

# culturele indicatoren (III) : gerbner : het systeem is de boodschap

luc van poecke

## 0. Inleiding

De notie van de Culturele Indicatoren vindt haar oorsprong in de onvrede bij George Gerbner (Annenberg School of Communications, Univ. van Pennsylvania) met de klassieke aanpak in het mediaonderzoek.

In het analyseren van de effecten van de media heeft men zich, aldus Gerbner (cf. o.m. Gerbner, 1969a ; 1972b ; 1973a ; 1973b ; Gerbner en Gross, 1976) al te lang blind gestaard op wat in feite als secundair dient gezien en behandeld te worden. Men zou hierbij kunnen zeggen dat voor Gerbner datgene secundair is wat onmiddellijk aan het bewustzijn van de individuele zender en ontvanger is gegeven : het is dit niveau waar de onderzoeker zich in zijn analyse onvoldoende heeft van weten los te maken. Typisch voor deze traditionele aanpak is de aandacht die besteed wordt aan de directe en bedoelde veranderingen in de specifieke gedragspatronen, opinies, houdingen enz. die een geïsoleerde boodschap of campagne veroorzaken. Volgens Gerbner is dit onderzoek naar de onmiddellijke effecten van de (eventueel selectief gebruikte) media, waarbij men nooit verder gaat dan de bewuste bedoelingen en functies (informereren, ontspannen, opvoeden . . .), niet langer relevant.

Helemaal inadequaat wordt deze verouderde onderzoeksstrategie, wanneer men ze wil toepassen in het onderzoek naar de effecten van de televisie. Voor Gerbner vervult de televisie als geen enkel ander medium een functie die bovengenoemde invalshoek ten enenmale ontsnapt. Met andere woorden : het toepassen van de traditionele benaderingswijze van de massamedia miskent volledig de specificiteit van de televisie :

«These earlier modes of study were based on selectively used media and focused on attitude or behavior change. Both assumptions are largely inadequate to the task of conceptualizing and investigating the effects of television» (Gerbner en Gross, 1976 : 175)

We zullen nu trachten aan te tonen dat voor Gerbner de primaire functie van de massamedia in het algemeen en van de televisie in het bijzonder het produceren van een *ideologisch effect* is. In dit verband kan tevens gewezen worden op de door E. Katz op het 8ste Vlaams Congres voor Communicatiewetenschappen te Brussel naar voren gebrachte paper (cf. Katz, 1978), waarin de verschillende invalshoeken om de media-effecten te conceptualiseren op een rijtje werden gezet. Hierbij stelde Katz tegenover de traditionele researchmodellen (waar men zich concentreerde op beperkte en directe effecten en op de selectiviteit en de interpersonele relaties aan de kant van de ontvangers) een aantal nieuwere benaderingen die als 'theories of powerful mass media' werden gekarakteriseerd. De theorie van het 'ideologisch effect', waarin Gerbner duidelijk kan worden gesitueerd, is een van deze nieuwe benaderingswijzen.

Onderzoeken we nu wat voor Gerbner precies deze ideologische werking is en welke implicaties dit inzicht heeft voor de onderzoeksstrategie. Hierna zullen we dan een evaluatie geven van Gerbners visie op de media.

## 1. Ideologie en massamedia

### 1.1. De symbolische functies

Alle maatschappijen, aldus Gerbner (cf. b.v. Gerbner en Gross, 1976 : 176), pro-

duceren voor zichzelf en voor hun nakomelingen verklaringen van de realiteit. Deze sociaal geconstrueerde realiteit geeft een coherent, homogeen beeld van wat bestaat, wat belangrijk is, wat in relatie staat tot wat, en wat juist is. Iedere maatschappij cultiveert m.a.w., en dit via dominante rites en mythes, een soort grammatica die de handel en wandel van haar leden regelt, die stelt wat er geboden, verboden en toegelaten is, wat als passend, redelijk en heilzaam kan beschouwd worden. Dit socio-cultureel proces wordt door Gerbner de 'symbolische functies' genoemd : zij creëren een 'environment of symbols'. Onontbeerlijk voor iedere maatschappij, is deze ruimte typerend voor het menselijke (cf. ook : Gerbner, 1972b : 153).

Het is hierbij duidelijk welke functie dergelijke processen hebben. Dit systeem van gevestigde waarden en 'waarheden', deze logica van relaties en structuren die 'in de orde van de dingen zelf liggen', maken dat de leden van een bepaalde maatschappij zich thuis voelen in deze ordening. De symbolische functies legitimeren m.a.w. de maatschappelijke organisatie, rationaliseren, motiveren of naturaliseren ze. Zij dienen de 'gevestigde machten' :

«Common rituals and mythologies are agencies of symbolic socialization and control. They demonstrate how society works by dramatizing its norms and values. They are essential parts of the general system of messages that cultivates prevailing outlooks (which is why we call it culture) and regulates social relationships. This system of messages, with its story-telling functions, makes people perceive as real and normal and right which fits the established social order» (Gerbner en Gross, 1976 : 173)

Gerbner gebruikt het begrip zelden of niet, doch het ligt voor de hand dat we hier geconfronteerd worden met wat in de marxistische traditie de *ideologie* genoemd wordt, d.w.z. deze vorm van praxis waardoor concrete individuen tot leden, onderdanen ('subjecten') van een bepaalde maatschappij getransformeerd worden.

