se taalstyl. Die primêre ondersoeksvraag is dus: Sal die verskillende kulturele

groeperinge in Suid-Afrika linguisties in staat wees om met die Engelse slengvorm te kan identifiseer? In die onderstaande eksperimentele ondersoek is daar gekyk na een so 'n kulturele groepering: Afrikaanssprekende graad 10-leerders aan Steynville Sekondêr in Piketberg. Die volgende ondersoeksvraag staan voorop:

Kan die Afrikaanssprekende graad 10-leerders (by Steynville Sekondêr) identifiseer met die Engelse slengvorm in die loveLife-brosjures?

Volgens die CAT-model kan daar voorspel word dat die subjekte (die graad 10-leerders) wat nie die linguistiese repertoire van die spreker in die loveLifemateriaal het nie, nie sal kan identifiseer met die Engelse slengvorm soos gemanifesteer in die loveLife-materiaal nie; gevolglik sal daar nie 'n ooreenkomssituasie ontstaan nie.

7. Eksperimentele ondersoek

7.1 Metodologie

Vir die doeleindes van dié eksperiment is twee tekswaergawes ontwerp. Die loveLife-tekste wat in 'n Engelse slengvorm geskryf is, is 'n outentieke teks wat kom uit thetaNathi (4/06/2002), getiteld "Getting around" – sien Bylae A. Die slengtekste is toe verwerk na Standaardengels, deur die vervanging van slengwoorde deur meer bepaalde standaard Engelse uitdrukkings. (Sien Bylae A en B vir voorbeelde van die twee tekste.) Die eksperimentele groep het die slengtekste gekry, terwyl die kontrolegroep die tekste in Standaardengels gekry het.

Die teikengroep was graad 10-leerders aan Steynville Sekondêr in Piketberg, met Afrikaans as eerste taal en Engels as tweede taal. Twee klasse van 33 leerders is geselekteer: die een klas is gebruik as die eksperimentele groep (met die tekste in slengvorm) en die ander klas as die kontrolegroep (met die tekste in Standaardengels). Die twee teikengroepe was, demografies gesproke, identies. Die ouderdom was 'n gemiddelde vyftien jaar, Afrikaans was die eerste taal, met Engels as tweede taal, en almal het behoort aan die Christelike geloof. Die verhouding seuns tot dogters was 12:21.

Die vraelys het bestaan uit twee dele: 'n afdeling A wat gehandel het oor demografiese inligting (met die kategorieë ouderdom, geslag, eerste taal, tweede taal, graad en geloofsverband) en 'n afdeling B wat bestaan het uit veertien stellings oor die skrywer en die taalgebruik van die tekste. Die stellings moes beoordeel word op 'n vyfpunt-Likert-skaal. Die waardes van die Likert-skaal was soos volg:

1. : stem beslis nie saam nie
2. : stem nie saam nie
3. : neutraal
4. : stem saam
5. : stem beslis saam

Die laaste paar vrae van die vraelys het bestaan uit die volgende oop vrae:

- Hoe sien jy die skrywer van die teks?
- Hoekom kan jy identifiseer/nie identifiseer met die skrywer van die teks nie?
- Hoekom sal jy van die skrywer hou/nie van die skrywer hou nie?

Die doel met die oop vrae was om die ondersoeker insae te gee in hoekom sekere stellings 'n bepaalde syferwaarde gegee is.

Vir die eksperimentele ondersoek is daar twee onafhanklike veranderlikes geselekteer:

1. Die eerste onafhanklike veranderlike was die taalvorm (met waardes sleng en Standaardengels) met taalgebruikooreenkoms as die afhanklike veranderlike (soos geëkspliseer in stelling 7). Die doel hiervan is om te bepaal watter invloed die tipe taalvorm het op die mate waarin die respondente kan identifiseer met die taalgebruik.
2. Die tweede onafhanklike veranderlike wat geselekteer is, was taalgebruikooreenkoms (met waardes ooreenkoms en nie-ooreenkoms). Die tersaaklike stelling wat beoordeel moes word op 'n vyfpuntskaal was:

Stelling 7 (S7):	Die taalgebruik in die teks stem ooreen met die soort Engels wat ek soms gebruik wanneer ek en my vriende/vriendinne (oor seks) praat.
---------------------	--

Die waardes 1-2 by bogenoemde stelling vorm dan 'n nie-ooreenkomssituasie, waarde 3 'n neutrale situasie, en waardes 4-5 'n taalgebruikooreenkomssituasie.

Stelling 7 (bogenoemde stelling) vorm die onafhanklike veranderlike waarteen die volgende afhanklike veranderlikes getoets word: die aantreklikheid van die bron, die geloofwaardigheid van die bron, die ouderdom van die bron en die skoolgaande status van die bron.

Die afhanklike veranderlikes sien dan soos volg uit in die vraelys:

(i) Die aantreklikheid van die bron: Die tersaaklike stellings:

Stelling 8 (S8):	Ek voel ek sal waarskynlik hou van die skrywer van die teks.
---------------------	--

Stelling 9 (S9):	Ek glo ek sal dit geniet om saam met die skrywer skool te gaan.
------------------	---

Bogenoemde twee stellings is geneem uit die Interpersoonlike skaal wat ontwerp is deur Byrne (1971) om die aantreklikheid van die bron te meet.

(ii) Die geloofwaardigheid van die bron:

Om die deskundigheid van die bron te toets, is die volgende stellings gebruik:

Stelling 10 (S10):	Die skrywer lyk my na 'n deskundige op die onderwerp.
Stelling 11 (S11):	Die skrywer lyk my het grootskaalse ondervinding van die onderwerp.
Stelling 12 (S12):	Die skrywer lyk my het 'n aansienlike kennis van die onderwerp.
Stelling 13 (S13):	Die skrywer lyk my gekwalifiseerd (bevoeg) om oor die onderwerp te praat.

Om die betroubaarheid van die bron te toets, is die volgende stellings gebruik:

Stelling 14 (S14):	Die skrywer lyk my betroubaar.
Stelling 15 (S15):	Die skrywer lyk my opreg.
Stelling 16 (S16):	Die skrywer lyk my eerlik.
Stelling 17 (S17):	Die skrywer lyk my neutraal te wees.

Dié stellings is geneem uit die skaal wat McCroskey (1966) ontwerp het om geloofwaardigheid te meet ("scales for the measurement of ethos").

(iii) Die ouderdom van die bron: Die tersaaklike stelling was:

Stelling 18 (S18):	Die skrywer lyk my dieselfde ouderdom te wees as wat ek is.
--------------------	---

(iv) Die skoolgaande status van die bron: Die tersaaklike stelling:

Stelling 19 (S19):	Die skrywer lyk my nog op skool te wees.
--------------------	--

Vir stellings 10-13 en 14-17 is 'n betroubaarheidsanalise gedoen om vas te stel of die verskillende items voldoende saamhang vertoon om een gemiddelde vir die verskillende skale te bereken. Vir stellings 10-13 blyk die betroubaarheid van die skaal nie voldoende te wees (Cronbach's $\alpha = 0.35$) om die vier stellings saam te voeg om 'n nuwe veranderlike te vorm nie. Vir die doeleindes van die bespreking word slegs stelling 10 gebruik om die deskundigheid van die skrywer te bepaal. Vir stellings 14-17 was die betroubaarheid van die skaal onvoldoende, met stelling 17 wat 'n negatiewe item opgelewer het. Vir

stellings 14-16 was die betroubaarheid van die skaal voldoende (Cronbach's $\alpha = 0.80$). Stellings 14-16 sal dan die betroubaarheid van die bron meet, terwyl die deskundigheid van die bron gemeet word slegs na aanleiding van stelling 10.

Daar is reeds daarop gewys dat dit belangrik is om vas te stel wat die geloofwaardigheidstatus van die bron is vir die teikengroep. As die aantreklikheid van die bron en brongeloofwaardigheid in konflik is met mekaar, gaan die oorredende invloed uit van brongeloofwaardigheid (en nie die aantreklikheid van die bron nie). Om hierdie rede is dit belangrik om brongeloofwaardigheid te meet, om vas te stel watter determinant oorreding sal beïnvloed.

Die doel met stellings 18-19 hierbo was om vas te stel of sleng gesien kan word as ouderdomsmerker.

7.2 Resultate

Vervolgens word die resultate verskaf van die volgende toetse wat uitgevoer is: die Chi- kwadraattoets, T-toets en variansieanalyse (ANOVA). Om die invloed van taalvorm (naamlik sleng en Standaardengels) te bepaal op taalgebruikooreenkoms (stelling 7 in die vraelys) is die Chi-kwadraattoets gebruik. Die resultate is soos volg:

Tabel 1: Invloed van taalvorm (sleng en Standaardengels) op taalgebruikooreenkoms

	Stem beslis nie saam nie	Stem nie saam nie	Neutraal	Stem saam	Stem beslis saam
Sleng (n = 33)	5 (7.58)	9 (13.64)	2 (3.03)	15 (22.73)	2 (3.03)
Standaardeng. (n = 33)	4 (6.06)	10 (15.15)	7 (10.61)	6 (9.09)	6 (9.09)

Chi-square (4) = 8.798, $p = 0.07$

Likelihood Ratio (4) = 9.183, $p = 0.06$

Uit die resultate blyk dit dat taalvorm (sleng en Standaardengels) geen beduidende effek het op taalgebruikooreenkoms nie. Hieruit blyk dit dat die subjekte nie identifiseer met die Engelse slengvorm in die loveLife-materiaal nie. Alhoewel taalvorm geen effek het op taalgebruikooreenkoms nie, is daar tog 'n neiging in die rigting van beduidenheid ($p = .07$). Daar kan 'n duidelike verskil tussen sleng en Standaardengels waargeneem word by die kategorieë "stem saam" en "stem beslis saam". As laasgenoemde twee kategorieë saamgevoeg word (wat die ooreenkomssituasie verteenwoordig), dan is dit persentasiegewys soos volg: slengteks: 25.27% en die Standaardengelse teks: 18.18%.

Die feit dat meer subjekte aangetoon het dat hulle met sleng kan identifiseer (25.27%) stem ooreen met die vroeëre aanname dat sleng 'n affektiewe waarde vergestalt, terwyl Standaardengels 'n meer afstandelike konstruk vir die subjekte is. Anders gestel: sommige van die subjekte voel dat die slengvorm hul "eie" is, terwyl die Standaardengelse vorm meer neutraal is; dis iets wat in die skool geleer, op TV gehoor en in boeke gelees word. Aansluitend hierby is ook die groot aantal subjekte wat nie 'n mening kon uitspreek (10.61%) oor Standaardengels as die taalvorm wat hulle tussen vriende gebruik nie.

As daar slegs na sleng gekyk word, word dit duidelik uit die resultate dat 'n rapsie meer as die helfte (51.51%) van die Afrikaanssprekende subjekte (by Steynville Sekondêr) oor 'n adekwate Engelse linguistiese repertoire beskik om te kan identifiseer met die Engelse slengvorm in die loveLife-materiaal. Maar die subjekte by die slengteks wat nie kon identifiseer met die slengvorm in die loveLife-tekste nie, is steeds hoog (42.42%). Dit impliseer dat bykans die helfte van die subjekte nie die Engelse slengvorm van loveLife as hul "eie" beskou nie. 'n Vergelykende studie met 'n Afrikaanse slengvorm sal hier sorg vir interessante data.

Om die invloed van taalgebruikooreenkoms (by die slengteks en die Standaardengelse tekste) op die verskillende afhanklike veranderlikes (dit is S8-S19, met die uitsondering van S17) te toets, is die t-toets en ANOVA-toets gebruik.

Tabel 2: Invloed van taalgebruikooreenkoms op verskillende dimensies (S8-19)

	Taalgebruik stem	
	Ooreen	Nie-ooreen
Hou van die skrywer (S8)		
Slengteks	4.06 (0.66)	3.29 (1.14)
Standaardengelse teks	4.33 (0.78)	3.86 (0.95)
Geniet om saam skool te gaan (S9)		
Slengteks	3.65 (0.86)	3.79 (0.98)
Standaardengelse teks	4 (0.95)	3.93 (0.83)
Deskundige op onderwerp (S10)		
Slengteks	3.82 (0.81)	3.64 (1.15)
Standaardengelse teks	3.67 (1.15)	3.71 (1.14)
Ondervinding van onderwerp (S11)		
Slengteks	4.29 (0.59)	3.86 (1.29)

Standaardengelse teks	4.42 (1)	4 (0.88)
Kennis van onderwerp (S12)		
Slengteks	4.41 (0.62)	3.86 (0.95)
Standaardengelse teks	4.25 (0.75)	4 (0.78)
Bevoegdheid rakende onderwerp (S13)		
Slengteks	4 (0.71)	4.07 (0.83)
Standaardengelse teks	4.17 (0.83)	4.21 (0.98)
Betroubaarheid van skrywer (S14-16)		
Slengteks	3.96 (0.61)	3.76 (1.02)
Standaardengelse teks	3.94 (0.63)	3.40 (0.73)
Skrywer dieselfde ouderdom (S18)		
Slengteks	2.47 (0.87)	2.07 (1.07)
Standaardengelse teks	2.17 (1.11)	2.5 (1.16)
Skrywer nog op skool (S19)		
Slengteks	2.82 (1.19)	2.21 (1.25)
Standaardengelse teks	2.42 (0.79)	3 (0.88)

Variansieanalise (ANOVA-toetse) het aangetoon dat daar 'n statisties beduidende verband is tussen die hoofeffek taalgebruikooreenkoms en die afhanklike veranderlike "hou van die skrywer" ($F(1,54) = 6.88, p < .05$). Vir die ander afhanklike veranderlikes was die hoofeffek taalgebruikooreenkoms nie statisties beduidend nie ($p's > .05$).

Uit die resultate van die ANOVA-toets (en t-toets) wil dit voorkom dat daar geen statisties beduidende interaksie tussen taalvorm en ouderdom is nie. Hipotese 1 word dus nie bevestig nie.

Hipotese 1:

Subjekte wat identifiseer met die slengvorm in die loveLife-teks sal die bron as portuur sien.

Subjekte in die ooreenkomsituasie by die slengteks sien nie die skrywer as dieselfde ouderdom nie en beskou nie die skrywer as hul portuur nie ($t(29) = 1.14, p = 0.26$). Aansluitend hierby is die feit dat taalgebruikooreenkoms by die

slengteks ook geen effek het op die mate waarin die subjekte die skrywer sien as iemand wat tans nog op skool is nie ($t(29) = 1.39, p = 0.18$). Dit blyk dat identifisering met die slengvorm nie tot gevolg het dat sleng as ouderdomsmerker gesien word nie. Die resultate is egter vreemd, want die vooronderstelling is dat subjekte wat aangedui het dat hulle slengvorm ooreenkom met die sleng in die teks, ook die skrywer as "een van hulle", dit wil sê as hul portuur, sou sien. Die invloed van sleng as ouderdomsmerker is hier minimaal.

