James Stappers

De eigen aard van televisie

Tien stellingen over cultivatie en culturele indicatoren

Kritiek op Gerbner's culturele-indicatoren aanpak en op de daarbij horende cultivatie hypothese valt te verdelen in een drietal kategorieën: kritiek op de onderzoeksuitkomsten, kritiek op de methodieken van onderzoek en kritiek op de achterliggende theorie. De oorspronkelijke opzet van Gerbner was om anders dan op de gebruikelijke stimulus-response wijze uit de psychologie de invloed van de media op mensen na te gaan. In de loop van de jaren werd het element 'geweld' steeds belangrijker. Enerzijds in de discussie welke in Amerika tot in de senaatscommissie plaats vond in het midden van de jaren '70 rond het functioneren van televisie, en die zich met name concentreerde op de wens naar een 'family hour' een periode in de vooravond waar het hele gezin onbekommerd zou kunnen genieten. Anderzijds maar natuurlijk niet los daarvan in het onderzoek, zeker waar dat pretendeerde een objectieve maat te hebben om geweld in het programma-aanbod vast te stellen. Het spreekt voor zich dat sommige pressiegroepen het op prijs stelden over zo'n meetinstrument en de daarmee verrichte metingen te kunnen beschikken. En het spreekt evenzeer voor zich dat de 'entertainment' industrie met de metingen niet gelukkig was en daarom de maatstaf aanviel. Van der Voort hoort zeker niet bij deze kategorie, maar de destijds optredende vermenging van onderzoek met zowel wetenschaps politiek als mediapolitiek [1]) had hem voorzichtiger moeten stemmen. Te gemakkelijk konkludeert hij dat de grote omroepen zich "niet ten onrechte" tegen Gerbner's bevindingen verzetten. Die omroepen zouden zich niet zo fel verzet hebben als de onderzoeksresultaten van Gerbner – en van andere onderzoekers die vaak niet dezelfde theoretische uitgangspunten hanteerden – niet zo ernstig genomen waren op niveaus waar beslissingen worden beïnvloed en genomen. De omroepen hadden in ieder geval uitstekend in de gaten dat voor Gerbner de indicatoren niet uit een klein kastje kwamen, maar uit een grote industrie.

De tweede kategorie betreft de kritiek op Gerbners onderzoek, op de indelingen en de maten daarbij gehanteerd. Dat is een lopende discussie en van der Voort kan zich daarbij aansluiten. Dat hij kritici als Newcomb [2]) en Hirsch [3]) niet noemt is verwonderlijk, en ook dat hij de reacties van Gerbner, Gross en anderen [4]) niet verdisconteert: een discussie verdient het dat ze cummuleert en niet repeteert.

Het is overigens een discussie tussen van der Voort en Gerbner, die dan ook maar tussen dezen gevoerd moet worden. Op sommige van de nu aangevoerde punten is door Bouwman [5]) en door Bouwman en Stappers [6]) al eerder ingegaan.

In deze reactie wordt een beperking gemaakt tot van der Voort's opmerkingen over de *theorie* van Gerbner. Niet omdat die theorie juist of bewezen zou zijn – daarover valt te discussieren –, maar omdat die theorie door ons de moeite (van het toetsen) waard wordt gevonden (culturele indicatoren is een zwaarte punt in het VWF-programma van de vakgroep communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit van Nijmegen) en van der Voort een vertekend beeld van die theorie ophangt. Dat vergemakkelijkt voor hem wel de bestrijding, maar bevordert de duidelijkheid niet. Op de gecreëerde misverstanden zal worden ingegaan in een aantal stellingen.

1. Televisie is niet "een klein kastje"

Voor de uitvinders van het nieuwe communicatiemiddel en voor de fabrikanten van huishoudelectrica mag televisie een klein kastje, respectievelijk miljoenen kleine kastjes zijn, dat is niet de televisie waar Gerbner het over heeft. "It is the first mass-produced and organically composed symbolic environment into which our children are born and in which they will live from cradle to grave".[7]) Televisie – althans in de Verenigde Staten, is vier miljoen uur aan programma's per jaar, is iets waar op 'n gewone avond honderd miljoen mensen naar kijken, is iets waar in het doorsnee gezin het toestel zeven uur per dag voor aanstaat. Kinderen worden meer uren van hun leven geconfronteerd met televisie dan met hun (andere?) opvoeders.
Televisie is niet dat kastje met het ietwat bolle glazen oppervlak waarop bewegende beelden verschijnen; televisie is een synthetisch milieu dat door een van de grootste industrieën geproduceerd wordt.

