HOOFDSTUK I:
POSITIEBEPALING

PAR. 1: ONTWIKKELING VAN ONDERZOEK

1.1.

Studie en onderzoek van massakommunikatie kan men geen onbetreden gebied meer noemen, maar de ontwikkeling ervan in de loop der decennia geeft nog zo weinig reden tot tevredenheid dat sommigen van mening zijn dat het massakommunikatief onderzoek toch nog in een aanvangsstadium verkeert. Misschien lijdt het onderzoek niet meer onder dezelfde vaagheid en onder het zelfde gevoel van frustratie als Berelson in 1959 konstateerde [1]). Maar in uitspraken die de laatste jaren hier en elders zijn gedaan, klinkt toch teleurstelling door. Zo komt Nordenstreng t.a.v. het Amerikaanse onderzoek tot de volgende uitspraak: „I do have the naughty feeling that much of communicology has in practice been trivial factualization- a reorientation from naive professionalism to naive research" [2]). En Kempers stelt hier: „. . . dat de beoefenaren der massacommunicatiestudie, wanneer men hen vraagt algemene conclusies te formuleren over de 'invloed' van de media, niet zelden hun toevlucht zoeken tot de vaagst moeilijke generalisaties, die dan bovendien nog eerder betrekking hebben op wat de massamedia allemaal *niet* kunnen doen dan op wat ze *wel* kunnen [3]).

1.2.

Steeds duidelijker merkt men ook op dat de ontwikkeling tot op heden allerminst evenwichtig verlopen is. Halloran b.v. konstateert dat in dit veld „de methodologische ontwikkelingen veel verder zijn dan de theoretische en dat de aandacht voor de diverse gebieden niet evenredig is geweest" [4]). Een bijdrage van Kempers die de titel draagt: *„Selectiviteit in de massacommunicatiestudie"* [5]) onderstreept eveneens de onevenwichtige ontwikkeling van studie en onderzoek op dit terrein. Op het punt van de selektiviteit is er overigens weinig verschil met de andere sociaal-kulturele wetenschappen. De ontwikkeling „shows the influence of different models of society and images of man, and illustrates the response to the perceived problems of the time and the accompanying manifestations of concern", aldus Halloran [6]).

1.3.

Tegen deze achtergrond is het alleszins verklaarbaar dat er stemmen opgaan die vragen om een kwalitatieve en kwantitatieve verbetering van studie en onderzoek van massakommunikatie. Ten onzent wordt op de universiteiten gepleit voor een erkenning en uitbouw van de kommunikatiewetenschap.

In het veld van het toegepaste onderzoek voelt men de behoefte aan een breder referentiekader. Het beleid in zijn verschillende openbare en partikuliere variaties vraagt niet alleen om grotere feitenkennis maar ook om een integratiekader voor de feiten. En ten laatste, maar niet het minste, komt uit de praktijk de eis naar voren van een steeds betere fundering en begeleiding van de voortschrijdende professionalisering. Al deze milieus stellen meer gekompliceerde en komplekse eisen aan studie en onderzoek, eisen waaraan slechts ten dele voldaan kan worden.

1.4.

Dit bewustwordingsproces of misschien zelfs wel „pijnlijk ontwaken" is niet verklaarbaar uit de stand van studie en onderzoek van massakommunikatie alleen. Het moet ook teruggevoerd worden op spanningen en veranderingen in het objekt en zijn omgeving en tussen objekt en omgeving. Schiller wijst erop dat ontwikkelingen in het objekt hun weerslag moeten hebben op het onderzoek van dit objekt: „as the general system undergoes increasing stress, mass communication research too emits distress signals which are picked up in diverse centers" [7]). Enkele punten waarop deze druk zich in onze samenleving openbaart zijn de voortschrijdende koncentratietendensen in de periodieke en niet-periodieke pers, de feitelijke verschuivingen in ons omroepbestel, de opkomst van de regionale c.q. lokale informatieverschaffing en de recente en merkwaardige opleving van de filmindustrie.
Voorts kan men spanningen waarnemen in de relatie informatieverschaffing-politiek die enerzijds op onderscheiden niveaus een steeds grotere mededeelzaamheid eist en anderzijds de gedifferentieerde behoefte aan informatie bij de mensen vergroot.

1.5.

De veelzijdige en verstrekkende ontwikkelingen die soms als een krisis of een revolutie worden ervaren of gezien, vragen om een erkenning van en bezinning op de behoefte aan onderzoek. Het is legitiem maar onvoldoende om deze behoefte alleen op te voeren als een georganiseerde en soms kontinue vorm van feedback voor de zender. Vanuit de zender gezien zal het zeker ook marktverkenning kunnen zijn voorafgaand aan produktie en verspreiding. Bovendien leeft ook aan ontvangerskant, of het nu gaat om individu, groep, organisatie of instelling, behoefte aan inzicht in het funktioneren van massakommunikatie om de betekenis ervan beter te kunnen schatten en eventueel te kunnen veranderen. Bovendien worden ook vanuit de omgeving behoeftes aan inzicht in het massakommunikatieproces kenbaar gemaakt en soms zelfs als eis geformuleerd [8]).