Deze laatste definitie komt van de Franse marxist Althusser, waarbij opgemerkt kan worden dat het niet oninteressant zou zijn Gerbners thematisering van het symbolische te vergelijken met Althussters ideologietheorie zoals die onder meer uitgewerkt werd in de nota 'Idéologie et appareils idéologiques d'état' (Althusser, 1970). Eén ding heeft o.i. Gerbner in dit verband alleszins op Althusser voor en dat is een beter inzicht in onze moderne massacultuur: terwijl ze beiden van oordeel zijn dat bovengenoemde functie vroeger voor het grootste gedeelte door de godsdienst werd uitgeoefend, meent Althusser dat in onze kapitalistische maatschappij deze rol overgenomen is geworden door de school. Althusser maakt hier een fout die typerend is voor de klassieke intellectueel en die Gerbner niet zal maken: volgens Gerbner dient men hier te wijzen naar de *massamedia*, in het bijzonder naar de *televisie*.

### 1.2. De primaire rol van de massamedia

Juist zoals voor Althusser bestaat voor Gerbner een ideologie niet uit 'rondzwervende ideeën', maar heeft ze een concreet, materieel statuut: zij ontwikkelt zich in teksten, *boodschappen*, die geproduceerd worden door *instituten* en het is op die manier dat een (collectief) *bewustzijn gecultiveerd* wordt. De ideologie ontplooit zich dus in concrete communicatieprocessen, die derhalve kunnen gedefinieerd worden als (cf. Gerbner, 1970: 72; 1972b: 153) sociale interactie door middel van boodschappen, waardoor een symbolische omgeving wordt gecreëerd. Hierbij wordt door Gerbner het ideologische niet zo zeer negatief, doch veeleer als een humaniseringsproces benaderd.

Het is hierbij zonneklaar, aldus Gerbner (cf. b.v. Gerbner, 1970: 69; Gerbner en Gross, 1976), dat de industrieel-technologische revolutie zich ook doorgezet heeft in het domein van de productie van de boodschappen. De massaproductie en de ultrasnelle distributie van boodschappen heeft een nieuwe sym-

bolische omgeving gecreëerd die de structuren en de functies van de instituten die deze produceren reflecteert. De massamedia hebben volgens Gerbner dan ook in de andere circuits van de sociale communicatie zowat voor een kortsluiting gezorgd: het door hen gecreëerde collectieve bewustzijn, het door hen gevormde publiek, zijn in de plaats gekomen van de vroegere sociale relaties.

De ideologie, zo kan men dus stellen, zal, en dit met alle gevolgen van dien, zich nu vooral ontplooiën in de massamedia, en, volgens Gerbner, vooral in de televisie.

Volgens Gerbner en Gross (1976) is de televisie het ideologisch apparaat bij uitstek: zoals geen ander medium weet de televisie allen te bereiken, de geïsoleerdheid van het individu op te heffen, de heterogeniteit binnen het publiek uit te vlakken, alle onderwerpen volgens standaardpatronen te verknippen; zoals geen ander medium bezit de televisie de soepelheid, directheid en interpellatieve kracht om de ideologische functie optimaal uit te oefenen: het medium begeleidt de mens van de eerste kinderjaren tot het graf. De televisie is de grote mytheverteller, het vlaggeschip van de industriële massacultuur, de allesomvattende socialiseringsmachine:

«TV penetrates every home in the land. Its seasonal, cyclical, and perpetual patterns of organically related fact and fiction (all woven into an entertainment fabric producing publics of consumers for sale to advertisers) again encompass essential elements of art, science, technologie, statecraft, and public (as well as most family) story-telling. The information-poor (children and less educated adults) are again the entertainment-rich in thrall by the myths and legends of a new electronic priesthood» (Gerbner en Gross, 1976: 175-A6)

Men (cf. Gerbner en Gross, 1976: 181) zou dus kunnen zeggen dat wat reeds in de andere massamedia aanwezig was door de televisie in zijn consequenties is doorgetrokken, nl. de productie van een allesomvattende massa-ideologie voor een massapubliek (dat de media zelf creëren). Het is hier dat de specificiteit van het medium ligt (1). Tevens wordt nu ten volle duidelijk dat voor Gerbner het zoeken naar de 'veranderingen' die bepaalde boodschappen zouden veroorzaken hebben, weinig relevant is. Veeleer dient men hier te spreken van het

creëren, bevestigen en verstevigen van een bepaalde ideologie, waarbij gereïstigeerd wordt tegen iedere insisterende verandering (cf. Gerbner, 1973: 267). Zoals Katz (1978) heeft opgemerkt behoort Gerbners visie tot die richting in het media-onderzoek die datgene wat voor het vroeger onderzoek irrelevant was, relevant vindt en omgekeerd. Vroeger was het zo, aldus Gerbner en Gross (1976: 180-181), dat men slechts sprak van een media-effect wanneer er een verandering in gedrag, houding, opinie... aanwijsbaar was. Zeker voor de televisie gaat deze redenering niet meer op:

«...stability may be the significant outcome of the sum total of the play of many variables /.../ We cannot look for change as the most significant accomplishment of the chief arms of established culture if its main social function is to maintain, reinforce, and exploit rather than to undermine or alter conventional conceptions, beliefs and behaviors»

Men dient dan ook te zeggen dat het eerste en enige doel van het media-onderzoek de studie van dit proces dient te zijn (Gerbner, 1972).

Een verder onderzoek naar de wijze waarop Gerbner het mechanisme van de ideologie/socialisering meent te kunnen thematiseren, zal ons een beter inzicht bieden in de motieven van Gerbner om de massamedia als de dominante ideologische instituten naar voren te schuiven.