'n Moontlike verklaring vir waarom subjekte in die ooreenkomssituasie nie sleng as ouderdomsmerker ervaar het nie, kan toegeskryf word aan die invloed van die inhoud/boodskap van die teks. Die argumente in die teks kon dalk die deurslaggewende faktor gewees het wat die subjekte oortuig het dat die skrywer hier iemand is met veel meer kennis en ervaring as hulle (sien bespreking verder aan). Daar is vroeër gemeld dat sleng tot gevolg kan hê dat lesers 'n perifere roete van inligtingverwerking volg. Vir vuisreëls om effektief te wees, beteken dit dat die leser 'n lae topiekbetrokkenheid moet hê by die teks.

Ongelukkig moes die subjekte in die eksperimentele ondersoek die teks lees (en herlees) en dit kon die leserbetrokkenheid by die saak onder bespreking verhoog het. Hoë leserbetrokkenheid het tot gevolg dat die sentrale roete van inligtingsverwerking oorweeg bo die perifere roete. Die eksperiment het ook nie bepaal watter roete gevolg is deur die subjekte nie: óf 'n perifere roete óf 'n sentrale roete. Die feit dat die subjekte meer as genoeg tyd gehad het om die teks te lees en te herlees, lei tot die slotsom dat die sentrale roete van inligtingsverwerking hier oorwegend was. 'n Deeglike evaluering van die argumente kan die effek van sleng neutraliseer (vgl. O'Keefe, 1990: 141-142).

Uit die oop vrae in die vraelys word dit duidelik dat die subjekte hulle evaluering van die skrywer gebaseer het op inligting in die teks. Dit word ook duidelik dat die skrywer gesien word as iemand wat 'n voorbeeld wil stel vir die jongmense, bewus is van die gevare van die lewe, baie ondervinding het, weet waarvan hy/sy praat, die kinders/jongmense reghelp, waarskuwings gee, raad het vir ander mense en oplossings het vir probleme.

Dit is duidelik uit bogenoemde bespreking dat die hipotese nie as verkeerd bewys is nie, want die ouderdomsvlak van die skrywer is gebaseer op merkers in die boodskapinhoud en nie op sleng nie.

Hipotese 2:

Identifisering met sleng (wat 'n irrelevante ooreenkoms is) sal lei tot persepsies van groter bronaantreklikheid.

Die ANOVA-toets bevestig die hipotese gedeeltelik: subjekte wat identifiseer met die skrywer is meer geneig om van die skrywer te hou ($F(1,54) = 6.88, p < .05$). Die ANOVA-toets het egter geen statisties beduidende interaksie gevind tussen taalvorm (spesifiek sleng) en taalgebruikooreenkoms nie. Daar

kan dus nie sonder meer aangevoer word dat die gebruik van sleng sal lei tot groter bronaantreklikheid nie.

Die gebrek aan interaksie tussen taalvorm en taalgebruikooreenkoms is op sigself interessant, en kan moontlik aan die ontoereikendheid van die meetinstrument toegeskryf word. By die Standaardengelse teks het verskeie van die subjekte by die oop vraag "Hoekom kan jy identifiseer/nie identifiseer met die taalgebruik in die teks" aangedui dat hulle kan identifiseer met die taalgebruik in die teks, want Engels is hulle tweede taal en hulle verstaan Engels. Nêrens was daar 'n verwysing dat dit is hoe hulle Engels praat met hulle vriende nie.

Hierteenoor was daar by die slengteks 'n spesifieke verwysing na "hoe die meeste van ons jongmense praat". Die ooreenkomssituasie by die Standaardengelse teks spruit meer uit die feit dat Engels die subjekte se tweede taal is en hulle dit verstaan. In teenstelling hiermee blyk die subjekte by die slengteks te identifiseer met die slengvorm omdat dit is hoe hulle soms praat as jongmense. Hieruit blyk dit dat die ooreenkomssituasie by die slengteks en Standaardengelse teks tog wel anders geïnterpreteer is deur die eksperimentele en kontrolegroep, alhoewel stelling 7 (die onafhanklike veranderlike) dit tog duidelik gestel het dat dit hier gaan oor 'n ooreenstemmende (Engelse) taalvorm wat gebruik word wanneer jy met jou vriende praat. Die subjekte by die slengteks wat die taalgebruik gesien het as ooreenstemmend met hoe hulle jongmense praat, kom die naaste aan die essensie van stelling 7 ('n ooreenstemmende taalvorm wat gebruik word tussen vriende). Die subjekte by die Standaardengelse teks wat identifiseer met Engels op grond van die feit dat dit hulle tweede taal is, hoort dan eerder tuis in die nieooreenkomssituasie. Die meetinstrument wat gebruik is om taalgebruikooreenkoms te meet, blyk ontoereikend te wees en sal beslis uitgebrei en verfyn moet word vir die verskillende kulturele groeperinge in Suid-Afrika.

Wat brongeloofwaardigheid betref, blyk daar ook geen statisties beduidende verband te wees tussen taalgebruikooreenkoms en die deskundigheid van die bron (gemeet na aanleiding van stelling 10) asook die betroubaarheid van die bron nie (stellings 14-16). Dit blyk bovermelde aanname te bevestig dat identifisering met sleng (of selfs Standaardengels), wat 'n irrelevante ooreenkoms is, nie persepsies van groter brongeloofwaardigheid tot gevolg het nie. Interessant is egter dat die ANOVA-toets 'n neiging na 'n moontlike verband tussen die hoofeffek taalgebruikooreenkoms en die afhanklike veranderlike bronbetroubaarheid aandui ($F(1,54) = 3.28, p = .08$). Subjekte in die ooreenkomssituasie neig om die skrywer as betroubaar te sien. Hierdie neiging na bronbetroubaarheid is egter nie vreemd nie, want O'Keefe (1990: 151) wys op die verband tussen die aantreklikheid van die bron en die betroubaarheid van die bron. Hy konstateer dat "certain sorts of similarities can influence the receiver's liking for the communicator, and enhanced liking for the communicator is commonly accompanied by enhanced judgements of the communicator's trustworthiness". (Hierbo is geargumenteer dat bronaantreklikheid ook die gevolg was van taalgebruikooreenkoms.) Die gebrek aan interaksie tussen taalvorm en taalgebruikooreenkoms val ook hier

op en bevestig weer eens die ontoereikendheid van die meetinstrument.

8. Samevatting

'n Literatuurstudie van die oorredende invloed van bron-ontvangerooreenkomste (spesifiek dié wat te make het met taalstylooreenkomste) het aan die lig gebring dat die meeste van die relevante literatuur hieroor betreklik oud is.

Daar blyk 'n duidelike gebrek te wees aan resente literatuur oor taalstylooreenkomste en die invloed daarvan op oorreding. Die rede hiervoor kan moontlik gevind word in die opkoms van die sosiolinguistiek wat veral gedurende die tagtigerjare 'n bloeitydperk beleef het. Gedurende hierdie tydperk was daar 'n duidelike verskuiwing na die studie van taal binne sy sosiale konteks.

Die eksperimentele ondersoek het ook verskeie probleme aan die lig gebring. Eerstens is die meetinstrument wat gebruik is om taalgebruikooreenkoms te meet, ontoereikend. Dit het duidelik geword dat van die subjekte stelling 7 (wat taalgebruikooreenkoms moes meet) by tye verskillend geïnterpreteer het. Hierdie meetinstrument sal met verdere eksperimentele ondersoek verfyn moet word, en daar sal vasgestel moet word hoe dit aangepas moet word vir die verskillende kulturele groeperinge in Suid-Afrika. Tweedens het dit duidelik geword dat daar maniere ontwikkel sal moet word om die perifere (die vormlike) en sentrale (inhoudelike) roete van inligtingsverwerking in die oorredingsproses te determineer en te manipuleer. Dit is bykans onmoontlik om vorm en inhoud van mekaar te skei, maar daar sal in die ondersoek vasgestel moet word wat die boodskapbetrokkenheid van die subjekte is: 'n lae boodskapbetrokkenheid lei gewoonlik tot 'n perifere roete wat gevolg word. Een manier om perifere merkers soos sleng te manipuleer, is om 'n vergelykende studie te doen tussen 'n gesproke slengvorm en 'n geskrewe slengvorm.

Die veronderstelling is dan dat subjekte wat na die gesproke variant (wat net een keer gehoor word) luister, meer geneig sal wees om hulle te verlaat op perifere merkers, soos die slengvorm of aksentooreenkomste. Derdens moet daar ook vasgestel word of sleng bydra om die leser se aandag te trek: mense wat aangetrek word deur sleng is dalk meer geneig om die argumente af te weeg. Laastens moet daar ook onderskei word tussen die werklike leser en die leser wat hom-/haarself sien in die rol wat die outeur geskep het vir die leser (=leserspersona). (Vir 'n bespreking van die konsepte outeurspersona en leserspersona vergelyk Steehouder & Coney, 2000.) Daar sal in verdere ondersoek vasgestel moet word of die subjekte werklik die slengvorm besig soos in die teks vergestalt, en of hulle identifiseer met die slengvorm omdat hulle hul verbeel dat dit is soos hulle praat.

Die belangrikste insig wat voortgespruit het uit die eksperimentele ondersoek, is die manipulerings van die perifere (met sleng as merker) en die sentrale roete. Vir resultate om sinvol en beduidend te wees, sal daar 'n meetinstrument ontwikkel moet word wat perifere en sentrale merkers duideliker kan manipuleer.

Departement Afrikaans en Algemene Literatuurwetenskap, UNISA

Bibliografie

Airhihenbuwa, C.O. 1995. *Health and culture: beyond the Western paradigm*. Thousand Oaks, Calif: Sage.

Alpert, M.I. & W.T. Anderson. 1973. Optimal heterophily and communication effectiveness: some empirical findings. *The Journal of Communication* 23: 328- 343.

Berscheid, E. 1966. Opinion change and communicator-communicatee similarity and dissimilarity. *Journal of Personality and Social Psychology* 4: 670-680.

Brock, T.C. 1965. Communicator-recipient similarity and decision change. *Journal of Personality and Social Psychology* 1(6): 650-654.

Burnstein, E., E. Stotland & A. Zander. 1961. Similarity to a model and selfevaluation. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 62(2): 257-264.

Byrne, D. 1971. *The attraction paradigm*. New York, London: Academic Press.

Byrne, D. & W. Griffit. 1966. A developmental investigation of the law of attraction. *Journal of Personality and Social Psychology* 4(6): 699-702.

Byrne, D. & D. Nelson. 1965. Attraction as a linear function of proportion of positive reinforcements. *Journal of Personality and Social Psychology* 1(6): 659-663.

Byrne, D. & R. Rhamey. 1965. Magnitude of positive and negative reinforcements as a determinant of attraction. *Journal of Personality and Social Psychology* 2(6): 884-889.

Campbell, C. & M. Zodwa. 2001. Grassroots participation, peer education, and HIV prevention by sex workers in South Africa. *American Journal of Public Health* 91(12): 1978-1990.

Delia, J.G. 1972. Dialects and the effects of stereotypes on interpersonal attraction and cognitive processes in impression formation. *Quarterly Journal of Speech* 58: 285-297.

Delia, J.G. 1975. Regional dialect, message acceptance, and perceptions of the speaker. *Central States Speech Journal* 26: 188-194.

Galperin, L.R. 1971. *Stylistics*. Moscow: Higher school publishing house.

Giles, H. 1973. Accent mobility: A model and some data. *Anthropological Linguistics* 15: 87-105.

Giles, H., A. Mulac, J.J. Bradac & P. Johnson. 1987. Speech accommodation theory: The first decade and beyond. In: McLaughlin M.L. (red.). *Communication Yearbook* 10. Newbury Park, Beverly Hills, London, New Delhi: Sage.

Giles, H. & R.N. St. Clair (reds.). 1982. *Recent advances in language, communication and social psychology*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

Harmon, R.R. 1979. *Source credibility and persuasion: A situational approach*. London, Ann Arbor: University Microfilms International.

Harrison, A., J.A. Smit & L. Myer. 2000. Prevention of HIV/AIDS in South Africa: a review of behaviour change interventions, evidence and options for the future. *South African Journal of Science* 96(6): 285-291.

Hass, R.G. 1981. Effects of source characteristics on cognitive responses and persuasion. In: Petty, R.E., Ostrom, T.M. & Brock, T.C. (reds.). *Cognitive responses in persuasion*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 141-172.

Helfrich, H. 1979. Age markers in speech. In Scherer, K.R. & Giles, H. (reds.). *Social markers in speech*. Cambridge, London, New York, Melbourne: Cambridge University Press, 63-107.

Hewett, N. 1971. Reactions of prospective English teachers toward speakers of a nonstandard dialect. *Language Learning* 21: 205-212.

Hoeken, H. 1998. *Het ontwerp van overtuigende teksten. Wat onderzoek leert over de opzet van effectieve reclame en voorlichting*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

Hudson, R.A. 1980. *Sociolinguistics*. Cambridge, London, New York: Cambridge University Press.

Klopper, R.M. 1983. *Kaapse Afrikaans. Ongepubliseerde D.Litt.-proefskrif*, Universiteit van Stellenbosch.

LaBarbera, P. & J. Maclachlan. 1979. Time compressed speech in radio advertising. *Journal of Marketing* 43: 30-36.

- Labov, W. 1972. *Sociolinguistic patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Leavitt, C. & K. Kaigler-Evans. 1975. Mere similarity versus information processing: an exploration of source and message interaction. *Communication Research* 2(3): 300-306.
- loveLife. 2000. *Hot prospects, cold facts. Portrait of young South Africa*. loveLife: Johannesburg.
- Mathews, C., L. Kuhn, C.A. Metcalf, G. Joubert & N.A. Cameron. 1990. Knowledge, attitudes and beliefs about AIDS in township school students in Cape Town. *South African Medical Journal* 78: 511-516.
- McCroskey, J.C. 1966. Scales for the measurement of ethos. *Speech Monographs* 33: 65-72.
- McCue, M. & L.A. Afifi. 1996. Using peer helpers for tuberculosis prevention. *Journal of American College Health* 44(4): 173-181.
- McLaughlin M.L. (red.). 1987. *Communication Yearbook 10*. Newbury Park, Beverly Hills, London, New Delhi: Sage.
- Miller, N., G. Maruyama, R.J. Beaber & K. Valone. 1976. Speech of speech and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology* 34: 615-624.
- Mills, J. & C.E. Kimble. 1973. Opinion change as a function of perceived similarity of the communicator and subjectivity of the issue. *Bulletin of the Psychonomic Society* 2: 35-36.
- Naremore, R.C. 1971. Teachers' judgements of children's speech: A factor analytic study of attitudes. *Speech monographs* 38: 17-27.
- O'Keefe, D.J. 1990. *Persuasion: Theory and research*. Vol. 2. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.
- Orme, J. & F. Starkey. 1999. Peer drug education: the way forward? *Health Education* 1: 8-16.
- Partridge, E. 1970. *Slang to-day and yesterday*. Fourth edition. London: Routledge & Kegan Paul.
- Perloff, R.M. 1993. *The dynamics of persuasion*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Petty, R.E & J.T. Cacioppo. 1986. The elaboration likelihood model of persuasion. In: Berkowitz L. (red.). *Advances in experimental social psychology*. Vol 19. New York: Academic Press, 123-205.