PAR. 2: VORMEN VAN ONDERZOEK

2.1.

De behoefte aan meer uitgebreid en diepgaand onderzoek plaatst het onderzoek zelf in het middelpunt van de aandacht. Wat kunnen we er onder verstaan? Eerder dan een monolitisch gegeven is het een verzameling van weliswaar in veel opzichten verwante, maar desalniettemin onderscheiden en verschillende soorten aktiviteiten. De verwantschap ligt naast het onderzoek van het ene objekt massakommunikatie op het ogenblik hoofdzakelijk in de wetenschappelijke aard van de gebruikte methodes en pas veel later in de vraagstelling of de gewenste resultaten.

2.2.

De meest gangbare indeling van onderzoek is die welke berust op een globaal onderscheid tussen zuiver en toegepast onderzoek, in wezen berustend op de spekulatieve achtergrond van de eerste en de aktiegerichtheid van de tweede. De nuanceringen zijn gemakkelijk aan te brengen omdat men zich moeilijk toegepast onderzoek kan voorstellen zonder een minimum aan spekulatie en evenmin zuiver wetenschappelijk onderzoek dat zich nergens kompromitteert met enige praktijk. Desalniettemin kan men toch zeggen dat er ideaaltypisch gezien onderzoek denkbaar is waarvan kennis c.q. theorie als georganiseerde kennis het doel vormt en anderzijds onderzoek waarvan aktie c.q. toepassing het doel vormt en waarvoor kennis dus een middelfunktie heeft.

2.3.

De relatie tussen onderzoek en praktijk laat zich zeer duidelijk illustreren met een door Van den Ban gebezigd schema. Ofschoon dit thema gepresenteerd wordt m.b.t. de landbouwkunde is het ook toepasselijk voor studie en onderzoek van massakommunikatie. Ook daar is een dergelijke verbinding aanwezig tussen onderzoek en praktijk, maar nog te weinig uitgekristalliseerd en georganiseerd in zijn verschillende fasen. Voor het massakommunikatief onderzoek is b.v. de wederkerigheid tussen zuiver en toegepast onderzoek meer een wens dan een werkelijkheid.

fig. 1.1: de relatie tussen onderzoek en praktijk [9])

2.4.

Deze tweedeling betekent winst aan inzicht in de situatie van het onderzoek waarmee we ons hier konfronteren. Als we disciplinaire en methodologische onderscheidingen buiten beschouwing laten, is er zeker nog een kriterium dat in deze kontekst een bijzondere relevantie heeft en niet geëxpliciteerd wordt in de indeling zuiver-toegepast. Het betreft de afhankelijkheidsrelatie van het onderzoek i.c. de onderzoekende instantie die zich in het bijzonder beweegt rond de probleemkeuze c.q. de vraagstelling van het onderzoek. Komt de probleemkeuze tot stand door een onafhankelijke probleemkeuze van de onderzoekende instantie of is de onderzoeker in zijn probleemkeuze gebonden. Door een explicitering van dit kriterium krijgen we zicht op een latente tegenstelling binnen het onderzoeksveld rond de vrijheid van de onderzoeker.

2.5.

Uit het voorgaande houden we dus twee kriteria over om het onderzoeksveld in te delen:

a) naar het gewenste resultaat
   1) kennisverbetering: zuiver
   2) praktijkverbetering: toegepast

b) naar de probleemkiezer
   1) keuze door onderzoeker: onafhankelijk
   2) keuze door opdrachtgever: gebonden

Deze beide kriteria leiden tot de volgende typering van het onderzoeksveld:

tab. 1.1: algemene typering van massakommunikatief onderzoek

	zuiver	toegepast
onafhankelijk	akademisch onderzoek	oriëntatie-onderzoek
gebonden	fundamenteel onderzoek	beleidsondersteunend onderzoek

We krijgen dus de volgende vier typen onderzoek:

— akademisch onderzoek:
dat onderzoek waarbij de onderzoeker zelf zijn probleem kiest en onderzoek verricht ter verbetering van de bestaande kennis.

— oriëntatie-onderzoek:
dat onderzoek waarbij de onderzoeker zelf zijn problemen kiest en onderzoek verricht om de bestaande praktijk te verbeteren.

— fundamenteel onderzoek:
dat onderzoek waarbij de onderzoeker een probleem voorgelegd krijgt waarvan het onderzoek moet leiden tot verbetering van de bestaande kennis.