### 1.3. Het verborgen curriculum

Zoals we reeds geschetst hebben is een van Gerbners belangrijkste stellingen dat communicatie interactie is door middel van boodschappen waardoor een symbolische omgeving gecreëerd wordt. Communicatie is op die manier socialisering en socialisering, m.a.w. het opnemen in een bepaalde cultuur is — alhoewel Gerbner het woord blijkbaar niet prefereert — ideologiseren. Door de communicatie krijgt het individu een weten mee dat hem tot lid maakt van een bepaalde maatschappij, deze maatschappij motiveert tot een orde waarin het individu zich terugvindt en thuisvoelt. Communicatie is derhalve een vorm van onderwerping, een vorm die echter niet zo zeer gewelddadig als wel *lerend* (2) is. Kortom: doorheen de

communicatie ontvouwt zich een globaal *curriculum* :

«... a lesson plan that no one teaches but everyone learns. It consists of the symbolic contours of the social order» (Gerbner, 1973 : 269)

Centraal in dit alles staan nu uiteraard de boodschappen via dewelke dit culturalisatieproces zich afspeelt. In dit verband nu tekenen zich doorheen het werk van Gerbner drie hoofdstellingen af, die we hieronder trachten te formuleren :

— Ten eerste stelt Gerbner dat *deze boodschappen een structuur, een systeem vormen* ('message systems'). Gezien de bovengenoemde opvattingen van Gerbner ligt deze stelling voor de hand. Als de primaire functie van de communicatie de produktie van een globale ideologische wereld is, dienen de individuele boodschappen gezien te worden als delen van een grotere structuur, delen die binnen deze structuur slechts hun betekenis en waarde krijgen. Men kan dus niet uitgaan van de delen, doch dient daarentegen te vertrekken van het geheel (cf. b.v. Gerbner, 1969a : 128). Het uitgangspunt dient dus, bijvoorbeeld, het televisiedrama in zijn geheel te zijn : welke symbolische wereld wordt door deze configuratie gecreëerd, welke axiologie ontwikkelt zich hierin, welke causale relaties worden als vanzelfsprekend, natuurlijk, waarschijnlijk voorgesteld enz. In dit verband ontloopt Gerbner zich als een heuse structuralist. McLuhan parafraserend stelt hij (Gerbner en Gross, 1975 : 177) *dat het systeem de boodschap is* en dat, wil men de effecten van de individuele boodschappen analyseren (cf. de Saussuriaanse 'parole'), men dient te vertrekken vanuit de socioculturele structuur (cf. de Saussuriaanse 'langue'). Iedere andere strategie komt neer op het spannen van de wagen voor het paard (cf. Gerbner, 1973a : 269 e.v.).

— Ten tweede, en dit sluit nauw aan bij de vorige stelling, functioneren volgens Gerbner deze boodschappensystemen primair op een *impliciete manier*. We dienen, aldus Gerbner (1973a : 270), onder het expliciete en fragmentarische van de individuele boodschappen te zoeken naar de symbolische patronen en functies die de collectieve moraal en de dominante sensibiliteit van de sociale orde onderhouden. Onder datgene wat direct aan het bewustzijn gegeven

is, belangrijker dan de intentionaliteit, 'het willen zeggen' van de communicator, relevanter dan de 'oppervlakkige' opinies en functies, is dus de symbolische orde werkzaam, een orde waarvan men op zijn minst kan zeggen dat ze *niet-bewust* is. Doorheen, bijvoorbeeld, het boodschappensysteem 'televisiedrama' tekenen zich waardehiërarchieën af, 'natuurlijke' opeenvolgingen van handelingen, vanzelfsprekende rollenverdelingen, kortom een publieke agenda, waarbij veeleer van 'basic assumptions about the 'facts' of life and standards of judgments...' (Gerbner en Gross, 1976 : 175) dan van specifieke houdingen en opinies dient gesproken te worden. Het curriculum dat zich hier ontplooit wordt door Gerbner (1973a) dan ook *verborgen* genoemd. Men ziet nu waarom Gerbner aan de televisie een zo belangrijke betekenis verleent. Het is het massamedium dat bij uitstek geschikt is om de globale ideologie van de geïndustrialiseerde massamaatschappij tot een massapubliek te brengen op de hierboven beschreven manier, d.w.z. : systematisch en impliciet, liefst verpakt onder de vorm van amusement :

«TV is the new (and only) culture of those who expose themselves to information only when it comes as 'entertainment'. Entertainment is the most broadly effective educational fare in any culture!... The nearly universal, non-selective, and habitual use of television fits the ritualistic pattern of its programming. You watch television as you might attend a church service, except that most people watch television more religiously» (Gerbner en Gross, 1976 : 177 ; cf. ook : Gerbner, 1972b : 153)

— De derde stelling rond het ideologisch effect van de media die we bij Gerbner kunnen terugvinden, luidt dat *de boodschappensystemen een tekst-immanentie bezitten*. Concreet betekent dit dat men, ten eerste, de effectiviteit van de media niet kan beoordelen vanuit een aan het systeem voorafgaande of externe intentionaliteit, functie of behoefte. Men kan, aldus Gerbner (1973b : 570, 1972b : 158) in feite nooit spreken van een 'falen' in de communicatie. Waar men van een mislukking kan spreken is op het terrein van de particuliere intenties of campagnes, doch deze mislukkingen zijn niet relevant voor de primaire werking van het medium. Men

kan zelfs zeggen dat mislukkingen op het oppervlakteniveau (het niveau van de bewuste intenties, functies, enz.) kunnen geïnterpreteerd worden als zijnde successen op het diepteniveau (het ideologische) : de ontvanger 'verstaat' de boodschap beter dan de communicator, maar dan wel in een zin die de laatste niet bedoelde. Trouwens, aldus nog Gerbner, boodschappensystemen kunnen hun primaire functie uitoefenen op een wijze die aan het bewustzijn én van de zender, én van de ontvanger ontsnapt.