2. Het Cultural Indicators projekt bestaat uit drie delen

De eerste fase van het cultural indicator onderzoek is de "Institutional Process Analysis" (IPA), waarin onderzocht wordt hoe de media functioneren.[8]) Weliswaar besteedt Gerbner in zijn onderzoeken en publikaties relatief weinig aandacht aan dit deel althans veel minder dan aan boodschappen of ontvangers, maar daarin staat hij allesbehalve alleen. De zenderkant, als men wil de cultuurindustrie krijgt nu eenmaal minder aandacht dan de produkten van die industrie. Reeds Klapper, die "the nature of commercial mass media in a free enterprise society" een van "intermediating factors" noemde [9]) weet aan die benaming weinig toe te voegen. Maar wel bekend is dat commerciële televisie uit concurrentie overwegingen programma's brengt die een zo groot mogelijk deel van de consumentenmarkt zullen bereiken. Televisie is niet een techniek om boodschappen bij ontvangers te brengen, maar een methode om ontvangers te leveren aan adverteerders. Daarin ligt een belangrijke verklaring waarom de producenten hun produkten zoveel mogelijk laten lijken op dat van hun concurrenten: dat wat succes heeft, levert kijkers, wat geen kijkers-consumenten levert is niet interessant.
Wanneer van der Voort twee onderdelen van het cultural indicator onderzoek beschrijft, laat hij de Institutional Process Analysis weg. Voor het begrijpen van cultivatie is dat nochtans een essentieel bestanddeel: het verklaart waarom televisie zulk een homogeen programma-aanbod levert.

3. Het gaat bij de cultivatie hypothese niet om de afzonderlijke boodschappen maar om het boodschappen systeem

Het tweede onderdeel van het cultural indicators onderzoek betreft de boodschappen: de Message System Analysis (MSA), en het opnemen van het woord 'system' is daarbij niet toevallig. Het gaat niet om de afzonderlijke programma's, dat zijn in Gerbners ogen slechts variaties bereid met de afzonderlijke ingrediënten, het gaat om die ingrediënten zelf: Hoe is de televisiewereld samengesteld? " . . . the characteristics of a message system are not necessarily the characteristics of individual units composing the system".[10])
Voor het boodschappen systeem werden en worden in de MSA diverse kenmerken onderzocht. Bij voorbeeld wordt van de hoofd- en bijfiguren nagegaan: geslacht, ras, leeftijd, beroep en dergelijke. De demografie van de televisiewerkelijkheid blijkt dan duidelijk af te wijken van de sociale werkelijkheid waarin de TV kijkers leven.
Daarbij wordt, toegegeven, relatief veel aandacht besteed aan geweld als element in die televisiewerkelijkheid, al is de aandacht daar niet zo eenzijdig