- Petty, R.E., T.M. Ostrom & T.C. Brock. (reds.). 1981. Cognitive responses in persuasion. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Robinson, M. 1991. An investigation into pupil's knowledge of and attitudes towards AIDS: A survey of four private schools. Unpublished MA dissertation, Rhodes University.
- Ryan, E.B. & H. Giles (reds.). 1982. Attitudes towards language variation: Social and applied contexts. London: Edward Arnold.
- Scherer, K.R. & H. Giles (reds.). 1979. Social markers in speech. Cambridge, London, New York, Melbourne: Cambridge University Press.
- Sebastian, R.J. & E.B. Ryan. 1985. Speech cues and social markers: Markers of ethnicity, social class and age. In: Giles, H. & St. Clair, R.N. (Eds.) Recent advances in language, communication and social psychology. London: Lawrence Erlbaum Associates, 112-143.
- Simons, H.W., N.N. Berkowitz & J. Moyer. 1970. Similarity, credibility, and attitude change: a review and theory. *Psychological Bulletin* 73(1): 1-14.
- Steehouder, M. & M.B. Coney. 2000. Role playing on the web: guidelines for designing and evaluating personas online. *Technical Communication* 47(3): 327- 341.
- Street, R.L. Jr. & R.M. Brady. 1982. Speech rate acceptance ranges as a function of evaluative domain, listener speech rate, and communication context. *Communication Monographs* 49: 290-308.
- Street, R.L. Jr., R.M. Brady & W.B. Putman. 1983. The influence of speech rate stereotypes and rate similarity on listeners' evaluation of speakers. *Journal of Language and Social Psychology* 2: 37-56.
- Street, R.L. & R. Hopper. 1982. A model of speech style evaluation. In: Ryan, E.B. & Giles, H. (reds.). Attitudes towards language variation: Social and applied contexts. London: Edward Arnold, 175-188.
- Swartz, T.A. 1984. Relationship between source expertise and source similarity in an advertising context. *Journal of Advertising* 13(2): 49-55.
- Triandis, H.C., W.D. Loh & L.A. Levin. 1966. Race, status, quality of spoken English, and opinions about civil rights as determinants of interpersonal attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology* 3: 468-472.
- UNAIDS. 1999. Peer education and HIV/AIDS: Concepts, uses and challenges. Joint United Nations Programme on HIV/AIDS.
- Wagner, W. 1984. Social comparisons of opinions: Similarity, ability and the value-fact distinction. *Journal of Psychology* 117: 197-202.

Wolf, R.C., L.A. Tawfik & K.C. Bond. 2000. Peer promotion programs and social networks in Ghana: methods for monitoring and evaluating AIDS prevention and reproductive health programs among adolescents and young adults. *Journal of Health Communication* 5: 61-80.

Bylae A: Slengteks (Uit: thethaNathi, 2002-06-04)

Getting around

Okay, here's a thought: why have one guy or gal when you can have many?

Some of us lurv to score. We mean having sex with a hot new babe or guy every night, or trying to be a bigger playa than the rest of the crowd.

It's about quantity, right? WRONG. The days of the playa are over. These games could land us in a pit of problems and, hey, one love is better than being the village bicycle.

Come on! You don't need to be told how un-cool sleeping around is. You're sussed and you know where you are headed. Hey, you know that it will not only probably kill you as your chance of catching HIV/AIDS skyrockets, but that your chance of catching other nasty STIs increases too. After all, the more time you expose yourself to a danger, the more chance it's gonna hurt you-right?

Bylae B: Standaardengelse teks

Sleeping around

Here is a thought: why have one partner when you can have many?

Some of us love to sleep around. We mean having sex with a new partner every night, or trying to have more partners than the rest of the crowd.

Is it about quantity? NO. The days of having different partners are over. These games could lead to several problems. Being with one partner is better than being with different partners.

Come on! You do not need to be told about the bad image you get from sleeping around. You know where it is going to lead to. You know that it will not only probably kill you as your chance of getting HIV/AIDS increases enormously, but that your chance of getting other terrible STIs increases too. After all, the more time you expose yourself to a danger, the more likely you will get hurt.

[\(1\)](#) My opregte dank word hiermee uitgespreek aan die volgende persone by Steynville Sekondêr (in Piketberg) wat die ondersoek moontlik gemaak het: die

skoolhoof, mnr. A.J.J. Kamfer, en mnre. F.D. Saal, L.A. Smith, F.A. Kyster en C.C. Julies. 'n Spesiale woord van dank aan die graad 10-leerders vir hul opoffering om die vraelyste so opreg as moontlik in te vul. Dank word ook uitgespreek aan mnr. Hennie Gerber (by Navorsingsondersteuning, Rekenaardienste, Unisa) vir sy moeite en opoffering met die statistiese verwerking van die data en sy bereidwilligheid om altyd van hulp te wees.)

[Elektroniese weergawes
van T.N&A](#)

[Kontaknommers](#)

[Algemeen](#)

[Riglyne vir
outeurs](#)

[Bo](#)

Tydskrif vir Nederlands &
Afrikaans

10de Jaargang, Nommer 1. Junie
2003

How effective is the Department of Health's leaflet on Counselling for low literate South Africans?

- Adelia Carstens & Maritha Snyman -

Abstract

Comprehension of what is communicated in a text can be tested to check a text's effectiveness. In most text types, including persuasive texts, comprehension is the prerequisite for successful information processing. In this contribution the effectiveness of the South African National Department of Health's multilingual leaflet on HIV/AIDS Counselling is evaluated. The questions posed were about whether low-literate South Africans could comprehend and remember the message in the leaflet. Structured interviews were used to research these possibilities when low-literate African language speakers had read them. It was found that the majority of the respondents was not able to recall the main points of the message, or to formulate the content of key paragraphs in their own words. Despite possible inherent errors in the research design, our conclusion was that the leaflet is not effective in conveying its message among low-literate South Africans. The confusing outer structure of the leaflet and prior knowledge based on cultural understanding of the topic might have caused a cognitive overload for the readers and made the message incomprehensible to them. On the basis of our findings we designed a checklist which translates comprehensibility and memorability into textual characteristics which are measurable. This instrument can be of assistance to document designers who have to evaluate such characteristics in materials for low-literates.

1. Introduction

In general, in health awareness campaigns and health interventions designed for people in so-called "development contexts", to determine whether the message being delivered is effective or not, the question is whether people comprehend it. Comprehension, which includes paying attention, understanding and remembering the message, and being motivated to change behaviour which may pose an individual or a societal risk, is at the core of all information-processing (McGuire, 1972: 116; Hoeken, 1995: 4; Mody, 1991: 187; Doak et al., 1996: 169; Schaalma et al., 2001: 83).

The aim of the study was to determine the communicative effectiveness, with special emphasis on comprehensibility, of a particular mass media message. The text was the South African National Department of Health's (henceforth DOH) leaflet on HIV/AIDS Counselling. The reason for focussing on this leaflet was our discovery of the discrepancy between our own findings during a focus-group discussion of this leaflet at a community centre in Pretoria during 2001, and the general

findings of the Aids Action Office (henceforth AAO) which is the primary provider of products and services of the HIV/AIDS and STD Directorate of the national DOH. The AAO's findings on the quality of the DOH's brochures dealing with aspects of HIV/AIDS contrasted profoundly with ours.

During our focus-group interaction with low-literate patients randomly selected at a community centre near Pretoria, none of the participants was able to summarize the key ideas of the brochure after being given sufficient time to read through the leaflet. Neither was anyone able to give the meaning of certain important paragraphs adequately in their own words. Our preliminary findings were very different to the AAO's findings, namely that all eleven DOH brochures were written in an easily understandable way; explained things well and helped as stand-alone information resources (Hurt, 2000: 18-19).

To shed some light on the problem of comprehension of the DOH's brochure on HIV/AIDS Counselling, a research project of restricted scope was undertaken with the assistance of postgraduate students in Development Communication at the University of Pretoria. This article reports on the research project in the following way: First there is an outline of the role of the DOH in planning interventions to curb the spreading of HIV/AIDS – with special emphasis on the measures put in place to ensure effectiveness of the measures. This is followed by an overview of criteria for effective evaluation, a description of the research project, a summary of the results, and a proposed set of heuristics for designing or evaluating the content of health awareness materials aimed at low-literates.

2. The HIV/AIDS crisis in South Africa and the national government's response

2.1 Epidemiological facts

HIV/AIDS is currently among the top ten causes of death worldwide and may soon move into the top five. There is still no vaccine against HIV and, although antiretroviral medicines are improving, there is no cure for the disease.

South Africa is one of the countries with the highest infection rates in the world. It is estimated that more than 50 000 South Africans are infected each month. The most recent epidemiological study by the South African Medical Research Council (September 2001) indicates, for example, that 4,2 million South Africans (19,9% of adults) are currently infected with HIV, making South Africa the country with the most people living with HIV (Varga, 1999; DOH, 1998; 2001; LoveLife, 2001).

2.2 Intervention programmes

In 1992 the National AIDS Co-ordinating Committee of South Africa (NACOSA) was launched with a mandate to develop a national strategy on HIV/AIDS to curb the spread of the disease. The goals outlined in the committee's plans were to prevent HIV transmission; reduce the personal and social impact of HIV infection; and to mobilize and unify resources. In 1997 the South African National STD & HIV/AIDS Review was conducted in line with the goals outlined in the NACOSA plan.

Subsequent to the publication of the Review, some of the recommendations have been addressed, for example, the development of an HIV/AIDS policy by the Department of Education for learners and educators; the establishment of the South African AIDS Vaccine Initiative in 1998; the establishment of the South African National AIDS Council; and the development of a Strategic Plan initiated by the Minister of Health in 1999 to guide the country's response to the epidemic (DOH, 2000: 1-6).

One of the most important initiatives in communication which flowed from the NACOSA plan was the Beyond Awareness

Campaign. This campaign ran from 1997 to October 2000, and focused on advertising, materials development, training and research. One of the overt objectives of the Campaign was to "develop and distribute communications resources that can support action around HIV/AIDS" (Hurt, 2000: 1; DOH, 2001).

Out of research conducted during the first phase of the Beyond Awareness Campaign the AAO grew a service which included provision of a wide range of key materials to organisations and individuals throughout South Africa. These materials included posters, calendars, booklets, leaflets, stickers, flipcharts and utilities.

Although money was spent on all of these materials, the bulk of the small media budget was spent on leaflets. This is illustrated graphically in chart 1 below:

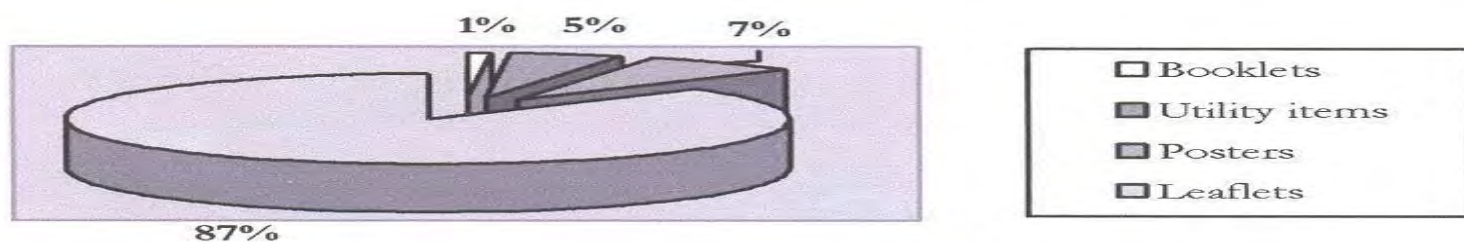


Chart 1: Intervention materials by the DOH distributed from January to December 1999 (Total: 12,03 million items):

R1 500 000 alone was spent on printing a set of 11 multilingual public information leaflets dealing with a range of key topics during the period November 1998 – October 1999 (Hurt, 2000: 13; DOH, 2000: 13), including Key points about HIV/AIDS; Male condoms; Female condoms; HIV/AIDS and relationships; HIV/AIDS and the workplace; HIV/AIDS and STDs; HIV/AIDS and rights; HIV/AIDS Counselling; HIV/AIDS and TB; Living with HIV/AIDS; Caring for people with HIV/AIDS (DOH, 2000: 14).

Since 1999 print runs have been supplemented by the Government Printer and funded by the HIV/AIDS Directorate (Hurt, 2000: 14). The exact amount spent on additional print runs is, however, not known.

2.3 Evaluation research by the AAO

One of the overt objectives of the Beyond Awareness Campaign was to "conduct research related to communications and evaluation of various aspects of the campaign" (Hurt, 2000: 1). For this purpose interviews were conducted with twenty-seven "users" of the AAO. Selection was based on a review of the distribution database for the period January to December 1999. Respondents were selected specifically to include "regular users, once-off bulk users and organisations which had ordered a wide range of materials" (Hurt, 2000: 7). The users included media co-ordinators or liaison officers of provincial departments of health, hospitals, district health services, professional health bodies, local AIDS centres and NGOs. According to Hurt, "There was great appreciation for the range of materials available through the Beyond Awareness Campaign"; and, "Respondents who worked with a range of audiences specifically said that there were materials that met a wide range of needs" (2000: 17).

According to the text evaluation specialists De Jong & Schellens, (1995: 77) "target group experts" (such as the clients of the AAO) are valuable resources in the design of messages. Since they work with the effects of texts these experts may be aware of the inadequacies of a text, particularly of its comprehensibility and comprehensiveness (De Jong & Schellens, 1995: 77).

However, text evaluation by target group experts cannot substitute evaluation by the target audience itself. The importance of feedback from target audiences is a consideration that cannot be ignored, also because of the increasing shift towards participatory communication in health interventions (Bordenave, 1994; Servaes, 1999; Khadka, 2000). Dagron sums it up

well, thus, "The main elements that characterize participatory communication are related to its capacity to involve the human subjects of social change in the process of communicating" (Dagron, 2001: 33). This approach suggests that end-users should, at least, be included in the pre-testing and evaluation phases of message design (Mody, 1991). A research process which does not include end-users in any phase of its unfolding must have questionable limitations.

A particular problem with the data provided by the "user" interviews of the AAO is that they lack specificity with regard to scope (To which leaflets does a particular comment apply?) and generalizability (How many respondents made a particular comment Among the responses were the following (compare Hurt, 2000: 18-19). The leaflets:

- catered for different language groups;
- catered for various audiences;
- covered the range of issues which people currently face;
- provided basic, valuable information, which answered people's most basic questions;
- promoted good messages, assisted people in getting the facts right, and in clarifying myths;
- promoted awareness, and helped people face realities of HIV/AIDS;
- supported people who were HIV positive;
- explained things well;
- helped people deal with their fears, and helped them know what to do;
- helped people negotiate and cope in whatever environment they were in;
- provided support as supplementary materials in HIV/AIDS programmes and activities, for example in workshops, training, school curriculum, and counselling;
- helped as stand-alone information resources when, for example, prisoners or students did not want to discuss the issues with warders, teachers or parents;
- prompted people to ask more questions;
- were written in an easily understandable way;
- showed the government supports the struggles around HIV/AIDS; and
- could be used to help build organisations.