Een boodschappensysteem, zo kan derhalve gezegd worden, verloopt onbewust en is gesloten. Dit impliceert dan ook dat, ten tweede, het onzinnig is de immanente systematiek van een dergelijk systeem te confronteren met de 'realiteit' buiten het systeem. Een boodschappensysteem verliest m.a.w. bij Gerbner iedere representatieve functie en kan derhalve niet meer beoordeeld worden vanuit criteria als 'waarheidsgetrouwheid', 'objectiviteit' enz. De primaire functie van de media ligt immers niet in het representeren, doch wel in het produceren van een coherente mythologie. Gerbner (1973b : 570-571) citeert in dit verband een studie waaruit de divergentie blijkt tussen het beeld dat deskundigen hadden over geesteszieken en het beeld dat de massamedia creëren (cf. het klassieke onderscheid tussen *epistèmè*, het echte weten, en *doxa*, het waarschijnlijke). Ook hier kan er volgens Gerbner geen sprake zijn van ineffektieve communicatie, we worden integendeel geconfronteerd met een krachtige werking van de media, waarbij niet de waarheidsgetrouwheid belangrijk is maar de symbolische functie die de massamediale dramatisering hier uitoefent :

«The symbolic functions of mental illness in popular drama may be primarily these of indicating a dramatically convenient resolution of certain problems or of designating a morally appropriate 'punishment' for certain sins» (Gerbner, 1973b : 571)

Onderzoeken we nu welke consequenties voor de onderzoeksstrategie deze visie op de functie van de media heeft.

## 2. Een vorm van inhoudsanalyse

### 2.1. De culturele indicatoren

De hierboven omschreven 'symbolische omgeving' wordt nu gepeild door wat

Gerbner 'culturele indicatoren' noemt. We hebben in dit verband Gerbners stelling reeds vernoemd dat boodschappensystemen geproduceerd worden door instituten en op die manier bij de mens een bepaalde visie op de werkelijkheid cultiveren. Het media-onderzoek zal zich dan ook met de volgende drie, niet te scheiden gebieden dienen bezig te houden: de analyse van de *institutionele processen*; de analyse van de *boodschappensystemen*; de *cultivatatie-analyse* (cf. o.m. Gerbner, 1969a; 1970; 1973b; 1977). Gerbner zal dan ook zeggen dat men via de culturele indicatoren komt tot een betrouwbare observatie van de wetmatigheden in de productie, de compositie, de structuur en de meningscultivatatie van en door de boodschappensystemen (Gerbner, 1973b: 558).

## 2.2. De analyse van de institutionele processen

Deze analyse vertrekt vanuit vragen als: welke zijn de relaties tussen de media-instituten en de andere maatschappelijke instituten; hoe en op welke niveaus worden de beslissingen genomen; op welke manier wordt de productie van de boodschappensystemen geregeld? enz.; kortom, de vraag is hier volgens welke modaliteiten de media hun sociale functie vervullen (cf. Gerbner, 1973b: 558 e.v.). De centrale notie is hier deze van de *macht*; communicatiepolitieke problemen zullen hier hun plaats vinden:

«The analysis must consider all major powers, roles and relationships that have a systematic and generalized influence on how messages will be selected, formulated, and transmitted» (Gerbner, 1973b: 559)

Naast een aantal interessante suggesties, geeft Gerbner in dit verband een schema waarin het proces van machtsuitoefening, controle, management en besluitvorming uitgetekend wordt. Dit schema, dat vertrekt vanuit de «overheid» (cf. Althussers «politiek-juridische staatsapparaten» -cf. noot 2) en eindigt bij het publiek, geeft de verschillende soorten machtsrollen aan waarmee men hier rekening dient te houden, het type van machtsuitoefening, en hun functie binnen het proces.

## 2.3. De analyse van de boodschappensystemen

Belangrijk in dit verband is Gerbners (1970: 71-72) stelling dat noch de analyse van het institutioneel proces, noch de (hieronder nog te bespreken) analyse van de cultivatie enige verklarende kracht kunnen bezitten, *zolang men niet vertrekt vanuit de analyse van de boodschappensystemen*. De symbolische omgeving, die in de (massa-)communicatie wordt geconstitueerd, vormt immers de basis van de sociale interactie, zodat zowel de uitoefening van de macht (en de contestatie van deze macht) als het cultivatie/socialisatieproces bij het publiek, verloopt binnen de dominante symbolische omgeving en van hieruit dient geanalyseerd te worden.

Deze stelling heeft belangrijke consequenties. Vooreerst (cf. Gerbner en Gross, 1976: 180) is het nu voor Gerbner mogelijk research paradigma's af te wijzen waarin de boodschap zelf wordt overgeslagen als een te verwaarlozen vehikel voor een reeds voorafbestaande gedachte. Vervolgens wordt nu het klassieke communicatiemodel gedecentreerd. Tegenover het traditionele simplisme waarbij het centrum hetz bij de zender (diens intentionaliteit b.v.), hetz bij de ontvanger (diens te bevredigen behoeften b.v.) ligt, wordt nu immers het systematisch spel van structureel verbonden boodschappen geplaattst:

«The central dimensions of cultural analysis stem, not from intentions or policies or individual cognitions, but from the actually shared messages that mediate public perspectives and provide such common bases for social interaction (both dissent and consensus) as shape the course of public events» (Gerbner, 1970: 72)

Ook hier zien we derhalve hoe Gerbner huiverig staat tegenover het klassieke conceptenapparaat en datgene afwijst dat gewoonlijk als de oorzaak van het verschijnen van een bepaalde boodschap wordt aangewezen. Tegenover de bedoeling, de behoefte, de functie... wordt nu het anonieme, niet direct bewuste en systematische van het verborgen curriculum geplaattst, waarover het volgende gezegd wordt:

«Nothing happens in it independently of man's will, although much that happens may again escape individual awareness or scrutiny» (Gerbner, 1973a: 267)

Laten we nu even nader ingaan op Gerbners analysemodel. Hierbij dient men zich te herinneren dat volgens Gerbner in iedere maatschappij, via de communicatie, basisonderstellingen worden gecreëerd over wat *bestaat* (en wat niet aanwezig is in de «synthetische wereld» van een boodschappensysteem bestaat voor dit systeem niet), wat *belangrijk is*, wat *goed/slecht is* en wat in *relatie* staat tot wat. Het inhoudsanalytisch model van Gerbner (cf. 1970; 1973b) zal nu binnen een gekozen boodschappensysteem *empirisch-kwantificerend* de aldus gevormde vier dimensies, nl. deze van het *bestaan* («existence»), van de *prioriteiten* («priorities»), de *waarden* («values») en de *relaties* («relationships») trachten te onderzoeken. De aldus uitgevoerde metingen worden gecombineerd tot culturele indicatoren zoals, bijvoorbeeld, de geweldindex voor het televisiedrama (cf. Gerbner 1969b; 1972a; Gerbner e.a., 1976; 1977; 1978)

Wat men concreet meet is:

— de *aandacht* die aan iets besteed wordt: de «measure of attention» indiceert de aanwezigheid van items, topics, thema's, mensen enz.

— de *nadruk* die iets krijgt: de «measure of emphasis» instaurert een context van prioriteiten waarin het ene meer naar voren zal gehaald worden en het andere minder intensief behandeld of centraal zal geplaattst worden.

— de *tendens* die iets meekrijgt: de «measure of tendency» tracht het standpunt uit te drukken van waaruit iets voorgesteld wordt door bepaalde kwalificaties en connotaties te kwantificeren.

— de *structuur* waarin iets verschijnt: de «measure of structure» tracht de gemeten grootheden in clusters onder te brengen om op die manier de logica, patronen, structuren... in de boodschappensystemen statistisch bloot te leggen.

Gerbner zelf (1969a:123) stelt dat dit model binnen het theoretisch veld van de inhoudsanalyse in die mate origineel te noemen is, dat het specifiek ontworpen is om de (volgens hem) voordien miskende primaire functie van de massamedia te analyseren. Hoe dan ook, men kan dit analysemodel een zekere subtiliteit niet ontzeggen, zelfs wanneer men allergisch is aan het beate empirisme waarin ook dit model, zoals alle inhoudsanalytische modellen, is gedrenkt.

Interessant in dit verband is wel dat Gerbner (b.v. 1972a : 29 ; 1973b : 570) blijft insisteren op het structurele, systematische karakter van het te bestuderen domein. Men bestudeert (telt) niet zomaar bijvoorbeeld «geweld» op televisie, doch wel eenheden in relatie ; wanneer de structuur verandert, verandert tevens de betekenis van deze eenheden :

«When the symbolic context changes, the significance of acts changes! . . . / Such observations enable us to ask questions about what *that* message might cultivate in public conceptions and behavior» (Gerbner, 1973b : 570)

#### 2.4. De cultivatie-analyse

Zoals reeds gezegd is voor Gerbner de cultivatie werkzaam «onder» oppervlakfenomenen als «informatie», «educatie», «ontspanning», «persuasie» enz. : of ik het eens ben of niet met een bepaalde boodschap is van secundair belang, primair is dat de ideologie — die ruimte laat voor tegenstellingen en conflicten — zich ontplooit en een bepaalde levensvisie gecultiveerd wordt (cf. nog : Gerbner, 1969a : 172).

Vanuit het inzicht in de boodschapssystemen en de instituten die deze produceren dient de cultivatie-analyse het mechanisme na te gaan volgens hetwelk de media hun effect bereiken. Dit onderdeel van het onderzoek zal dan ook, weerom kwantificerend, trachten na te gaan welke basis-onderstellingen i.v.m. feiten, normen en waarden van het leven en de maatschappij de symbolensystemen hebben gekweekt bij diegenen die blootgesteld werden aan deze systemen.

Belangrijk hierbij is de culturele indicator die de «*cultivating differential*» wordt genoemd (cf. o.m. Gerbner en Gross, 1976 : 181 e.v.). (Al te grof) schematiserend kan men zeggen dat Gerbners redenering hier de volgende is. Wil men b.v. onderzoeken wat specifiek het symbolensysteem dat zich via de televisie ontplooit, cultiveert bij de kijkers, dan dient men er rekening mee te houden dat naast dit medium er ook nog andere instanties zijn die het wereldbeeld van de kijker medebepalen. Een inzicht in de specifieke inbreng van de televisie tracht men nu te verkrijgen door het wereldbeeld van een groep intense kijkers («heavy viewers») naast dit van een vergelijkbare groep occasionele kijkers («light viewers») te leggen :

het zo bekomen verschil produceert de «cultivation differential», die dus aan geeft welk wereldbeeld televisiekijken zou cultiveren. Nemen we in dit verband Gerbners geliefkoosd terrein : geweld op de televisie. Uit het voorgaande moet het duidelijk geworden zijn dat bij Gerbner niet de theorie van «het aanzetten tot . . .» dient gezocht te worden. Gerbner stelt verder nog het volgende :

«It is clear, at least to us, that deeply rooted sociocultural forces, rather than just obstinacy or profit-seeking, are at work» (Gerbner en Gross, 1976 : 189)