op gericht als van der Voort doet voorkomen. Die belangstelling voor geweld is al zo oud als de inhoudsanalyses van televisie. Reeds de onderzoeken van Smythe and Remmers [11]) uit de jaren '50 behandelen geweld als een belangrijk thema. De discussie over het optellen van realistisch geweld en niet realistisch geweld stamt ook al uit deze periode. In het tijdperk van vóór de videorecorder was geweld, zeker het "komische" geweld in humoristische situaties bovendien moeilijk te tellen, omdat kodeurs de neiging hadden, en ook na training behielden, om dergelijk geweld voor minder gevaarlijk en minder bedriegend te houden [12]).
Uit een desondanks uitgevoerd onderzoek uit het eerste kwartaal van 1965 naar de televisieprogramma's die in Nederland vóór 21.00 uur werden uitgezonden bleek het NTS-kinderprogramma "Huckleberry Hound" (tekenfilm) het grootste aantal gewelddaden te vertonen: gemiddeld één per 32 seconden.[13]) Een dergelijke uitkomst relativeerde de uit Amerika afkomstig hoge cijfers van het televisie-geweld: kennelijk was niet alle vertoonde geweld gelijkelijk serieus te nemen.
Ook werd onmiddellijk duidelijk dat waar het de invloed op de kinderziel betrof (de direkte invloed van het zien van gewelddaden dus, want dat is waarover men zich zorgen maakt) dergelijke programma's niet op een lijn gezet mogen worden met (semi) sadistische speelfilms, die een realistische uitbeelding combineren met angstaanjagende muziek.
Wanneer recent onderzoek de inhoud van tv programma's nog of weer op dezelfde manier bekijkt, dan hoeft dat niet te betekenen dat men het bedoelde verschil veronachtzaamt. Op een heel ander niveau is de vraag blijven staan: wat betekent het (voor de kijker) dat gewelddaden kennelijk de voor de hand liggende oplossing zijn in relatieproblemen en dat geweldpleging een zo vaak voorkomend bestanddeel in amusement is. Die vragen worden niet beantwoord door te wijzen op het verschil tussen het ene soort geweld en het andere. Wanneer men constateert (en dat is bij eerste observatie al te doen) dat er een groot verschil bestaat tussen Amerikaanse tekenfilms (waar dieren vooral grappig zijn en in competitie met elkaar) en Russische tekenfilms (waar dieren veelal voor alles lief en aardig zijn), dan is het niet overdreven om hier een verschil tussen twee kulturen te vermoeden. En evenmin is dan overdreven dat er van dat gebleken verschil in kultuurprodukten iets, wat dan ook, terug te vinden is in de waarden en normen van consumenten van die kultuurprodukten.
Anders gezegd: van der Voort konstateert een verschil, dat in een stimulus-response situatie naar hij weet, relevant is, en konkludeert daaruit dat men de overeenkomst kan verwaarlozen. Toch laat hij na om aan te geven waarom juist die overeenkomst niet relevant zou zijn op het niveau waarop anderen werken.

4. De Amerikaanse televisie is heel anders dan de Europese

In het Cultural Indicators onderzoek van Gerbner is wel degelijk gekeken naar televisie-nieuwsuitzendingen. Trouwens daar bleken nagenoeg dezelfde demografische verdelingen voor te komen als die welke men in de 'drama'-programma's vond. Overigens zijn volgens Gerbner c.s. die dramaprogramma's belangrijker in het kultiveren van houdingen en meningen (daarover straks meer). Maar ook zonder een dergelijk uitgangspunt dient men te beseffen dat dramaprogramma's alleen al in kwantitatieve zin een overheersende plaats innemen.
In het winterseizoen '84-'85 is 'primetime' goeddeels daarmee gevuld. Uit het bijgevoegde schema [14]) is te zien hoe de drie grote networks elkaar bekonkurreren tussen 20.00 en 23.00 uur 's avonds met een aanbod aan series en speelfilms: voor wie goed zoekt is er nog iets anders te vinden. Daarbij komen dan later op de avond de 'late movie' en de 'late late movie', en over-

dag de herhalingen van tv-series van vroegere jaren. Voor een Amerikaans kind is het niet moeilijk om voor schooltijd al twee uur tekenfilms te hebben gezien (van de komische geweld klasse). Het is niet ondoenlijk om aktualiteiten of nieuws-shows (sic) te zien, maar de overgrote meerderheid blijft bij de drie networks en de ontspanning. Wie veel televisie kijkt, ziet *onvermijdelijk* veel 'drama'.

5. Televisiekijken is niet selectief

De opvattingen van Gerbner over de invloed die televisie heeft vinden steun bij twee konstateringen:
a) het commerciële stelsel leidt tot een homogeen aanbod en
b) dat de kijker niet selectief bezig is. De kijker kiest geen programma's, maar kijkt naar wat er is op het tijdstip dat hij gaat zitten kijken, liefst zonder van net te veranderen.
Dat laatste is, geheel los van het cultural indicator onderzoek aangetoond door Goodhardt en Ehrenberg c.s., eerst in Engeland en later ook voor Amerika.[15]) Ook voor Nederland gaat dat grosso modo op, al zijn er wel enkele opvallende uitzonderingen, zoals bijvoorbeeld de EO programma's. Maar die passen wel weer voorbeeldig in het vervolg van de formulering van Gerbner c.s.: ". . . television audiences . . . views largely non-selectively and by the clock rather than by the program. Television viewing is a ritual, almost like religion, except that it is attended to more regularly".[16])
Het heeft dan ook weinig zin om Gerbner's visie te bestrijden met het wijzen op een enkel uitstekend programma. De zware televisiekijker selekteert niet de krenten uit het aanbod: de zware televisiekijker in de USA kan geen zware kijker zijn tenzij hij veel doorsnee drama-programma's ziet.