The research method of interviewing only intermediaries, rather than the targeted group, is the probable cause of the generalising tone of the reported responses. A document designer who wishes to focus documents on users as opposed to some other principle, and is committed to user-centred revision, would ask questions like the following:

- Which comments refer to which leaflets/sections of leaflets/characteristics of one or more leaflets?
- How many respondents made similar comments?
- Has the literacy level of end-users been given any consideration?

No microtextual information is provided by the feedback which could assist researchers and document designers to learn from their mistakes and tailor messages for specific audiences. One of the necessary tools in testing effectiveness of communication must surely be the possibility of revising documents to make them comprehensible. It would seem that the research from the AAO on the effectiveness of a leaflet was not aimed at eliciting whether it was a successful communication or not, but rather at establishing what people thought generally about its existence, and to satisfy the procedures of the AAO's mandate. A responsible stance for government to take, would be to commission independent research into the effectiveness of the awareness documents it distributes, both during the formative stages and by way of summative evaluation (research on the effect of the communications).

3. Goal-centred evaluation

Few African countries boast HIV/AIDS communication programmes of the sophistication and scope comparable to that of the Beyond Awareness Campaign. One does not need to look any further than the HIV/AIDS and STD Directorate of the DOH's comprehensive manual on communications, entitled *Communicating beyond AIDS awareness* (Parker, Dalrymple & Durden, 1998). However, not all the ideals formulated in this document have been fully realised. Although one of the overt aims of the communication plan was to evaluate materials during production; involving experts, intermediaries (health workers) and end-users (Parker, Dalrymple & Durden, 1998: 38, 44), no evidence could be found for the involvement of authentic end-users in either pretesting or conducting evaluation research. One of the possible reasons for this omission could have been the lack of clear evaluation goals.

Important reasons for evaluation are accountability, learning for the future, theory-building and ethical considerations. According to Dijker et al. (2001: 134) the decision to evaluate an intervention, and what type of evaluation would be appropriate, depends on the reason for evaluation. The reasons for evaluation in the case of the brochure under discussion could be categorized as follows:

- **Accountability**

is the most obvious reason for evaluation in the context of health promotion. Health promotion interventions require substantial financial and human resources and evaluation research tells the commissioning organization whether these resources have been utilized wisely, effectively and efficiently.

- **Learning for the future**

may be regarded as extended accountability. From evaluation one can learn what is effective and what not, and how to make interventions more effective.

- **Scientific evaluation**

or theory-building is necessary to develop the fairly young discipline of health promotion further. Through scientific evaluation the descriptive, predictive and explicative adequacy of theories and models can be tested and refined (cf. Meertens et al., 2001; Schaalma et al., 2001: 89).

- **Ethical considerations**

can drive evaluation. Health promotion interventions are often intended to influence people's behaviour. Evaluation research may indicate whether interventions have undesirable ethical consequences.

In our opinion two important reasons for the evaluation of the DOH's small media materials are accountability and learning for the future. The focus on accountability is merited by the South African Government's relatively high expenditure on public awareness leaflets. The emphasis on learning for the future is evident: The HIV infection rate in the country is still on the increase. Awareness programmes and intervention materials might still be considered ineffective, besides the other possible reasons which exist for the increase. Research on usability can make a contribution towards increasing the effectiveness of awareness programmes and materials, provided that specific userproblems are identified and addressed in an appropriate way.

4. The research design

4.1 Materials

The leaflet selected for the research was the one on HIV/AIDS Counselling. The particular version tested included text in four languages, namely English, Afrikaans, IsiZulu and Sesotho. The format is that of a double-sided, three-fold brochure (eight columns in total), comprising text and illustrations (coloured line drawings). Coloured backgrounds (pale blue, green and ochre) separate the languages and facilitate rapid access. Bright pink dividing lines separate five headless content sections. The textual content of the five sections may be summarized as follows:

- a general introduction on AIDS;
- a brief description of the emotional and decision-making problems of an AIDS patient;
- a brief description of the role counsellors may play in alleviating the emotional burden of such patients, and their facilitating role in decisionmaking processes;
- a plea to all readers who intend taking an HIV test, to seek counselling before and after the test;
- a list of the organisations that offer counselling services; and
- a summary of the ethical code to which a counsellor should adhere. (The Afrikaans and English texts are included as Addendum A).

Each column carries one illustration: The cover fold bears a picture of two seated ladies conversing in a neatly furnished room. The second fold depicts three people, two of whom have a perplexed look on their faces, and face a third woman. On the third fold a sign reading COUNSELLING CENTRE, with an arrow pointing to the right, is depicted on a red brick wall. On the fourth fold the user sees a woman approaching a building from which two other people are emerging. The fifth fold shows two people sitting in chairs and facing each other. The woman holds a file while she is talking to the man in the other chair. This is followed by a picture of the counsellor standing at the door of the consulting room displaying a sign, PRIVATE on the door (sixth fold), seemingly inviting a client in. Since the text on the conduct of a counsellor is continued on the next page no additional pictures occur on the seventh fold. The eighth and last fold shows two people, a man and a woman, talking over the telephone.

In addition to the reasons we gave for the preliminary observations on the comprehensibility of the brochure on HIV/AIDS Counselling, there were other arguments for selecting the particular brochure. They were:

- a) The topic of counselling is relevant for all individuals who do not know their HIV status.
- b) The AAO's interviewees singled out the leaflet on HIV/AIDS Counselling as one of the most useful leaflets (cf. Hurt, 2000: 18).
- c) The topic of counselling is less sensitive to deal with than e.g. condoms or STDs.
- d) Lay people would probably not know all the facts about the counselling procedure, and would probably not be able to answer questions on the content of the leaflet on the basis of general knowledge.

4.2 Research hypothesis and research goals

Based on the focus-group study from which this research originated we formulated a hypothesis that the DOH's leaflet on HIV/AIDS Counselling was not sufficiently comprehensible for regular visitors to state health facilities.

Our hypothesis about the comprehensibility of the document is supported by statistics about literacy and reading proficiency in South Africa:

- According to Census '96 figures released by Statistics South Africa, there are 23 699 930 adults between the ages of 16 and 65 in South Africa. Of these, 3 283 290 have not accessed any schooling and 9 439 244 have not completed Grade 9. Thus, 12 722 534 (54%) of the total adult population has not completed a general level of education (e-mail communication with Project Literacy).
- Statistics on the number of functionally illiterate adults vary quite significantly. Aitchison (1999) supplies a figure of 7,4 million (18,5% of the adult population), whereas the SA Institute of Race Relations (2000: 107- 133) gives a figure of 46%.

Against the background of statistics on the reading proficiency at school level, an adult illiteracy figure close to 50% does not seem to be too far-fetched. A largescale survey conducted in 1996 (1 898 former DET learners in 20 rural schools in the Western Cape, the Eastern Cape, KwaZulu/Natal, the Free State, the Northern Cape and Gauteng) undertaken for READ indicated that:

- only 33,6% of the grade 5 learners were found to possess "average" reading skills, with 38,5% of the grade 6 learners and 45,5% of the grade 7 learners; and
- only 7,5% of the grade 5 learners were found to possess "average" writing skills, with 12,6% of the grade 6 learners, and 19,3% of the grade 7 learners (Le Roux & Schollar, 1996: 12-13).

Although not empirically uncontested, these statistics nevertheless suggest a disturbing picture of the reading proficiency of the average visitor to state health facilities.

Further support for the hypothesis about the difficulty level of the text was found in the readability score of the leaflet. According to a computerized version of the Flesch Reading Ease test, the readability of the English text was found to be just below 60 (60 is the level of Plain English). This level corresponds to a Flesch-Kincaid Grade Level of 9,2. (Microsoft Word 2000).

Although the languages other than English represented in the leaflets could not be subjected to measurement (no readability indexes exist as yet for mother tongue languages other than English), it was assumed that their level of readability would be similar to or more difficult than the English text. This assumption is based on the fact that other language versions are usually translations of an original English or Afrikaans text (Parker, Dalrymple & Durden, 1998: 36). Moreover, the majority of South African languages emerges from an oral rather than a written tradition, and as a result tends to be fairly cumbersome to read (Parker, Dalrymple & Durden, 1998: 36).

Our main research goal was to establish, through individual interviews with authentic users, whether the leaflet on HIV/AIDS Counselling posed significant comprehension problems for the average patient visiting state health facilities, and whether this brochure – as a stand-alone, and not merely a reinforcement tool - was reaching its intended communicative goal. At that stage we did not intend to find answers to the causes of comprehension problems, as that would require additional and more sophisticated research methods, e.g. designing alternative versions of the text and requiring a motivated choice (cf. De Jong & Schellens, 1997: 424 on the motivated choice technique).

< Evaluation >

The evaluation instrument used for the research was structured, open-ended individual interviews. As already stated, our research focused mainly on comprehensibility. However, we decided to verify three additional user-focused dimensions, namely attention, appreciation and persuasiveness because of their overall importance in the process of information-processing, and their close links with comprehension. Support for focusing on these four dimensions was found in the

Following sources:

1. McGuire's Information Processing Paradigm (1972: 116) distinguishes attention, comprehension and yielding (= persuasiveness) as the three most important phases of the process of persuasion.
2. Wogalter, Dejoy & Laughery's C-HIP model on instructional communication (1999: 17) lists attention, comprehension, attitudes and beliefs, motivation and behaviour as the stages of their model for information processing.
3. Doak et al. (1996: 169) regard attraction, comprehension, self-efficacy, (cultural) acceptability and persuasion as the main elements of medical information aimed at low-literate patients.

The above-mentioned four response steps were considered to be included in the questions we devised. The order of the questions has been changed slightly to fit under the rubrics we present below:

Questions on attention:

- Did you feel like reading this leaflet? If yes, what in this leaflet makes you want to read it?
- If you saw this leaflet on a rack in a guidance counsellor's office, would you pick it up and take it home? Why/why not?

Questions on appreciation and interest

- Do you like the way this leaflet looks? Why?
- What do you think of the pictures?

Questions on comprehension and memory:

- What is the main idea expressed in the leaflet?
- What are the most important points of the leaflet?

Questions on persuasiveness:

- Does the leaflet change your mind about anything? If yes, about what?
- The second question under the heading "Attention", namely "Would you take this leaflet home and show it to your friends?", may also have measured persuasiveness to a certain extent since a decision to take the document home and show it to family and friends could indicate an acceptance of the message and a conviction that it may be helpful to others.

1.4 Participants

Twenty-seven visitors of health clinics in previously disadvantaged areas in the Gauteng and Limpopo provinces were approached. All the respondents came from lower income groups, with literacy levels ranging between Grade 5 and Grade 10, and ages between 27 and 45. Eighteen respondents were female and 8 male.

The field-work was conducted by students registered for the Masters course in Development Communication at the University of Pretoria during 2001 and 2002. The second author was the course leader and authorized the research.

1.5 Application of the instrument

The subjects were recruited while awaiting consultation at various clinics. Each respondent was provided with a copy of the leaflet, and sufficient time was allocated to read through the document. The leaflet was then closed, upon which a structured

interview was conducted (a retrospective method of usability research). All interviews were conducted in the mother tongue (Sepedi or IsiZulu). Responses were recorded on interview schedules in real time, and subsequently translated into English (for comprehension purposes).

5. Results

5.1 Attention

Attention entails selecting parts from all available sensory information for further mental processing (Pettersson, 2001: 115). It is the control mechanism which determines which stimuli will be noticed and which will be ignored.

According to Crompton (1997: 57) the average person sees roughly between 1 000 and 1 500 different promotional (= persuasive) messages per day. Rural South Africans may be confronted with fewer messages; yet the question remains which of them will catch and hold attention, and as Doak et al. (1996: 168) express it, "If the patient doesn't look at it, there's no chance for influence".

An important question to ask is why people will pick up a particular printed message, and ignore others. Doak et al. (1996: 168) concretize the attentiongetting characteristics of a printed document by formulating a number of explicit questions:

- Is the instruction appealing enough to carry the patient into the message itself?
- Are the visuals of interest?
- Do the colours fit the tone and mood of the subject?

Researchers dealing with persuasive texts in particular, mention the following as reasons for people giving attention:

- News value (Berlyne, 1974): A text will be noticed if it contains news. The content of a text is only informative if the content is not already known to the reader.
- Absolute interest (Schank, 1979): The interestingness of most topics will differ from reader to reader, while (a limited number of) others are claimed to be interesting to everyone, namely sex/romance, babies and small animals, money/wealth/power. In the present context HIV and AIDS may have become one of the topics of absolute interest.
- Individual interest (Hidi, 1990): Readers prefer to receive information on some topics rather than on others.
- Personal relatedness (also known as consequence-involvement): A person will be naturally inclined to attend to information which has immediate personal consequences.
- Surprisingness (Berlyne, 1974): Information is surprising if it contradicts the expected, or tells us about the infrequent. Frijda (1993) states that the occurrence of a mismatch between stimulus input, i.e. information, and knowledge or expectations gives rise to curiosity. In the field of health communication the use of fear appeals may arouse interest because of their surprisingness.

The responses in our survey indicated that the leaflet in question passed the attention test. All respondents answered that they "felt like reading the leaflet". To the question of whether they would pick up the leaflet in a guidance counsellor's office and take it home all respondents except three answered, "Yes".

The most important reasons given for attending to the leaflet, and intending to take it home, were the following:

What about this leaflet makes you want to read it?

- The topic of AIDS (12) (three mentioned the red ribbon logo as trigger).
- The heading: HIV/AIDS Counselling (3).
- The desire to know how to treat other people with AIDS (5).
- The use of colour (5).

Why would you pick it up and take it home?

- To know more about AIDS (7).
- To share information on counselling with others (8).

The answers seem to suggest that comprehension does not suffer because of a lack of (initial) attention. Visual-perceptual stimuli (headings, logo, colour) and a need for information (the topic) were the main reasons for attending to the message. Consequence-involvement (awareness of the fact that the speaker will increasingly have to deal with people living with HIV/AIDS at a personal level) may be hidden in responses such as desire "to know how to treat people with AIDS" and "to share information on counselling with others". The fact that no specific references to family members or friends were made, is probably related to a fear of stigmatization.

5.2 Appreciation and interest

Attention and appreciation may be linked, since whether or not a reader will become interested in a document and start browsing or reading, may depend on whether the overall impression is favourable (compare Doak et al., 1996: 168). Even if a reader does not have the ability or the motivation to read the entire message he/she may still be persuaded to follow the suggestions on the basis of the look and feel. (cf. Petty & Cacioppo, 1986 on the central and the peripheral routes to persuasion).

In the case of the leaflet under scrutiny, the graphics (coloured line-drawings) and the colour-coded backgrounds for the different languages seemed to have influenced respondents' appreciation significantly. Only three respondents indicated that they did not like the overall appearance, and these individuals seemed to base their evaluation on cultural messages encoded in particular illustrations:

- The pictures look black/only blacks are shown/too many black people.
- They don't show the youth.
- Pictures are too Western.