Wat er dan wel aan de hand is, is dat bij intensieve kijkers een bepaalde visie op de maatschappij en een hiermee gepaard gaand waarde- en normenbesef geïnterioriseerd werd, een logica ook van het winnen en verliezen, een systematiek van slachtoffers en agressors, een bepaalde rollenverdeling, een idee over de risico's in het leven en de prijs die betaald moet worden voor het overtreden van de wet . . . (cf. Gerbner en Gross, 1976 : 178 ; Gerbner e.a., 1978 : 184). Gerbner en Gross (1976 : 191 e.v.) hebben hierbij aangetoond dat voor intensieve kijkers de wereld veel dreigender verschijnt dan dat hij in werkelijkheid is en dat dit wereldbeeld, overbevolkt met wetsdienaars en agressors, dan ook de eis wakker roept naar meer orde en gezag en deze laatste ook legitimeert. Op die manier, aldus nog Gerbner en Gross, produceert de televisie mythes die maatschappelijk functioneel zijn : het medium fungeert hier als het belangrijkste instrument van socialisering en sociale controle, de repressieve krachten worden versterkt en verrechtvaardigd. Aan dit concrete voorbeeld ziet men dus wat voor Gerbner de media in wezen zijn : zij fungeren als de gevestigde religie van de industriële maatschappijstructuur, zij hebben m.a.w. juist dezelfde relatie tot de macht als de kerk vroeger had tot de staat (Gerbner en Gross, 1976 : 194).

### 3. Evaluatie

#### 3.1. Een simplificatie van de theoretische problematiek

We willen niet verhelen dat Gerbners globale visie op de relatie media-cultuur-maatschappij ons meer bekoort dan zijn concreet analysemodel. Dit laatste wordt naar onze smaak al te zeer

gekenmerkt door wat wel het handelsmerk zal zijn van alle inhoudsanalytische modellen, nl. een obsessie voor maat en getal als geruststellende garanten voor het waarheidskarakter van het eigen wetenschappelijk verhaal.

Niet dat we de cultuur beschouwen als een heilige koe die zich eens mocht verslikken in een of ander computerprogramma, of dat we het idee dat de cultuur kan gemeten worden zoals de economie een infame aanslag zouden vinden op de menselijke rijkdom en complexiteit van onze beschaving... Opvallend is echter dat de onderzoeksstrategie van Gerbner nogmaals aantoonde dat wanneer men de kwantificeerbaarheid van het analyse-object als noodzakelijk vooropstelt, de aangesneden theoretische problematiek gesimplificeerd wordt en een aantal lacunes gaat vertonen. Anders gesteld : het uitgangspunt dat het analysemodel kwantitatief zal zijn, beïnvloedt de algemene theoretische onderbouw ; deze laatste wordt in zijn verklaringskracht verzwakt, ten voordele van het «harde» cijfermateriaal dat de concrete analyses nu kunnen opleveren.

Concreet betekent dit dat o.i. bij Gerbner een aantal problemen onopgelost blijven insisteren, waarbij men zich kan afvragen of het bovengeschetst inhoudsanalytisch model gehandhaafd kan blijven, indien deze problemen gearticuleerd zouden worden.

#### 3.2. Een aantal lacunes

Bespreken we nu in het licht van bovenstaande redenering enkele stellingen van Gerbner.

— Gerbner stelt dat in de communicatie zich de cultuur ontplooit (dat m.a.w. communicatie cultuur is), dat de cultuur kan gedefinieerd worden als de ideologie en dat, tot slot, deze ideologie bestaat uit symbolensystemen.

Opvallend hierbij is nu dat Gerbner al bij al de specificiteit van het *symbolische* als dusdanig ongethematiseerd laat (en dat deze specificiteit derhalve evenmin terug te vinden zal zijn in het analysemodel). Weliswaar blijkt Gross interesse te hebben in die richting (cf. b.v. Gross, 1973) en is Gerbner soms iets explicieter (cf. Gerbner, 1972b), doch het is duidelijk dat een degelijke uitwerking van het symbolische karakter van het analyse-object — uitwerking die tevens noodzakelijk is voor een verdere omschrijving van de ideologie — een of andere se-

*miotiek/semiologie* vereist. In deze ten-keleer kunnen dan vragen beantwoord worden als : wat is een symbool, wat is de relatie tussen het symbolische en het reële enz.

— Alhoewel iets explicieter uitgewerkt, blijft ook het *systeemkarakter* van het symbolische vaag. Er is weliswaar een vluchtige verwijzing naar het systeemdenken van Rapoport (Gerbner, 1969a), maar ook hier blijven een aantal dingen te veel ongezegd, opdat er van een structureel inhoudsanalytisch model werkelijk sprake zou kunnen zijn. We komen hierop in ons besluit nog terug.

— Wanneer de symbolische orde dan toch iets meer omschreven wordt, nl. als «artificieel en van een wetmatigheid die volledig sociaal en cultureel bepaald is» (Gerbner, 1973a : 267), dan rijst onmiddellijk de vraag naar het mechanisme waardoor een dergelijke orde, die niet reëel is (want symbolisch), toch bij de mediaconsument een wereldbeeld produceert dat als waar, evident, juist, natuurlijk, uit het leven gegrepen... verschijnt. Gerbners visie op de media (die een demystificerende is) vraagt m.a.w. naar een theorie over het «verwaarschijnlijgingsproces» d.w.z. naar een *retoriek*.

Men ziet derhalve reeds hoe binnen de theoretische problematiek een project van een semiotiek blijft insisteren die geschraagd dient te zijn door een verder uitgewerkt systeem- of structuurdenken en waarin een retorische theorie is ingebouwd. Men ziet echter ook dat, zolang men bij een klassieke inhoudsanalyse blijft, dit project niet noodzakelijk is, integendeel zelfs.