6. De Cultural Indicators benadering is een effect-benadering

Al in 1956, toen er van culturele indicatoren nog geen sprake was, merkte Gerbner, bij het ontwikkelen van zijn communicatiemodel, op dat er twee kategorieën van effecten waren. De eerste, ook wel kortweg "effects" genoemd, was de kategorie van de effectiviteit, en die werden gemeten met kriteria ontleend aan de bedoelingen van de zender. De tweede kategorie noemde hij "consequences", gevolgen bedoeld of niet bedoeld, wenselijk of niet wenselijk, maar in ieder geval niet gemeten aan de bedoelingen van de zender.[17]) In een tijd dat effecten niet overwegend worden gemeten aan zenderintenties was dat een duidelijke verfijning, en dat alleen al zou voldoende reden moeten zijn om Gerbner's recente visie niet te snel een etiket 'effect-benadering' op te plakken. Nemen we aan dat de benaming "effect benadering" vijfentwintig jaar later niet meer de negatieve connotaties van destijds heeft. Dat kunnen we rustig doen wanneer we Windahl als leidsman nemen.[18]) Deze vergelijkt de effect-benadering met de 'uses and gratifications' benadering (die ook vaak, zij het niet door Windahl in zijn artikel een 'functionele' benadering genoemd wordt). Windahl's bedoeling is niet zo zeer de vergelijking tussen beide, als wel de synthese. Van beide benaderingen somt hij voor- en nadelen op [19]) (zie fig. 2). In van der Voorts weergave valt nogal wat weg.
Allereerst Windahl's observatie dat het 'uses and gratifications' model in strikte zin geen model van het massacommunicatieproces is, maar een model van het proces van ontvangen.[20]) Dat is niet onbelangrijk, omdat Gerbner zich als communicatiewetenschapper opstelt, en van der Voort toch hoofdzakelijk in de ontvanger en de aan die kant afspelende processen geïnteresseerd is.
Beziet men echter wat Windahl de voordelen van de effect-benadering noemt, en houdt men bij de nadelen rekening met het door Gerbner gemaakte onderscheid tussen "effects" en "consequence", dan is er geen enkele reden om Gerbner's Cultural Indicators aanpak niet tot de effect-bena-

dering à la Windahl te rekenen (de door Windahl gehanteerde termen "effects" en "consequences" hebben een geheel andere betekenis dan die welke Gerbner er in 1956 aan gaf). Het gaat er Gerbner om wat het medium tv met de mensen doet, hij start zijn analyse bij de zender (niet bij de boodschap, zoals van der Voort beweert, daarmee opnieuw de Institutional Process Analysis overslaand), het gaat om de invloed op de samenleving, en niet slechts om de bedoelde beïnvloeding.