Those respondents who did express appreciation for the leaflet, gave the following motivations:

- The pictures explain the text/help me to understand the message/understand what I must do (16 respondents).
- The colours help to find the correct language/the colours make the leaflet user-friendly (3 respondents).
- I like the pictures (5 respondents).

Other responses demonstrating a favourable evaluation of the pictures in the leaflet, despite possible social desirability effects and demand characteristics, were the following:

- The pictures show that the counselling and communication helps.
- The pictures show where you can go for help.
- Pictures show the steps we must follow to get help/when we have problems.
- They can console a person.
- They are a true reflection of real people and houses.

- They indicate that counsellors are prepared to help those who need help.

From these responses it can be deduced that lookability/likeability (facilitated by the use of colour, and visuals) helped to keep the attention of the reader and did not play a role in influencing comprehension negatively. However, because of the way in which the question was phrased, no insight was gained in how visual text characteristics can enhance comprehension.

5.3 Comprehension and memory

According to Mody (1991: 185) "[a]n audience that pays careful attention to a glitzy message does not necessarily understand what the message is trying to communicate". In order to construe a mental representation of the text three sub-processes must be carried out by the reader, namely perception, analysis and concept-formation (Hoeken, 1995: 28-29).

- **Perception**

refers to the visual processing of text, or the transformation of visual patterns into letters and words. It depends, among other things, on the lay-out characteristics of the text (cf. Hartley, 1987).

- **Analysis**

comprises the interpretation of individual words as well as compositional meaning (syntactic structure and semantic content). This process is restricted to the sentence level. Research on syntactic processing has shown that certain syntactic structures are more difficult to process than others.

- **Conceptualization**

entails production of a mental representation of the text. This representation contains the literal information, inferences which are evoked by characteristics of the text as well as world knowledge.

Comprehension constitutes a critical component of health communication, and in particular for patients with low literacy skills. Doak et al. (1996: 168-169) suggest that comprehension can be measured by asking patients to tell the researcher in their own words what the message means. This is exactly what we did when asking what the main message entailed, and what the most important points of the leaflet were.

The question, "What is the main idea expressed in the leaflet?" elicited the following responses:

- Fifteen respondents answered that counselling was guidance for those who have tested HIV positive.
- Ten responded that the leaflet was about the phenomenon of AIDS in general.
- One identified "condom use", and another "abstinence from sex" as the main topic.

The responses to our instruction, "Name the main points of the brochure" did not yield any better results. None of the respondents named more than one main point, and two subjects could not name any main points. Those who did respond, demonstrated a severe inability to convert the textual information into the mental representation required, as demonstrated by the answers to the request to list the main points the leaflet makes. Respondents gave such inadequate responses as those which follow:

- to go for counselling (10);
- to go for an HIV test (3);
- to go for testing/to know how to be tested (2);
- to understand/inform people about HIV/AIDS (2);

- to explain how to protect yourself against AIDS (3);
- to have only one partner (2);
- to help AIDS victims (1).

It is interesting to note that none of the respondents mentioned any of the following points addressed in the leaflet, namely:

- the emotions of a person who is HIV positive (fear, anxiety, depression, etc.);
- the interpersonal problems a person who is HIV positive may experience within his/her family (fear, stigmatization);
- the ethical code of conduct a counsellor has to adhere to.

The poor performance of the respondents on the content questions may be due to the procedure followed by the interviewers, namely, requesting the respondents to read through the brochure and then asking questions on memory.

However, whether it was a lack of comprehension, or poor memory, or both, the brochure proved to be largely ineffective. Since no verifying questions were asked by the interviewers, we could only hypothesize about the factors that might have caused the ineffectiveness. These are:

- The level of difficulty of the text;
- The lack of external structure (Although the multilingual, colour-coded approach is attractive and may facilitate persuasiveness, it focuses the attention on searching, rather than getting an overview of the text. Queuing and filtering devices such as subheadings (cf. Martin, 1989) may have helped to facilitate comprehension and memory.);
- The inclusion of too much information for a low-literate audience (cf. Doak et al., 1996: 168).

5.4 Persuasiveness

Persuasiveness requires some measure of comprehension, as can be deduced from the following verifying questions on persuasiveness suggested by Doak et al. (1996: 169): "Is the message able to convince people that they should take action?"; "Would other people in the community be likely to follow this advice?"

The responses we received clearly indicate that the persuasive message was largely lost because of a lack of adequate comprehension. Although 25 respondents answered in the affirmative, only two gave responses indicating that the main persuasive message had been (partially) effective. These said:

- It changes my mind in regard to counselling; telling someone about HIV/AIDS which is usually treated as a secret.
- It makes me take a decision to go for HIV/AIDS tests.

The following responses indicate that the term persuasion was understood incorrectly, meaning "to learn new facts". These responses were:

- There is enough information and advice.
- Understanding of HIV/AIDS
- The contents enlighten the reader.
- There is information about HIV/AIDS that is new to me and I need to know and understand the facts.
- I learnt a lot about HIV/AIDS Counselling.
- There's always a perception that your life will be taken over by counsellors and that you'll be dictated on how to live your life irrespective of how you feel.

Seven respondents read a persuasive message which was not overtly intended by the leaflet. Their responses were as follows:

- It encourages me to live a clean/moral life.
- Yes, it means we should be careful when practising sex.
- It makes me to know that it is important to use condoms.
- To avoid unsafe sexual practice.
- It makes me to have one lover.
- We must watch our steps, and do things carefully.
- It makes me to change the way I was practising sex.

These answers hint at a "safer sex in future" strategy, which may be linked to a decision not to go for a test, because of the possible stigmatization as a result of this act.

6. Interpretation of the results

The research on which this contribution reports should not be seen as conclusive. Firstly, the students had limited experience in conducting usability interviews. Both the construction of the interview, and the actual interviews may therefore have been sources of inherent error. The following sources could have influenced the reliability of the data (cf. Mouton, 2000: 103-07):

- Leading questions: Respondents could have been led to give a certain response through the wording of the question, or through subtle prompts. This effect was observed in answers containing academic words which would normally not occur in the speech of low-literate, e.g. "headers", "bias", "too Western". The use of these English words could also have been the result of interviewers' "upgrading" of the actual interview discourse.
- Mono-operational bias: Asking YES/NO questions could have led to misleading answers. This could, for instance, have been the case with the question on the potential appreciation of the leaflet ("Do you like the way this leaflet looks?").
- Social desirability effects and demand characteristics: The subjects may have reported attitudes or changes because they felt they were expected to respond in a certain way; that a specific answer was the "correct" answer or would satisfy the interviewer. This effect could easily occur as a result of the difference in status between interviewers and interviewees. The interviewers were all students enrolled for a Masters degree in Development Communication, whereas the respondents were unskilled or semi-skilled persons from lower income groups.

Yet despite the above-mentioned limitations our research did yield insight into the reliability of the AAO's evaluation of the WHO's leaflets on HIV/AIDS. On the basis of the responses we could support the AAO's assessment that the leaflet on HIV/AIDS Counselling was successful in:

- catering for different language groups;
- promoting awareness and helping people face realities of HIV/AIDS;
- helping people to know what to do (where to seek help); and
- providing basic information.

However, the AAO's claims that the leaflets were written in an easily understandable way; explained things well; and helped as stand-alone information resources, could not be substantiated.

A possible conclusion which could be drawn from the discrepancies between the reports by the AAO's clients and the responses from authentic end-users during structured interviews is that intermediaries (health workers and other target group experts) are often positively biased towards the success of interventions. Their responses could also be ascribed to

desirability effects (what the AAO's clients thought that government and the AAO wished to hear), which could in turn be linked to employment security (not willing to do anything that might jeopardize their positions at the facility where they are employed).

From our point of view this study facilitated "learn(ing) for the future" in the sense that comprehensibility and memorability were identified as real userproblems. Although the overall appearance of the leaflet under scrutiny was positively evaluated by the respondents, and seemed to contribute towards getting and keeping attention, and of being persuasive, the text did not seem to be easily comprehended. Appreciation for visuals and other layout characteristics is not enough to substantiate their effectiveness in health communication documents. Illustrations (and captions) should ideally introduce a sufficient measure of redundancy to assist low-literates in understanding and getting an overview of the content, without reference to the body text. However, it is doubtful whether illustrations would be powerful enough to carry the main message in a brochure dealing with an abstract process such as counselling.

7. The way forward

Readability, according to our understanding, is not merely a function of average word length (number of syllables in the text divided by the number of words) and average sentence length (number of words in the text divided by the number of sentences) (cf. Schriver, 1997: 28-29; Flesch, 2002), which forms the basis of the calculations in most readability indexes. Readability also includes:

- "lookability", entailing the successful decoding of visual information such as photographs, graphics, symbols and typography;
- utilizing devices for chunking, queuing and filtering such as headings, bullets, numbering, summaries, a statement of purpose, etc. in order to decrease cognitive load and motivate the reader (cf. Schriver, 1997: 29; Parker, Dalrymple & Durden, 1998: 16; Martin, 1989; Marcus, Cooper & Sweller, 1996); and
- using prior knowledge to make correct inferences [\(1\)](#) (Mody, 1991: 187; Marcus, Cooper & Sweller, 1996).

We decided to show that we have learnt for the future – from this restricted research project as well as from relevant literature on the topic (e.g. the SAM evaluation expounded by Doak et al., 1996: 51-59) – by compiling a matrix for evaluating the comprehensibility of persuasive communications aimed at low literate South African patients.

Table 1: Comprehension review matrix

FACTOR TO BE RATED	SCORE 2 superior 1 adequate 0 not suitable N/A not applicable				COMMENTS
	2	1	0	N/A	
CONTENT (a) The main purpose is evident. (b) The content focuses on the patient's behaviour. (c) The scope is limited. (d) The content answers readers' most important questions. (e) A summary or review is included.					
STYLE/LITERACY DEMAND (a) Reading grade level is adequate (5th grade or lower). (b) Active voice is used. (c) Common words are used / technical terms are explained when used. (d) Short, well connected sentences are used.					
GRAPHICS AND COLOUR (a) Cover graphics show purpose clearly. (b) Illustrations are relevant and explanatory. (c) Captions are used for graphics. (d) Graphics are close/next to relevant text. (e) The use of colour is functional (not distracting or confusing).					
TOTAL SCORE: Calculation of score Calculate the total, using the following formula: $\frac{\text{Total}}{34} \times \frac{100}{1}$ Subtract 2 from the total for each N/A marked (e.g. $34 - 2 = 32$).	<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> 34				

Although the use of a design/an evaluation matrix cannot replace authentic reader research, it has the advantages of being theory-based as well as (reader) researchbased, and must therefore have some validity. A matrix such as this may for instance

be used as an expert review (applied to subject-field specialists, target group experts and document designers) to provide message designers and gatekeepers with a tool for quantitative as well as qualitative evaluation when time and money constraints do not leave scope for reader research.

University of Pretoria

Bibliografie

- Aitchison, J. 1999. Reading and writing the new South Africa: literacy and adult basic education and training in South Africa. In: Stillwell, C., A. Leach & S. Burton (Eds.). Knowledge, information and development: an African perspective. Pietermaritzburg: School of Human and Social Studies, University of Natal, 143 –153.
- Aids Foundation of South Africa. 2000. AIDS in South Africa. Retrieved from on 2001-10-10.
- Berlyne, D.E. 1974. Information and motivation. In: Silverstein, A. (Ed.). Human communication: Theoretical explorations. Hillsdale: Erlbaum, 19-45.
- Bordenave, J.D. 1994. Participative communication as part of building the participative society, In: White, S.A., Nair, K.S. & Ascroft, J. (Eds). Participatory communication, working for change and development. London: Sage, 86 –103.
- Crompton, A. 1997. The craft of Copywriting. London: Random House.
- Dagron, A.G. 2001. Making waves: stories of participatory communication for social change. New York: The Rockefeller Foundation.
- De Jong, M. & P.J. Schellens. 1997. Reader-focussed text evaluation. An overview of goals and methods. Journal of Business and Technical Communication 11(4): 402-432.
- De Jong, M. & P.J. Schellens. 2001. Optimizing public information leaflets. In: Janssen, D. & Neutelings, R. Reading and Writing Public Documents. Amsterdam: John Benjamins, 59-83.
- De Jong, M. & P.J. Schellens. 1995. Met het oog op de lezer. Pretesmethoden voor schriftelijk voorlichtingsmateriaal. Amsterdam: Thesis publishers.
- DOH. 2000. Tools for Action. An evaluation of the Beyond Awareness Campaign's Aids Action Office. Pretoria: DOH.
- DOH, South Africa. 1998. Language guidelines for HIV/AIDS communication in South Africa. Pretoria: Beyond Awareness Consortium.
- DOH, South Africa. 2000. HIV/AIDS/STD strategic plan for South Africa 2000- 2005. Retrieved from on 2001-10- 18.
- DOH, South Africa. 2001. Beyond Awareness Campaign. Retrieved from on 2001-10-19.
- Dijker, A., M. van Dongen, & J. Brug, 2001. Evaluatie van gezondheidsvoorlichting. In: Brug et al. Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering. Assen: Koninklijke Van Gorcum, 133-158.

- Doak, C.C., L.G. Doak & J.H. Root. 1996. Teaching patients with low literacy skills. Philadelphia: J.B. Lippincott Company
- Flesch, R. s.a. How to write plain English. retrieved from on 2002-09-05.
- Frijda, N.H. 1993. De emoties. Amsterdam: Gert Bakker.
- Hartley, J. 1987. Designing instructional text. 2nd ed. New York: Nichols.
- Hidi, S. 1990. Interest and its contribution as a mental resource for learning. *Review of Educational Research* 60: 549-571.
- Hoeken, J.A.L. 1995. The design of persuasive texts: Effects of content, structure, and style on attitude formation. PhD Thesis, University of Brabant, Tilburg.
- Hurt, K. 2000. Tools for action. An evaluation of the Beyond Awareness Campaign's AIDS Action Office. Pretoria: HIV/AIDS and STD Directorate, DOH.
- Khadka, N. 2000. Participatory communication as an alternative paradigm for nutrition communication in Nepal. The ERIC database, ED438587.
- Le Roux, N. & E. Schollar, 1996. A survey report on the reading and writing skills of pupils participating in READ programmes. Braamfontein: READ Educational Trust, South Africa.
- LoveLife. 2001. Impending catastrophe revisited. An update on the HIV/AIDS epidemic in South Africa. LoveLife: Johannesburg.
- Marcus, N, M. Cooper, & J. Sweller, 1996. Understanding instructions. *Journal of Educational Psychology* 88(1):49-63.
- Martin, M. 1989. The semiology of documents. *IEEE Transactions on Professional Communication* 32(3): 171-177.
- McClintock, C.G. (Ed.). *Experimental social psychology*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- McGuire, W. 1972. Attitude Change: The information-processing paradigm. In: McClintock (Ed.), pp. 108-141.
- Meertens, R., H. Schaalma, J. Brug, & N. De Vries. 2001. Determinanten van gedrag. In: Brug et al. *Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering*. Assen: Koninklijke Van Gorcum, 55-72.
- Mody, B. 1991. *Designing messages for Development Communication*. London: Sage Books.
- Mouton, J. 2001. *How to succeed in your Master's & Doctoral Studies*. Pretoria: Van Schaik.
- Parker, W. 1997. Action media: consultation, collaboration and empowerment in health promotion. *African Media Review* 1(1): 54-63.
- Parker, W., L. Dalrymple & E. Durden. 1998. *Communicating beyond AIDS awareness. A manual for South Africa*. Pretoria: Beyond Awareness Consortium.
- Pettersson, R. 2001. Attention. *Document Design* 2(2): 114-130.
- Petty, R.E. & J.T. Cacioppo, 1986. *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New

York: Springer.