— Hetzelfde geldt voor de, door Gerbner veeleer impliciet gehanteerde oppositie tussen het *bewuste* en het *onbewuste*. Zoals we reeds gesteld hebben kan men in dit verband zeggen dat voor Gerbner het symbolische op zijn minst op een niet-bewust niveau werkzaam is. Het is echter duidelijk dat een verdere theoretisering van het feit dat — blijkbaar ook voor Gerbner — het bewuste het produkt blijkt te zijn van het onbewuste, Gerbner verder zou leiden dan hijzelf (of zijn analysemodel) wel wil. Een dergelijke theorie is nochtans noodzakelijk wil men een beter inzicht krijgen in het proces van wat Gerbner de «cultivatie» noemt, d.w.z. het proces waardoor het individu getransformeerd wordt tot een lid van een bepaalde gemeenschap, tot een subject.

We kunnen dus zeggen dat Gerbners theoretische visie ook hier aan verkla-

ringskracht inboet, en wel door de afwezigheid van een *theorie van het onbewuste* en van een hiermee verbonden *subjecttheorie*.

— Gerbner onderstreept de immanentie van de boodschappensystemen, wijst m.a.w. iedere beoordeling van deze systemen vanuit een extern criterium van de hand. De stelling echter dat de kracht en de betekenis van de symbolische functies in hun *verschil* ligt met

het reële (Gerbner, 1973b : 571), roept op zijn minst de noodzaak op dat het inhoudsanalytisch model zou vertrekken vanuit een *narrativiteitstheorie* en een *genretheorie*.

Welke verklaringskracht bezit immers een analyse van, bijvoorbeeld, het televisiedrama, wanneer men geen inzicht heeft in de specifieke logica die het verhaal beheerst en in de wetmatigheden die ieder genre kenmerken. Ook hier

(ADVERTENTIE)

## NIEUWIGHEDEN

### Geef de werkmans zijn loon voor zijn zweet opgedroogd is

door Mieke VAN HAEGENDOREN en Guy MOENS

Een onmisbare handleiding voor iedere syndicale militant, voor ieder die begaan is met de wereld van de arbeid en van de vakbonden. 210,-Fr.

### Stemmen voor Europa

door Hans VAN DER WERF

Stemmen voor Europa - waarom is dat belangrijk ? Wat betekent het, dat de kiezers voor het eerst toegang krijgen tot het beleid vanuit Brussel ? Hoe zal het direkt-gekozen Europees Parlement dat nieuwe mandaat hanteren ?

Deze en dergelijke vragen worden beantwoord in dit boek, dat bovendien informatie geeft over oorsprong en structuur van het Verenigd Europa. 195,-Fr.

### De openbare diensten van morgen

Congres 1978 - Studie verricht op verzoek van Christelijke Centrale van de Openbare Diensten. 330,-Fr.

### De derde wereld in ontwikkeling

door Louis BAECK

Het is een globale analyse van de ontwikkelingsproblemen waarin de verstremgheid van de politieke, sociale en economische invloeden duidelijk uit de verf komt. Als dusdanig is het ook goed bruikbaar in het onderwijs en in vormingsactiviteiten. 295,-Fr.

STANDAARD BOEKHANDEL

Naamsestraat 57, 3000 Leuven



zien we derhalve een discrepantie tussen de potentiële rijkdom van Gerbners visie en de verarming die blijkbaar de noodzaak tot kwantificeren met zich meebrengt.

— Tot slot kan ook nog gezegd worden dat, spijs de zorg die aan de analyse van de institutionele processen wordt besteed, de relatie tussen de symbolische/ideologische processen en hun maatschappelijke context onvoldoende uitgedekt wordt.

Stellingen als: «de ideologie handhaaft en versterkt het status quo», «weerspiegelt de structuur en de functies van de instituten», «verandert bij een verandering in de economisch-sociale structuren»... zeggen in feite te veel en te weinig. Het lijkt ons hierbij duidelijk te zijn dat slechts een beter inzicht in de hierboven geschetste problemen Gerbner tot een meer uitgebreide *ideologietheorie* kan brengen. Hierbij zou dan tevens de vraag verder kunnen opgelost worden naar de instanties die een ideologie determineren en naar de manier waarop verschuivingen in de symbolensystemen plaatsvinden. Immers, alhoewel de culturele indicatoren kunnen gebruikt worden om deze verschuivingen aan te duiden, brengt Gerbner weinig elementen aan om dit mechanisme te verklaren en te beschrijven en op die manier tot een *theorie van de geschiedenis* (alleszins van een «geschiedenis van de ideeën») te komen

#### 4. Besluit

Samenvattend kunnen we zeggen dat Gerbners visie op de media als producenten van het ideologisch effect op theoretisch vlak een potentiële rijkdom bevat die echter niet uitgewerkt kan worden. Deze uitwerking is immers niet alleen niet noodzakelijk voor het daarbijbehorend kwantitatief inhoudsanalytisch model, doch zou ook door dit model niet verdragen worden.

We hebben in dit verband gezien hoe bij Gerbner een project insisteert om de massacommunicatie als ideologie te bestuderen vanuit een semiologie/semiotiek waarin niet alleen een retoriek en een narrativiteits- en genretheorie zou dienen aanwezig te zijn, doch ook een verder uitgewerkt systeem- of structuurdenken. Hierbij zouden dan de notie van het onbewuste, de positie van het subject en de relatie ideologie-maatschappij verder gearticuleerd kunnen worden.

Men weet nu wellicht dat bovengenoemde problematiek juist datgene is

wat in de laatste decennia in en na het Franse structuralisme aan de orde is geweest. We hebben dan ook niet nagelaten Gerbner bij tijd en wijle een structuralist te noemen en Gerbner is dit ongetwijfeld o.m. daar waar hij de contextuele differentiaaliteit in de boodschappensystemen beklemtoont.