— beleidsondersteunend onderzoek:
dat onderzoek waarbij de onderzoeker een probleem voorgelegd krijgt, waarvan het onderzoek moet leiden tot verbetering van de bestaande praktijk.

Op de eerste plaats zij hier nog eens duidelijk gesteld dat het hier gaat om ideaaltypische vormen van onderzoek. De kans dat een type in de realiteit in zijn zuivere vorm voorkomt is zeer gering. Op de tweede plaats gaat het om een typering van onderzoek en beslist niet om een indeling van onderzoeksinstellingen. Het is onvoorstelbaar dat een bepaalde onderzoeksinstelling zich zou kunnen beperken tot een type onderzoek.

PAR. 3: ARGUMENTEN VOOR SAMENWERKING

3.1.

De verschillende types onderzoek die hiervoor beschreven zijn, vertonen methodologisch gezien een hoge mate van onderlinge betrokkenheid. Voor een optimale uitvoering zijn ze aangewezen op elkaars resultaten. Het is zinvol en vruchtbaar om aan deze onderlinge betrokkenheid ook in de praktijk vorm te geven. Uit de onderlinge afhankelijkheid van deze vormen van onderzoek kunnen we het *methodologisch argument* voor samenwerking afleiden. Het argument heeft in konkreto betrekking op overleg over methodes terwille van de onderlinge bruikbaarheid van gegevens en eventueel afspraken over de technische aspekten van het onderzoek omwille van de vergelijkbaarheid van uitkomsten.

3.2.

Terugkomend op het feit dat we ook disciplinair te maken hebben met verschillende soorten onderzoek van een enkel objekt, kan men pleiten voor meer interdisciplinaire samenwerking en multidisciplinaire aanpak. Daarvoor is noodzakelijk dat deze aanpakken en benaderingen expliciet met elkaar gekonfronteerd worden en dat hun uitkomsten met elkaar in verbinding gebracht worden. Het gaat hier om een materiële relatie middels het objekt waarmee dan het *materiële argument* voor samenwerking gegeven is. Tegenover de mogelijkheid dat koöperatie de eigenheid van de diverse disciplinaire aanpakken zou kunnen schaden, staat de kans dat konfrontatie de noodzakelijke aanvullende kennis zal verschaffen, die het eigen referentiekader beter tot zijn recht zal doen komen. Maar de samenwerking zal wel vragen om de onderlinge vergelijking en uitzuivering van het konceptuele kader.

3.3.

Een belangrijk argument voor samenwerking levert ook de konfrontatie met de hollende veranderingen in de massakommunikatie zelf. De hiervoor summier aangegeven veranderingen betreffen alle aspekten en elementen van het objekt en dwingen tot een uitbreiding en intensivering van de onderzoeksinspanningen. Er is sprake van een expansiedwang veroorzaakt door de ontwikkeling van het objekt. Deze leidt op haar beurt tot het *strategisch argument* voor samenwerking wat betrekking heeft op de inhoudelijke planning van het toekomstige onderzoek. Het is onvermijdelijk dat ook aandacht gegeven wordt aan de relatie tussen objekt en omgeving. Gezien het feit dat zowel onderzoek als objekt, als omgeving een stem hebben, zowel letterlijk als figuurlijk, zal bedoelde planning alleen maar de resultaten kunnen zijn van een breed overleg, wil zij aan uitvoering toekomen.

3.4.

Vooral de verscheidenheid van onderzoekstypen en disciplines leveren naast de nieuwe ontwikkelingen in het objekt, de huidige stand van het onderzoek en de eisen van het beleid t.a.v. en binnen de massakommunikatie een ander argument op voor samenwerking. De vraag is niet alleen of er voldoende gegevens aanwezig zijn voor beleidsontwikkeling, maar ook of er gezien de verschillende benaderingen een referentiekader is voor een integraal beleid. In feite komen we dan tot het besef dat kwalitatieve en kwantitatieve groei noodzakelijk is en dat daarvoor naast de inhoudelijke ontwikkeling ook een organisatorische koöperatie nodig kan zijn. Het *organisatorische argument* voor samenwerking kan zowel leiden tot integratie als specialisatie en betreft ook financiële en personele vraagstukken.

PAR. 4: DE MOMENTEN VAN SAMENWERKING

4.1.

Uitgaande van het feit dat de wil tot koöperatie bestaat kan men als eerste eis formuleren dat een beter en meer volledig inzicht verkregen zal moeten worden in wat tot op heden aan onderzoek verricht is, ook op detailpunten. Deze *inventarisatie* van verrichtte werkzaamheden en behaalde resultaten zal op de eerste plaats alle typen van onderzoek in Nederland dienen te omvatten omdat hierin een achterstand bestaat in vergelijking tot het buitenland. Ook de buitenlandse bestanden zullen met het oog op toekomstig onderzoek toegankelijk gemaakt moeten worden. Deze inventarisatie loopt als dienstverlening uit op *dokumentatie.*

4.2.