Schaalma, H., G. Kok, & R. Meertens. 2001. Intervention Mapping. In: Brug et al. Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering. Assen: Koninklijke Van Gorcum, 73-88.

Schank, R.C. 1979. Interestingness: Controlling inferences. *Artificial Intelligence* 12: 273-297.

Schriver, K. 1997. *Dynamics in document design*. New York: John Wiley & Sons.

Servaes, J. 1999. *Communication for development*. New Jersey: Hampton Press, Inc.

South African Institute of Race Relations. 2000. *Race relations survey, 1999/2000: Millennium issue*. Johannesburg: SA Institute of Race Relations.

Varga, C. A. 1999. *South African young people's sexual dynamics: Implications for behavioral responses to HIV/AIDS. Resistances to behavioral change to reduce HIV/AIDS in predominantly heterosexual epidemics in third world countries*. Canberra, The Australian National University.

Wogalter, N.S., D.M. Dejoy, & K.R. Laughery. 1999. *Warnings and Risk Communication*. London/Philadelphia: Taylor & Francis.

Wogalter, N.S., D.M. Dejoy & K.R. Laughery. 1999. *Organizing Theoretical Framework: A consolidated Communication-Human Information Processing (C-HIP) Model*. In Wogalter, Dejoy & Laughery, 15-24.

1) According to Mody (1991: 187) "[a]udiences exposed to communications make inferences regarding the topic which they then believe to be true and to have been explicitly stated (when it was not)".

ADDENDUM A: ENGLISH AND AFRIKAANS TEXT OF THE DOH'S LEAFLET ON HIV/AIDS COUNSELLING

AIDS a disease that affects millions of South Africans. It is caused by a virus called HIV that slowly weakens a person's ability to fight off other diseases.

People who are HIV positive have many feelings including negative feelings such as fear, helplessness and anger.

VIGS is 'n siekte wat miljoene Suid-Afrikaners raak. Dit word veroorsaak deur 'n virus wat HIV genoem word. HIV takel geleidelik 'n persoon se weerstand teen ander siektes af. Mense wat HIV-positief is het baie emosies, waaronder negatiewe emosies soos vrees, hulpeloosheid en woede

People who are HIV positive may find it difficult to talk to their friends and family about their feelings. They also have many decisions to make about their life.

Friends and family members may not know how to talk to those who are close to them who are HIV positive.

Mense wat HIV-positief is vind dit soms moeilik om oor hul gevoelens met vriende en familie te praat. Hulle moet ook baie besluite oor hul lewens neem. Vriende en familielede weet dalk nie mooi hoe om met mense na aan hulle wat HIV het te praat nie.

It is important that people who feel this way have a chance to talk about these feelings with an experienced counsellor.

Counsellors are trained to listen and can provide accurate information to assist people with decision making.

Dit is belangrik dat mense wat só voel die geleentheid kry om met 'n ervare berader oor hul gevoelens te praat.

Beraders is mense wat opgelei is om te luister en kan waardevolle inligting verskaf om mense met besluite te help.

Anyone having an HIV/AIDS test should speak to a counsellor before the test, and should be able to discuss their test results with a counsellor.

Counsellors can also offer ongoing support, information and advice to HIV positive people, their partners, friends and family.

Enigeen wat 'n HIV/VIGS-toets kry, moet voor die tyd met 'n berader praat, asook die uitslae daarna met 'n berader bespreek.

Beraders kan ook volgehoue steun, inligting en advies verskaf aan mense wat HIV-positief is, hul lewensmaats, vriende en familie.

There are many organisations that offer counselling face-to-face or over the telephone. Counselling is available from:

- AIDS Training, Information and Counselling Centres (ATICCs) in most big towns
- The free 24-hour AIDS HELpline at 0800-012-322
- Social workers and some community organisations

Daar is baie organisasies wat berading van aangesig tot aangesig or oor die telefoon verskaf. Berading is beskikbaar by:

- VIGS opleiding-, inliging- en beradingsentrums (ATICCs) in die meeste groot dorpe
 - Die gratis, 24-uur VIGS-hulplyn by 0800-012-322
 - Welsynswerkers en sommige gemeenskapsorganisasies
-

A counsellor:

- must treat what you tell them confidentially
- should provide a private place for you to talk
- should not judge you or your situation
- should be understanding and allow you to express your feelings

- should advise you of your options but not make decisions for you
- should give you information that will help you make informed decisions
- should be supportive

n Berader moet:

- dit wat jy hulle vertel vertroulik hanteer
- in privaatheid met jou praat
- jou of jou omstandighede nie veroordeel nie
- begrip toon en jou toelaat om uitdrukking aan jou gevoelens te gee
- opsies aan jou voorhou, maar nie namens jou besluite neem nie
- jou inligting gee wat jou sal help om besluite te neem
- jou ondersteun

[Elektroniese weergawes
van T.N&A](#)

[Kontaknommers](#)

[Algemeen](#)

[Riglyne vir
outeurs](#)

[Bo](#)

Tydskrif vir Nederlands &
Afrikaans

10de Jaargang, Nommer 1.Junie
2003

Be wise - condomize? Over de relevantie van de culturele achtergrond van in Nederland wonende Ghanezen voor voorlichting over HIV/AIDS

- Carel Jansen -

Abstract

Despite obvious differences in cultural background among various target groups, so far there has hardly been any research into possible consequences of these differences for HIV/AIDS public information documents. This article reports on two pilot studies conducted among people from Ghana living in the Netherlands. In one pilot study two brochures were tested using the plus-and-minus-method. In the other pilot study a questionnaire was administered including several questions on traditional African beliefs. Though neither study could be conclusive, both studies had some remarkable outcomes. In the plus-and-minus-tests the behavior of the subjects was notable: they hardly ever qualified a text fragment as negative, and positive opinions were hardly ever motivated in terms of text characteristics. Analysis of the answers given to the questions in the questionnaire revealed statistically significant relations between traditional African beliefs on the one hand, and opinions about the curability of AIDS, as well as intentions to visit a traditional African healer if the subjects would suffer from AIDS on the other hand.

1. Inleiding [\(1\)](#)

De problematiek rond HIV/AIDS in Nederland is de laatste jaren aanzienlijk van karakter veranderd. Tot voor kort bestond de groep van potentiële patiënten vrijwel exclusief uit homoseksuele mannelijke autochtonen. Maar op dit moment is er sprake van een snel groeiend aantal heteroseksuele allochtonen die al HIV-positief zijn, of die het risico lopen besmet te raken. [\(2\)](#) Het zou dan ook een tragisch misverstand kunnen blijken indien uit het relatieve succes van de voorlichting in Nederland onder de homoseksuele mannelijke autochtonen zou worden afgeleid dat er in Nederland geen speciale aandacht meer aan de informatieverstrekking over HIV/AIDS besteed hoeft te worden. Het snel veranderende karakter van de doelgroep maakt nieuwe, extra inspanningen noodzakelijk. In het bijzonder de uiteenlopende culturele achtergronden van de voorlichtingsdoelgroepen vragen om een herbezinning

op de aard van de voorlichtingsinspanningen.

Met recht heeft de stichting AFAPAC (3) deze conclusie enkele jaren geleden al getrokken. Het voorlichtingsmateriaal dat AFAPAC verspreidt onder in Nederland wonende Sub-Sahara Afrikanen wijkt in een aantal opzichten af van ander in Nederland verspreid HIV/AIDS-voorlichtingsmateriaal. Zo wordt er veel gebruik gemaakt van stripverhalen waarin de getekende protagonisten duidelijk van Afrikaanse herkomst zijn en waarin voor de toonzetting van de conversaties een meer dramatische aanpak gekozen is dan in Nederlands HIV/AIDS-teksten gebruikelijk is. (4) Aan de vraag in hoeverre met name de voorlichtingsteksten van AFAPAC daadwerkelijk het beoogde effect hebben, heeft de stichting tot nu toe nog niet systematisch aandacht kunnen besteden. Met het onderzoek dat hieronder wordt beschreven, wordt beoogd een bijdrage te leveren aan de nog ontbrekende kennis op dit punt. Daarnaast dient dit onderzoek als een aanloopstudie voor een veel grootschaliger, onder meer door SANPAD (5) gefinancierd onderzoeksproject rond Zuid-Afrikaanse HIV/AIDSvoorlichtingsteksten dat medio juli 2003 officieel van start gaat. (6)

2. Eerder onderzoek naar effecten van HIV/AIDS-teksten bij doelgroepen met diverse culturele achtergronden

In de literatuur zijn nog weinig verwijzingen te vinden naar onderzoek waarin een relatie wordt gelegd tussen de effectiviteit van HIV/AIDS-voorlichtingsteksten enerzijds en kenmerken van de cultuur van de doelgroep anderzijds. (7) Een van de uitzonderingen is een publicatie van Murray-Johnson et al. (2001). Zij beschrijven twee experimenten waarin verschillende soorten fear appeals werden gerelateerd aan de culturele achtergrond van de lezers. In beide experimenten werden twee tekstvarianten ingezet met als kern een verhaal over een meisje dat HIV-positief was. Verondersteld werd dat dat verhaal de lezers angst zou inboezemen. In de ene tekstvariant lag de nadruk op de ellende die door HIV en AIDS veroorzaakt werd voor het meisje zelf: "[...] She knows that she will most likely die from it [...] She thinks her life has been ruined [...]". In de andere tekstvariant stonden de gevolgen voor de groep, in het bijzonder voor de familie van het meisje centraal: "[...] She knows that her family honor has been destroyed. Her friends look down on her family [...] She thinks her family's lives are ruined. [...]".

In het eerste experiment (met een 2*2 tussenproefpersoon-ontwerp) werden de teksten voorgelegd aan zwarte Amerikaanse jongeren en aan jonge Mexicaanse immigranten (allen leerlingen van een junior high school in de VS). In het tweede experiment (ook een 2*2 tussenproefpersoon-ontwerp) werden vergelijkbare teksten gebruikt, maar nu waren de proefpersonen ouder (allen studenten aan een universiteit) en woonden ze in Taiwan of in de Verenigde Staten. De verwachting was dat de tekstvariant waarin het eigen lot van het

besmette meisje centraal stond vooral effectief zou blijken bij de zwarte Amerikaanse middelbare scholieren en bij de Amerikaanse studenten. Van deze groepen veronderstelden de onderzoekers op basis van onder meer het werk van Hofstede (1980) dat zij overwegend individualistisch c.q. idiocentrisch georiënteerd zouden zijn. Van de andere tekstvariant, waarin het lot van de familie werd benadrukt, werd verwacht dat die vooral de jonge Mexicaanse immigranten en de Taiwanese studenten aan zou spreken. Van deze twee groepen werd namelijk verondersteld dat ze overwegend collectivistisch c.q. allocentrisch georiënteerd zouden zijn.

De resultaten van de twee experimenten bevestigden de hypothesen slechts ten dele. Uit de studie waarin de twee groepen middelbare scholieren werden vergeleken bleek het voorspelde verband tussen tekstvariant en lezersgroep wel te bestaan wat betreft de mate van angst die werd opgeroepen, maar niet voor de attitudes en de intenties met betrekking tot condoomgebruik. Het tweede experiment, waarin de mate van idio-/allocentrisme ook op individueel niveau werd gemeten, had één zeer verrassende uitkomst, die verdere analyses gericht op de interactie van nationaliteit en tekstsoort zinloos maakte. Waar de onderzoekers hadden verwacht dat de Amerikanen overwegend idiocentrisch zouden zijn en de Taiwanese overwegend allocentrisch, bleek precies het tegenovergestelde: 78% van de Amerikanen beantwoordden de vragen uit de Individualisme- Collectivisme schaal (8) zodanig dat ze als allocentrisch gekwalificeerd moesten worden, terwijl 75% van de Taiwanese idiocentrisch bleken te zijn. Dit resultaat maakt nog eens duidelijk hoe voorzichtig onderzoekers dienen te zijn met conclusies over iemands individuele culturele oriëntatie die getrokken worden op basis van de groep of nationaliteit waartoe men behoort.

Murray-Johnson et al. (2001) concluderen dan ook terecht dat er dringend behoefte is aan betere meetinstrumenten voor individuele culturele oriëntatie. Maar ze stellen ook dat het belangrijk is om bij het ontwerp van voorlichtingsteksten waarin van een fear appeal gebruik gemaakt wordt, rekening te houden met de culturele oriëntatie van de lezers.

Deze conclusies delen we. In lopend onderzoek aan de KU Nijmegen waarover we binnenkort hopen te kunnen rapporteren, wordt bij het meten van effecten van HIV/AIDS-tekstvarianten onder lezers uit diverse doelgroepen dan ook gewerkt met de meer geavanceerde versie van het meetinstrument van Triandis c.s. (zie Triandis et al., 1998) die Murray-Johnson et al. (2001: 355) in hun discussiegedeelte aanbevelen om de mate van individualisme vs. collectivisme op individueel niveau te meten. (9)

Eveneens menen we dat het van groot belang kan zijn om rekening te houden met voor succesvolle HIV/AIDS-voorlichting relevante culturele achtergronden van lezers. Zeker wanneer het gaat om een HIV/AIDS-voorlichtingscampagne die gericht is op lezers die in Afrika wonen of uit Afrika afkomstig zijn, dienen de tekstontwerpers op zijn minst op de hoogte te zijn van relevante overtuigingen en gedragingen van deze doelgroep. Het is moeilijk voorstelbaar hoe schrijvers en voorlichters er zonder zulke kennis in

kunnen slagen hun uiteindelijke doel te bereiken en het gedrag van de lezers blijvend te beïnvloeden.

Opvallend genoeg is er nog erg weinig gepubliceerd over aspecten van de cultuur van hedendaagse Sub-Sahara Afrikaanse lezers die van belang kunnen zijn voor hun reacties op HIV/AIDS-voorlichtingsmateriaal. Een voortrekkersrol op dit gebied wordt vervuld door de onderzoekers Airhihenbuwa (1989) en Van Dyk (2001a; 2001b). In hun werk, dat gebaseerd is op een veelheid aan bronnen waarin gerapporteerd over overtuigingen en gebruiken in een groot deel van het Afrikaanse continent, wordt het zogenaamde PEN-model geïntroduceerd.