Ook hier kan men zich echter afvragen in hoever deze structurele intentie nog terug te vinden is in de concrete inhoudsanalyses die door Gerbner en de zijnen worden gemaakt. Het structuralisme tendeeert in het opstellen van zijn categorieën immers steeds naar differentiatie, het verschil, de onreducerbare specificiteit en heeft hiervoor ook de nodige concepten uitgewerkt. De vraag kan nu gesteld worden of deze concepten, die noodzakelijk zijn wil men oog hebben voor het specifieke, het verschillende, door een kwantitatieve inhoudsanalyse kunnen geprocedeerd worden. Of is het niet veeleer zo dat hier — en dit geldt al bij al ook voor Gerbner — het volgende cruciale bezwaar van Cicourel (1964 : 28) geldt :

«It is the language of measurement (in its generic sense) which imposes the necessary equivalence classes, not the theoretical concepts»

Dit bezwaar lijkt ons slechts weg-gewerkt te kunnen worden, wanneer men radicaal vanuit een andere visie op het onderzoek vertrekt.

#### Noten

(1) In dit verband zouden we, zij het dan al niet op een incoherentie, dan toch op een zekere dubbelzinnigheid willen wijzen. In hun poging om de specificiteit van de televisie zo scherp mogelijk af te bakenen, gaan Gerbner en Gross (1976) zo ver dat de indruk ontstaat dat de televisie voor een fundamentele breuk heeft gezorgd in de geschiedenis van de massamedia. Niet alleen wordt hierbij wat hier als het ideologisch effect werd beschreven zowat voorbehouden aan het medium televisie, doch ook wordt de indruk gewekt dat de traditionele aanpak wel relevant is voor de andere massamedia. Deze mening, die reeds afgezwakt wordt in bovengenoemd artikel zelf (cf. Gerbner en Gross, 1976 : 181), vindt men niet zo geprofileerd terug in de andere artikels van Gerbner. Daar wordt veeleer gesteld dat de primaire functie van de massacommunicatie (één van de communicatie in het algemeen) de ideologische is, waardoor noties zoals selectiviteit en verandering secundair kunnen worden genoemd. De televisie krijgt hierbij wel een specifieke, doch geen unieke rol toebedeeld

(2) Het is wellicht interessant hier te vermelden dat volgens Althusser (1970) de staatsapparaten (de «superstructuur») opgedeeld kunnen worden in de juridico-politieke en de ideologische. De eerste func-

tioneren dominant (doch niet uitsluitend) repressief, de tweede dominant (maar evenmin uitsluitend) ideologisch.

#### Geciteerde Literatuur

- ALTHUSSER, L., 1970, "Idéologie et appareils idéologiques d'état", in : Althusser, 1976 : 67-125.
- 1976, *Positions* (Paris : Ed. Sociales)
- BAKER, R.K. en BALL S.J. (eds.), 1969, *Violence in the Media* (Washington D.C. : Government Printing Office)
- CICOUREL, A.V., 1964, *Method and Measurements in Sociology*, (New York : Free Press)
- COMSTOCK, G.A. en RUBINSTEIN E.A. (eds.), 1972, *Television and Social Behavior. Vol. I : Media Content and Control*, (Washington D.C. : Government Printing Office)
- GERBNER, G., 1969a, "Toward 'Cultural Indicators' : The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems", in : Gerbner e.a. (eds.), 1969 : 123-132
- 1969b, "Dimensions of Violence in Television Drama", in Baker en Ball (eds.), 1969
- 1970, "Cultural Indicators : The case of Violence in Television Drama", in : *The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, 388 : 69-81
- 1972a, "Violence in Television Drama : Trends and Symbolic Functions", in : Comstock en Rubinstein (eds.), 1972 : 28-187
- 1972b, "Communication and Social Environment", in : *Scientific American*, 227, 3 : 153-160
- 1973a, "Teacher Image in Mass Culture : Symbolic Functions of the 'Hidden Curriculum' ", in : Gerbner e.a. (eds.), 1973 : 265-286
- 1973b, "Cultural Indicators : The Third Voice", in : Gerbner e.a. (eds.), 1973 : 555-573 (voor een licht gewijzigde en verkorte versie : Gerbner, 1977)
- 1977, "Comparative Cultural Indicators", in : Gerbner (ed.), 1977 : 199-205
- GERBNER, G. en GROSS, L., 1976, "Living with Television : The Violence Profile", in *Journal of Communication*, 26,2 : 173-199
- GERBNER, G. e.a., 1976 *Violence Profile n° 7. Trends in Network Television Drama and Viewer Conceptions of Social Reality* (Philadelphia : The Annenberg School of Communications)
- 1977, "TV Violence Profile n° 8 : The High-lights", in : *Journal of Communication*, 27 : 171-180
- 1978, "Cultural Indicators : Violence Profile n° 9", in *Journal of Communication*, 28,3 : 176-207
- GERBNER, G. (ed.), 1977, *Mass Media Policies in Changing Cultures* (New York : John Wiley & Sons)
- GERBNER, G. e.a. (eds.), 1969, *The Analysis of Communication Content* (New York : John Wiley & Sons)
- 1973, *Communication Technology and Social Policy : Understanding the New 'Cultural Revolution' "*, (New York : John Wiley & Sons)
- GROSS, L., 1973, "Modes of Communication and the Acquisition of Symbolic Competence", in : Gerbner e.a. (eds.) 1973 : 189-208
- KATZ, E., 1978, "On Conceptualizing Media Effects" (Paper prepared for the 8th Flemish Conference on Communication Science) (In druk ; samenvattende vertaling in : *Communicatie*, 1978,8,2 : 2-5)