Koöperatie eist op de tweede plaats een vorm van *onderlinge informatieverschaffing* betreffende lopende aktiviteiten zowel wat eigen planning als uitvoering betreft.
Uitgaande van het voortbestaan, verstevigen en uitbreiden van de bestaande onderzoeksinstellingen zal deze informatieverschaffing pas zijn optimale rendement bereiken als zij gevolgd wordt door een *köordinatie* c.q. onderlinge afstemming van de planning en uitvoering van de afzonderlijke instellingen. In feite zal deze koördinatie moeten leiden tot het al in een zeer vroeg stadium bij elkaar brengen van gelijke of gelijksoortige behoeften en mogelijkheden. Zo komt ook het rationaliserend moment van de koördinatie meer tot zijn recht.

4.3.

Samenwerking in zijn totale vorm vraagt niet alleen om onderlinge afstemming en koördinatie, maar ook om het ontwikkelen van een

gemeenschappelijke planning boven of naast de partikuliere planningen. Dit kan alleen verantwoord gebeuren als aan de hand van wetenschappelijke en maatschappelijke relevanties prioriteiten in het veld zijn vastgesteld.
De gevraagde dienstverlening in dit verband is het scheppen van overlegmogelijkheden oftewel het kreëren van een *platform*. En het overleg vanuit verschillende achtergronden vraagt op zijn beurt om de ontwikkeling van een referentiekader dat als frame voor de gesprekken en het verwerken van de resultaten kan dienen. De planning zelf is aan geen tijdslimiet gebonden. De voortgaande ontwikkeling in objekt en omgeving legt echter beperkingen op en zal de nodige fleksibiliteit eisen evenals de terugkoppeling van de onderzoeksresultaten naar de planning.

4.4.

Op deze lijn van samenwerking tussen zowel individuele onderzoekers als onderzoeksinstellingen is de *Stichting Onderzoek Massacommunicatie* ontstaan als een logische stap op weg naar het antwoorden op het hiervoor geschetste geheel van samenhangende behoeften. Om te achterhalen welke konkrete inhoud dit behoeftepakket heeft, is door projektgroep 25 *„Massacommunicatiemodel"* van de SOM een rondvraag opgezet om te komen tot een systematische inventarisatie van deze behoeften, als een noodzakelijke stap om te komen tot een gekoördineerde planning van toekomstig onderzoek en praktische ervaring op te doen met de onderlinge informatieverschaffing betreffende onderzoeksaktiviteiten.
Dit laatste punt zal in een ander kader aan de orde komen. Wij zullen ons in dit verslag bezig houden met inventarisatie en planning.

4.5.

De projektgroep heeft in de zomer van 1974 de *„Nota projektgroep 25"* uitgebracht. Deze nota is vervolgens op 21 oktober 1974 door een dertigtal onderzoekers uit het gehele veld besproken. Overeengekomen werd om op het stramien van de nota een rondvraag te houden onder de aanwezigen en anderen die hun belangstelling kenbaar gemaakt hadden. Deze rondvraag werd ingeleid met een brief gedateerd op 4 november 1974 (zie bijlage 1) waarin gevraagd werd om een opgave van verricht, lopend, gewenst en in het algemeen van belang geacht onderzoek. In antwoord hierop werden van 22 personen schriftelijke reakties ontvangen (afgezien van de berichten van verhindering).
Daarvan bevatten twee slechts opmerkingen over de nota en de rondvraag als zodanig. Van de resterende 20 respondenten gaven er 7 duidelijk antwoord namens of voor een geheel instituut en de daaraan verbonden medewerkers. Half januari 1975 werden de laatste

antwoorden in eerste instantie ontvangen. Daarna is er met verscheidene respondenten nog schriftelijk en mondeling kontakt geweest voor het verkrijgen van aanvullende informatie en toelichtingen. Het aldus verkregen materiaal is daarna geklassificeerd en geëvalueerd in een voorlopig verslag getiteld: *„Naar een planning van massakommunikatief onderzoek"*. Dit voorlopige verslag is toegezonden aan respondenten en andere belangstellenden (42). Op 29 augustus 1975 vond over dit verslag een bespreking plaats met een vijftiental betrokkenen. Deze gedachtenwisseling resulteerde op verzoek van de vergadering weer in een nieuwe ronde voor schriftelijke reakties. Een tiental personen reageerden met opmerkingen en aanvullingen. De diskussie en de schriftelijke reakties zijn door de projektgroep verwerkt in dit definitieve verslag.