Volgens dit model moet er onderscheid worden gemaakt tussen positieve, exotische en negatieve traditionele overtuigingen en gedragingen. (10) Die kwalificaties impliceren geen algemeen moreel standpunt, maar hebben steeds betrekking op de bijdragen die de bedoelde overtuigingen en gedragingen kunnen leveren aan de effectiviteit van voorlichtingscampagnes in de gezondheidszorg die op bijvoorbeeld condoomgebruik gericht zijn. Positieve overtuigingen en gedragingen houden bijvoorbeeld een ontmoediging of verbod in van geslachtsverkeer voor het huwelijk, direct na een geboorte, tijdens de menstruatie, met weduwen (de echtgenoot kan aan AIDS gestorven zijn) en met vrouwen die een abortus of een miskraam hebben gehad. Exotisch worden die overtuigingen en gebruiken genoemd die voor westerse begrippen vreemd kunnen zijn, maar die geen schadelijk effect op de gezondheid hoeven te hebben, en die volgens Van Dyk zo veel mogelijk gerespecteerd dienen te worden. (11)

Voorbeelden die zij noemt zijn besnijdingsrituelen voor jongens (mits met gebruik van steriel instrumentarium), tatoeages die het lidmaatschap van een stam symboliseren, en ook polygame huwelijken waarin de trouw binnen de groep wordt gerespecteerd en waarbij geen van de partners geïnfecteerd zijn.

Als negatief gedrag gelden in het PEN-model die gebruiken die de gezondheid in de weg staan of meer in het bijzonder, die tot verdere verspreiding van het HIV-virus kunnen leiden. Voorbeelden zijn reinigingsrituelen zoals die in Zambia en Botswana voorkomen waarbij een weduwe verplicht is tot geslachtsgemeenschap met een broer van haar overleden man, het verwelkomen van belangrijke gasten door hun de seksuele gunsten van de echtgenote of de dochter van de gastheer aan te bieden, en het praktiseren van "droge seks" door Afrikaanse vrouwen om aldus het genot van hun partners te vergroten, of meer traditioneel zoals Van Dyk (2001a: 130) zegt: "to clean the temple for creation from undesirable vaginal secretions".

Van Dyk wijst ook op traditionele overtuigingen die een barrière kunnen vormen voor effectieve HIV/AIDS- preventiemaatregelen, met name het gebruik van condooms. Zo noemt ze het wijd verspreide geloof, onder meer onder de Zulu's in Zuid-Afrika, dat het voor een goede ontwikkeling van een foetus noodzakelijk is dat die in de baarmoeder regelmatig in direct contact komt met zaad van een man (niet per se de vader). Meer in het algemeen

zouden condoms "the gift of self" blokkeren, die bijvoorbeeld in Rwanda als een absoluut noodzakelijke voorwaarde geldt voor een gelukkige relatie en voor een blijvende vruchtbaarheid van de vrouw.

Bij het bespreken van de mogelijke consequenties van het bestaan van deze gebruiken en opvattingen benadrukt Van Dyk vooral hoe belangrijk het is om traditionele genezers (sangomas) in te zetten als "vehicles of change". Zij gelden in hun gemeenschap als autoriteiten op het gebied van politiek, gezondheid en geloof, in het bijzonder waar het het voor veel Afrikanen essentiële contact met de wereld van de voorouders betreft. Zonder medewerking van traditionele genezers acht Van Dyk elk HIV/AIDS-preventie programma in Sub-Sahara Afrika kansloos. Hoe overtuigend haar betoog op dit punt ook moge zijn, het laat onverlet dat ook andere voorlichtingsinspanningen nodig blijven die direct op de uiteindelijke doelgroep gericht zijn. Schriftelijke documenten in de vorm van folders, brochures, pamfletten en ook teksten op billboards vormen daar een onderdeel van.

De vraag dringt zich op in hoeverre het wenselijk of zelfs nodig zou zijn om in schriftelijk voorlichtingsmateriaal dat onder Afrikanen wordt verspreid, aandacht te besteden aan met name de negatieve overtuigingen en gedragingen uit het PEN-model. De sterke indruk bestaat dat daar op dit moment in HIV/AIDSvoorlichtingsteksten geheel aan voorbij wordt gegaan. De in Zuid-Afrika thans gebruikte slogans als Don't be silly – put a condom on your willy, Don't be a fool – put a condom on your tool en Be wise – condomize bijvoorbeeld, wekken niet direct de indruk dat er rekening gehouden wordt met traditionele overtuigingen die het gebruik van condoms in de weg kunnen staan. (12) Wat de effecten zijn van de vooralsnog in voorlichtingsteksten meestal ontbrekende aandacht voor traditionele Afrikaanse overtuigingen en gedragingen is onduidelijk. Er zijn ons op dit punt nog geen onderzoeksgegevens bekend. Met het onderzoek dat we deden binnen de context van de AFAPAC-voorlichting aan in Nederland wonende Ghanezen, probeerden we ons een eerste beeld te vormen van de relevantie van een aantal traditionele Afrikaanse overtuigingen die Van Dyk noemt voor opvattingen over HIV/AIDS. Tegelijk wilden we een indruk krijgen van mogelijke verschillen tussen de wijze waarop onderzoeksgegevens over bijvoorbeeld voorlichtingsteksten in een uit Afrika afkomstige groep respondenten kunnen worden verzameld en de manier waarop dat meestal gebeurt in een typisch westerse context.

3. Opzet en uitvoering van het onderzoek

Proefpersonen

In het onderzoek werden twee verschillende groepen in Nederland wonende Ghanezen betrokken. Een groep (A), bestaande uit 30 respondenten, kreeg een vragenlijst voorgelegd over onderwerpen die met AIDS en AIDS-preventie te

maken hadden. De andere groep (B), bestaande uit 12 proefpersonen, werkte mee aan een formatief tekstevaluatie-onderzoek volgens de plus-en-minmethode (zie De Jong & Schellens, 1997).

Materiaal

De vragenlijst die groep A diende te beantwoorden, omvatte alles bijeen 38 vragen en stellingen, alle in het Engels. Begonnen werd met vijf vragen naar persoonsgegevens (geslacht, geboortjaar, geboorteland, verblijfsduur in Nederland en geloofsovertuiging). Daarna kwamen 21 vragen over overtuigingen, attitudes en gedragsintenties, alle in de vorm van Likert-schalen met vijf antwoordmogelijkheden (van completely agree tot completely disagree). Na een yes/no-vraag over eigen ervaringen met een HIV/AIDS-tekst volgde een vraag waarin van negen fenomenen (van een vies toilet tot de straf van God) moest worden aangegeven of dat een oorzaak van AIDS kan zijn, met als antwoordmogelijkheden yes, no, sometimes of don't know. Daarna werd gevraagd of AIDS wel, niet of soms is genezen. Ten slotte kwam aan de orde waar de respondenten te rade zouden gaan als ze AIDS zouden hebben: bij een westerse arts, bij een traditionele Afrikaanse genezer, bij beiden, bij geen van de twee, of nog anders.

In de plus-en-min-test werden twee voorlichtingsbrochures betrokken die AFAPAC verspreidt, maar die de proefpersonen volgens AFAPAC niet of slechts in beperkte mate kenden. De ene brochure was een dun Engelstalig boekje in stripvorm getiteld Help prevent AIDS (dertien pagina's; A4-formaat). De andere brochure was een drietalige tekst (Engels, Nederlands en Frans), in het Engels getiteld The ten commandments of AIDS (drie pagina's; iets kleiner dan A5-formaat; geen illustraties, afgezien van een klein tekeningetje van Afrika op de voorkant). Help prevent AIDS werd voorgelegd aan vijf proefpersonen (groep B1); The ten commandments of AIDS aan zeven proefpersonen (groep B2). Aan deze laatste groep proefpersonen werd gevraagd alleen aandacht te besteden aan de voorkant van de brochure en aan de ene pagina waar de tien AIDS-geboden in het Engels worden gepresenteerd. Noch in de Help prevents AIDS -brochure, noch in de tekst over de Ten Commandments of AIDS waren verwijzingen opgenomen naar mogelijk relevante traditionele Afrikaanse overtuigingen zoals Van Dyk die onderscheidt. Beide brochures werden conform de aanbevelingen in de literatuur over de plus-en-min- methode op een fijnmazige manier in fragmenten verdeeld waar oordelen van de proefpersonen over gevraagd werden. In de Help prevent AIDS brochure werden alles bijeen 25 fragmenten onderscheiden en met horizontale lijnen gemarkeerd. In de Ten commandments of AIDS ging het om 22 units.

Uitvoering

De vragenlijst werd aan de respondenten voorgelegd in een plenaire bijeenkomst die in zijn geheel aan HIV/AIDS-voorlichting was gewijd. Behalve de dertig deelnemers aan het onderzoek en de proefleiders (studenten Bedrijfscommunicatie van de KU Nijmegen) waren ook twee

vertegenwoordigers van de Stichting AFAPAC en onaangekondigd een aantal kinderen van deelnemers in de zaal aanwezig.

De pretests werden afgenomen in een-op-een communicatiesituaties. De proefleider (ook hier steeds een Nijmeegse student Bedrijfscommunicatie) legde de bedoeling van de test uit (op het spoor komen van verbeteringsmogelijkheden voor de teksten) en vroeg de proefpersoon vervolgens bij elk fragment een plus of een min te zetten: een plus als het fragment om wat voor reden dan ook een positieve indruk maakte, en een min als het tegenovergestelde het geval was. Nadat alle fragmenten aldus waren gescoord, werd de proefpersoon in een nagesprek gevraagd bij elk fragment de beslissing om een plus of een min te zetten zo goed mogelijk toe te lichten.

Zowel bij de afname van de vragenlijst als bij de uitvoering van de plus-en-min-test deden zich meer taalproblemen voor dan gelet op de voorafgaande communicatie met AFAPAC was voorzien. Veel deelnemers bleken het Engels minder goed te beheersen dan voor een goed verloop van het onderzoek wenselijk zou zijn geweest. Weliswaar konden alle proefpersonen Engels lezen en spreken, maar het niveau was vaak aanmerkelijk lager dan in hun moedertaal (Twi). Bij de afname van de vragenlijst werd al snel duidelijk dat sommige respondenten niet of nauwelijks begrepen wat er gevraagd werd. Hulp werd geboden door een vertegenwoordiger van AFAPAC die bij elke vraag afzonderlijk ter plekke een mondelinge vertaling in het Twi gaf, inclusief in het Twi geformuleerde antwoordalternatieven.

Deze vorm van communicatie leidde soms tot enige verwarring en meer in het algemeen tot een zekere mate van verstoring van de rust en concentratie waarmee de respondenten vragen konden beantwoorden. Ook bij de plus-en-min-tests deden zich taalproblemen voor die het goede begrip van de tekst soms in de weg leken te staan en die ook de nagesprekken over de argumenten voor de plussen en minnen minder diepgaand maakten dan was gehoopt.

4. Resultaten

Plus-en-min-test

Gegeven de taalproblemen die de communicatie in het Engels bemoeilijkten diene in elk geval de uitkomsten van de plus-en-min-tests met voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden. Verreweg het meest opvallend was hier dat er vrijwel nooit sprake was van negatieve evaluaties, tot uitdrukking komend in een min voor een bepaald fragment. Ook de argumentatie voor de vele plussen die werden gezet, was niet erg informatief. Zeer frequent bleek dat het de inhoud van een fragment was die de instemming van de proefpersoon kon wegdragen ("Yes, I agree"), en bleek het lastig om te communiceren over opinies van de proefpersoon met betrekking tot de formulerings- en

vormgevingskeuzes in de brochures.

Het is dan ook lastig om conclusies over de geteste teksten te trekken uit de plus-en-min-scores of uit de nagesprekken. Niet duidelijk is immers in hoeverre de positieve scores werkelijk de uitdrukking vormden van positieve oordelen van de lezers over de tekst, dan wel het gevolg waren van factoren in de test-situatie. Denkbaar is dat proefpersonen vaak gekozen hebben voor vermijdingsgedrag en door een plus te zetten wilden voorkomen dat ze toelichtingen op negatieve kwalificaties zouden moeten geven die ze alleen met grote moeite in het Engels zouden kunnen formuleren.

Voorstelbaar is ook dat er andere factoren dan het gebruik van een slecht beheerste vreemde taal zijn die bijgedragen hebben tot de lage frequentie van minnen. Zo voelden sommige proefpersonen zich bij negatieve uitlatingen misschien wat ongemakkelijk tegenover AFAPAC, de organisatie die hun belangen zo goed verdedigt en die tegelijk verantwoordelijk is voor deze teksten. Denkbaar is ook dat de ongebruikelijke communicatiesituatie met een jonge, hoog opgeleide Nederlandse student (m/v) als proefleider tot een zekere terughoudendheid in negatieve oordelen geleid heeft. En niet te vergeten, voorstelbaar is natuurlijk ook dat de proefpersonen eenvoudigweg zo tevreden waren over de teksten die aan hen werden voorgelegd dat ze nauwelijks aanleiding zagen om daar iets negatiefs over te zeggen. In elk geval maken de onderzoeksgegevens duidelijk dat het bij dit type onderzoek van belang is om met de proefpersonen te communiceren in een taal waarin ze echt vaardig zijn, en wel over een tekst die geschreven is in een taal die de proefpersonen ook op een goed niveau beheersen.

Maar daarnaast is er misschien ook de cultuurvariabele relevant. Bij een tekstevaluatieonderzoek waarin leden van de doelgroep in een beoordelaarsrol geplaatst worden, zoals bij de plus-en-min-methode gebeurt, heeft wellicht de culturele achtergrond van de respondenten invloed op het verloop en de uitkomsten van het onderzoek. Dat vermoeden wordt versterkt door de uitkomsten van een recent experiment dat is uitgevoerd aan de Universiteit Twente (Hall et al., 2003), waarbij twintig wel en achttien niet uit Nederland afkomstige promovendi de taak kregen om delen van een website te gebruiken en te beoordelen in retrospectieve hardopdenk-sessies gevolgd door plus-en-minsessies.

Terwijl de opbrengsten van de hardopdenksessies bij de twee groepen proefpersonen vergelijkbaar waren, leverden de plus-en-min-sessies met de proefpersonen die afkomstig waren uit Nederland (een land met een cultuur die de onderzoekers als individualistic/low-context kenschetsen) aanzienlijk meer informatie op over lezersproblemen dan de sessies met de proefpersonen die afkomstig waren uit collectivistic/high context landen als India, China en Turkije. In hun artikel doen de auteurs een beroep op de beleefdheidstheorie en de daarin essentiële notie van gezichtsbehoud ("facework"). Verwijzend naar Ting-Toomey (1998) nemen Hall et al. onder meer aan dat in een individualistic/low-context cultuur het meest belang wordt gehecht aan gezichtsbewoud van de Ik en dat directe taalhandelingen in zo'n cultuur

domineren, terwijl in een collectivistic/high context cultuur de nadruk zou liggen op het gezichtsbewoud van de Ander en indirecte taalhandelingen domineren. Dat zou het proefpersonen uit een collectivistic/high-context cultuur moeilijk maken om op een directe manier te zeggen wat er goed en niet goed is aan een tekst die een ander gemaakt heeft, precies datgene dus wat in een plus-en-min-test van de deelnemers wordt verwacht. Mede gelet op de uitkomsten van onze pilot-studie lijkt verder onderzoek de moeite waard naar de vraag of plus-en-min-tests ook in andere situaties waarin proefpersonen uit diverse culturen afkomstig zijn, tot verschillende gedragingen leiden en zo ja, of de door Hall et al. daarvoor gesuggereerde verklaring de meest plausibele is.

Vragenlijst

Ook bij de afname van de vragenlijst speelden, zoals hierboven aangegeven, taalproblemen een storende rol. Maar in dit geval kon door maatregelen die ter plekke genomen werden toch bruikbare informatie worden verworven. Als indicatie voor de kwaliteit van de gegevens die dit deel van het onderzoek opleverde, beschouwen we hier de mate van interne consistentie van de antwoorden van de respondenten op vragen waarvan op inhoudelijke gronden een samenhang verwacht mocht worden. Gelet op het in paragraaf 2. besproken werk van Van Dyk achten we de meest interessante groep vragen in dit verband de drie vragen die we in de lijst hadden opgenomen over traditionele Afrikaanse overtuigingen die de effectiviteit van HIV/AIDS-preventie in de weg kunnen staan. Het ging om drie stellingen waarbij de respondenten op een vijfpuntsschaal moesten aangeven in hoeverre ze het ermee eens waren:

- Some people think that pregnant women should have sex, because a man's semen would be good for the growth of the baby.
- Some people think that women should have sex to remain fertile.
- A man's semen is good for a woman's health.

We vonden de samenhang tussen de reacties op deze drie vragen (Cronbach's $\alpha = .762$) voldoende om ze samen te voegen tot een nieuwe variabele die we ANTAO (Al dan Niet Traditionele Afrikaanse Overtuigingen) noemden. Binnen deze variabele onderscheidde we op basis van de mediaanscore twee waarden: traditioneel (score op vijfpuntsschaal: 4 en hoger; $N=14$) en niet-traditioneel (score op vijfpuntsschaal: lager dan 4; $N=16$).

We vonden geen samenhang tussen ANTAO-scores en proefpersoonvariabelen als leeftijd, geslacht, verblijfsduur in Nederland en geloofsovertuiging. In dat laatste geval maakte de uniformiteit van de antwoorden dat ook niet mogelijk: de religie van iedere respondent was Christelijk.

Opmerkelijk waren de relaties die er bleken te bestaan tussen enerzijds de ANTAO-scores en anderzijds de reacties van de respondenten op twee onderdelen van de vragenlijst; zie de tabellen 1 en 2.

Tabel 1: Samenhang tussen traditionele Afrikaanse overtuigingen en reacties

op de stelling AIDS can be cured

	yes, sometimes or don't know	no
traditioneel	10	3
niet-traditioneel	2	14

Chi-kwadraat (1) = 12.272; $p < 0.001$
missing value: 1

Er bleek een statistisch significante relatie tussen de ANTAO-scores en de ideeën over de genezingskansen bij AIDS. De misvatting dat AIDS misschien te genezen zou zijn (yes, sometimes or don't know) kwam bij respondenten met traditionele Afrikaanse overtuigingen aanmerkelijk vaker voor dan bij respondenten die die overtuigingen in mindere mate zijn toegedaan.

Tabel 2: Samenhang tussen traditionele Afrikaanse overtuigingen en antwoorden op de vraag If I had AIDS I would visit...

	a western doctor	both a western doctor and a traditional African healer
traditioneel	6	6
niet-traditioneel	14	2

Chi-kwadraat (1) = 4.725; $p = 0.030$ (verwachte waarde van 2 cellen < 5)
Likelihood Ratio (1) = 3.066; $p = 0.028$
missing values: 2

Er was ook een significant verband tussen de ANTAO-scores en het soort medische deskundigheid waarop men in geval van een AIDS-besmetting een beroep zou willen doen. Weliswaar stelden alle respondenten dat ze een westerse arts zouden raadplegen, maar respondenten met traditionele Afrikaanse overtuigingen kozen er vaker dan anderen voor om daarnaast bij een traditionele Afrikaanse genezer te rade te gaan. Dat gedrag stemt overeen met het beeld dat Van Dyk (2001b) schetst, waar zij schrijft dat: "many Africans will have a mix of traditional African and Western beliefs" (65). Elders merkt zij op, geheel in lijn met onze bevindingen, dat: "many black people [...] consult both traditional healers and biomedical professionals [...]." Ter verklaring schrijft Van Dyk dat: "While the traditional healer is consulted to diagnose the personal cause of the condition (e.g. bewitchment) or to prevent a recurrence (e.g. by performing a ritual), a Western doctor is consulted for medication to treat the condition symptomatically [...]" (Van Dyk, 2001b: 61).

De uitkomsten in de tabellen 1 en 2 ondersteunen de claim van Van Dyk dat het belangrijk is om bij HIV/AIDS-voorlichting aan mensen die in Afrika wonen dan wel uit Afrika afkomstig zijn, rekening te houden met de mogelijkheid dat er sprake is van traditionele overtuigingen die invloed hebben op hun ideeën over HIV/AIDS. De in dit onderzoek gevonden effecten van traditionele overtuigingen zijn des te opmerkelijker omdat uit de statistische analyse geen andere significante relaties naar voren kwamen tussen respondentkenmerken en antwoorden op de vragen over AIDS en AIDS-preventie.

5. Conclusies

Met dit onderzoek wilden we ons een eerste beeld vormen van de relevantie van een aantal traditionele Afrikaanse overtuigingen voor opvattingen over HIV/AIDS. De antwoorden die de respondenten gaven op de vragen die we hun voorlegden, wijzen erop dat traditionele overtuigingen inderdaad de ideeën over HIV/AIDS serieus kunnen beïnvloeden. Als dat ook in ander onderzoek het geval zou blijken te zijn, kan dat belangrijke informatie zijn - niet alleen voor schrijvers van teksten die in Nederland onder Afrikanen wordt verspreid, maar ook en vooral voor ontwerpers van HIV/AIDS-voorlichtingsmateriaal in Zuidelijk Afrika. We willen dan ook pleiten voor meer en grootschaliger empirische studies naar de invloed op HIV/AIDS preventie-inspanningen van de culturele gebruiken en opvattingen die in het PEN-model van Van Dyk en Airhihenbuwa worden onderscheiden.

Een tweede doel van dit onderzoek was een indruk te krijgen van voor ons mogelijk onverwachte aspecten van het verloop van een tekstevaluatie-onderzoek waaraan een uit Afrika afkomstige groep participeert. Ook op dit vlak hebben we veel geleerd – vooral dat het bij dit soort onderzoek van het grootste belang is om met de proefpersonen te communiceren in een taal waarin ze echt vaardig zijn, liefst over teksten die in diezelfde taal geschreven zijn of anders in elk geval in een taal die ze ook goed begrijpen. Onduidelijk is vooralsnog in hoeverre de bruikbaarheid van de plus-en-min-methode samenhangt met de culturele achtergrond van de proefpersonen van wie gevraagd wordt tekstfragmenten te evalueren. Verder onderzoek lijkt ook op dit vlak de moeite meer dan waard.

Afdeling Bedrijfscommunicatie, KU Nijmegen
Departement Afrikaans en Nederlands, Universiteit van Stellenbosch

Bibliografie

Airhihenbuwa, C.O. 1989. Perspectives on AIDS in Africa. Strategies for

prevention and control. *AIDS Education and Prevention*, 1 (1): 57-69.

De Jong, M. & P.J. Schellens. 1997. Reader-focused text evaluation. An overview of goals and methods. *Journal of Business and Technical Communication*, 11 (4): 402-432.

El-Karimy, E., M. Gras, C. Varkevisser, & A. van den Hoek. 2001. Risk perception and sexual relations among African migrants in Amsterdam. *Medische Antropologie*, 13 (2): 301-322.

Hall, M., M. de Jong, & M. Steehouder. Multiculturele website-evaluatie. Verschillen tussen individualistische en collectivistische proefpersonen *Tijdschrift voor Taalbeheersing* 25(3): 253 - 272

Hoeken, H & H. Korzilius. 2001. Enkele problemen bij experimenteel onderzoek naar de relevantie van cultuurverschillen. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 23 (4): 339-353.

Hofstede, G. 1980. *Culture's consequences. International differences in work-related values.* Newbury Park, CA: Sage.

Hui, C.H. 1988. Measurement of individualism-collectivism. *Journal of Research in Personality*, 22: 17-36.

Huff, R.M. & M.V. Kline (reds.). 1999. *Promoting health in multicultural populations. A handbook for practioners.* Thousand Oaks (Ca): Sage.

Murray-Johnson, L., K. Witte, W.-Y. Liu, A.P. Hubbell, J. Sampson & K. Morrison, 2001. Addressing cultural orientations in fear appeals. Promoting AIDS-protective behaviors among Mexican immigrants and African American adolescents and American and Taiwanese College Students. *Journal of Health Communication*, 6: 335-358.

Op de Coul, E. , I. Valkengoed, A. van Sighem, F. de Wolf & M. van de Laar. 2002. *HIV en AIDS in Nederland Rapport 44100017/2002*, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu, Bilthoven.

Ting-Toomey, S. 1998. Intercultural conflict styles. A face-negation theory. In: Kim, Y.Y. & W.B. Gudykunst, (reds.). *Theories in intercultural communication.* Newbury park, CA: Sage, 213-235.

Triandis, H.C., X.P. Chen, K. Darius & S. Chan. 1998. Scenarios for the measurement of individualism and collectivism. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29: 275-289.

UNESCO/UNAIDS. 2000. *A cultural approach to HIV/AIDS prevention and care. Summary of country assessments and project design handbook.* (beschikbaar via: <http://www.iaen.org/papers/>) Van Dyk, A.C. 2001a. *HIV AIDS Care & Counseling. A multidisciplinary approach.* 2nd ed. Cape Town:

Pearson Education South Africa.

Van Dyk, A.C. 2001b. Traditional African beliefs and customs. Implications for AIDS education and prevention in Africa. *South African Journal of Psychology*, 31 (2): 60-66.

(1) Dit onderzoek is opgezet in samenwerking met de Nijmeegse studenten Andrea Hagen en Carla Verwer; aan de uitvoering en analyse is verder meegewerkt door de studenten Eefke de Groot, Michel Lodder, Deborah Moulen, Maarten Schumm, Rachèl Wannet en Cathalijne Rodenburg. Een cruciale rol in de organisatie van de activiteiten is vervuld door dr. K.A. Adanse Pipim, coördinator van AFAPAC. Aan hem, aan zijn collega's binnen AFAPAC en aan de respondenten die bereid waren in het onderzoek te participeren zijn wij veel dank verschuldigd.

(2) Zie onder meer de volgende passage uit een recent onderzoeksrapport van het RIVM (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu): "The relative contribution of heterosexually infected individuals is increasing over the years [...] The proportion of patients from HIV endemic countries also increases over time, especially among women" (Op de Coul et al., 2002, p.3).

(3) Voor meer informatie over de Stichting AFAPAC (African Foundation for Aids Prevention And Counselling), die nauw samenwerkt met het Nederlandse AIDSfonds, zie <http://www.afapac.nl>

(4) Een voorbeeld uit de AFAPAC-brochure Help prevent AIDS!!:

A: AIDS stands for Acquired Immune Deficiency Syndrome. It is a disease caused by a virus. Once a person becomes infected, the individual cannot be cured.

B: Wow!! This is horrible! You are right!! I think everyone should know about this disease, and we should all try hard to avoid it. Pleeeeeeease wait a minute. I'll call all my friends to come and listen too. Phew!! Over here quick!

(5) ANPAD (South-Africa Netherlands research Programme on Alternatives in Development) is een organisatie die onderzoek in Zuid-Afrika bevordert waarin Nederlandse en Zuid-Afrikaanse collega's samenwerken, en die bijdraagt aan de financiering daarvan. Voor meer informatie over SANPAD zie <http://www.niza.nl/sanpad>

(6) Voor meer informatie over het onderzoeksproject met als titel Effectiveness of Public Information Documents on AIDS in South Africa (EPIDASA), zie <http://www.epidasa.org>

(7) Wel is er veel literatuur beschikbaar waarin de relatie tussen

cultuurvariabelen en voorlichting over HIV/AIDS in z'n algemeenheid wordt besproken (zie bijvoorbeeld Huff & Kline, 1999 en UNESCO/UNAIDS, 2000), maar spesifiek over voorlichtingsteksten is in dit verband nog vrijwel niet gepubliseer.

(8) Gebruik werd gemaak van een variant van de INDCOL-schaal zoals die werd ontwikkel deur Triandis et al. (zie Hui, 1988).

(9) Over maatregelen die genomen kunnen word om diverse soorte methodiese probleme het hoof te biede die zich voor kunnen doe in eksperimenteel ondersoek naar de moelike invloed van kultuurvershillen op de effekte van schriftelike kommunikasie, zie ook Hoeken & Korzilius (2001).

(10) Volgens Van Dyk (2001a, p. 111) is er, onder erkenning van de bestaande vershillen tussen groepe Sub-Sahara Afrikanen, sprake van een dominante sosio-religieuse Afrikaanse filosofie, en is het wel degelik moelike om van een gemeenskapelike Afrikaanse visie op het bestaan te spreke. Ook wist ze erop dat in de hedendaagse oertuiginge van veel Afrikanen zowel elemente uit de westerse als uit die tradisionele Afrikaanse kultuur te herkenne zijn.

(11) Dit standpunt word gedeel deur El-Karimy e.a. (2001) in een reent artikel over risicoperseptie en seksuele relaties onder Afrikaanse migranten in Amsterdam-Zuidoost. De auteurs konkludere: "Wil men een grotere bewuswording van het risiko op HIV en een grotere persoonlike verantwoordelikheid voor ziektepreventie bewerkstellige, dan zou een nuwe aanpak van voorlichting aansluiting moet biede met tradisionele standpunte en feitelik gedrag in plaas van deze sonder meer te verwerpe".

(12) Zie ook die zeer informatieve dokumentaire over AIDS in Zuid-Afrika die in mei 2002 deur die IKON in Nederland werd uitgezonden, en die verkrijgbaar is via <http://www.omroep.nl/ikon>. Die titel van deze dokumentaire Be wise – condomize die, van een vraagteken voorzien, ook die titel van dit artikel vormt, is afkomstig van een Zuid-Afrikaans billboard anno 2002, en is geïnspireer op die slogan Get wise – condomize, die deel uitmaakte van die Beyond Awareness Campaign van het Zuid-Afrikaanse Ministerie van Gezondheid.

[Elektroniese weergawes
van T.N&A](#)

[Kontaknommers](#)

[Algemeen](#)

[Riglyne vir
outeurs](#)

[Bo](#)