7. De Cultural Indicator benadering is geen injectienaald theorie

Dat "effect theorie" een negatieve bijklank heeft, is een erfenis van de oude opvattingen, zoals die tot de jaren '40-'50 nog vrij algemeen aangehangen werden. Daar werd uitgegaan van een directe invloed van de inhoud van de boodschap op de passieve doch zeer receptieve ontvanger.
Voor Gerbner gaat het zoals gezegd niet om zo'n direkte invloed, wel om een gestadige invloed. Van der Voort's voorbeelden bij zijn 10e stelling zijn dan ook volledig misplaatst: hij wijst er op dat een gewelddaad op de televisie op de kijker een totaal andere indruk maakt dan diezelfde gewelddaad op de stoep voor de deur van diezelfde toeziende kijker. Dat wordt geenszins bestreden. In de cultivatie hypothese wordt verondersteld dat iemand die vele uren per dag met de televisiewerkelijkheid geconfronteerd wordt, die televisiewerkelijkheid als referentiekader voor zijn opvattingen zal hebben. Niet op dezelfde manier als die ene moord op de stoep, het gaat wel om véél moorden, 8 uur per dag, 7 dagen per week. De betekenis die deze hebben kan best gefilterd zijn door (andere) persoonlijke ervaringen. Van der Voort meent dat een voorwaarde voor beïnvloeding is "dat het geziene een realistische indruk maakt". Waar zou iemand die een derde van zijn levensdagen met slapen doorbrengt, een derde met werken, daar heen gaan of van terugkomen, en wederom een derde met televisiekijken de kriteria vandaan halen om het realistische karakter te beoordelen? Natuurlijk uit zijn eigen ervaringen en uit dat wat hem in persoonlijke contacten met andere verteld wordt; dus ook ervaringen, al komen die uit een soort tweede hand. Niet van die ene moord op zijn stoep die gelukkig voor hem nog niet plaats vond, maar van de vele keren dat hij het op het scherm zag. De zware kijker verwacht dat rechercheurs, die hij niet uit persoonlijke confrontaties kent, zich gedragen als de rechercheurs uit de televisie-series, en mutatis mutandis geldt dat voor de Italianen, diplomaten, gezagdragers, buitenlanders, negers.
Als de mensen hun waarneming en hun kijk op de realiteit – zo rationeel organiseerden als van der Voort beschrijft, waar zouden dan al die vooroordelen vandaan komen?
De kultivatie hypothese gaat er van uit dat voor de zware televisiekijker de televisiewerkelijkheid een milieu is, en het milieu is nu juist datgene wat je niet ziet,[21]) althans niet op een bewuste manier. Iedereen die in een vreemde kultuur komt, kan daar ervaren dat er dingen zijn die hij tot op dat moment als vanzelfsprekend had aangenomen, en waarvan hij dan pas realiseert hoe ze in zijn eigen kultuur in elkaar zitten.
Zo "leeft" de zware kijker meer in de televisie-wereld dan in de hem omringende dagelijkse werkelijkheid. Radio en pers spelen daarbij voor de zware kijker nauwelijks een rol. Zulks blijkt al uit de op- en aftelsom van de beschikbare tijd, en blijkt ook uit onderzoek: de Amerikaanse zware kijker leest nauwelijks. Persoonlijke contacten zouden gecorrigeerd kunnen werken; als er een enkele 'loslopende' zware kijker was, die door zijn omgeving van niet-zware kijkers werd bijgestuurd. Er is weinig reden om dat aan te nemen.
In het kultivatie-onderzoek gaat het Gerbner zeer expliciet niet om korte termijn gevolgen: "I use the term to indicate that my primary concern is not

with information, education, persuasion, etc., or with any kind of any direct communication "effects".[22]) Dan moet men ook niet verwachten dat er naar zulke direkte effecten gezocht wordt. Van der Voort geeft voorbeelden van de kennis welke informatieve media kijkers bijbrengen. De effecten die hij noemt zijn geen voorbeelden van wat Gerbner "cultivation" zou noemen, noch is het optreden van zulke effecten een bewijs tegen "cultivation". Dat van der Voort de verschillen wel opmerkt blijkt uit zijn formulering ". . . en wat dat betreft is het *Journaal* vaak een soort *Ver Van Mijn Bed Show*. Dat maakt in onze ogen de wereld wel slechter, maar ons beeld van de toestand in Nederland zal daar weinig door worden beïnvloedt". Hij onderkent dus twee soorten beïnvloeding, maar accepteert niet dat Gerbner het over een van de twee heeft.
Ook demonstreert van der Voort gevolgen van bepaalde beïnvloeding. Volgens hem leren Nederlandse kijkers uit *Hill Street Blues* dat het in New York niet pluis is. De ervaren Nederlandse televisiekijker weet, net als de Amerikaanse kijker, uit vele andere series dat New York er anders uitziet. Toch zal de geciteerde uitspraak wel waar zijn. Ook de andere voorbeelden die van der Voort bij zijn 9e stelling geeft wijzen in dezelfde richting. Natuurlijk ontleent menig braaf burger zijn beeld van criminelen aan film en televisie, en zijn beeld van de politieman. "De realiteit wil dat de politie onder zo'n soort actie vaak emotioneel gebukt gaat" stelt hij, maar hoe leert de kijker wat de realiteit wil? Op grond van welke ervaringen oordeelt de kijker over de geloofwaardigheid van het vertoonde?

8. Story telling geschiedt vooral via drama

De introductie van de term 'story telling', die overigens bij Plato gevonden wordt, betekent niet een beperking tot drama of fictie. Het vertellen, onderwijzen en cultuur doorvertellen geschiedde door verhaaltjes; dat was de verpakking van de lessen. Legenden, sprookjes en parabels waren niet zo maar verhaaltjes, maar hadden een diepere ondergrond, en die werd doorgegeven door de 'story teller'.
De grote story teller van deze tijd, aldus Gerbner, is televisie. "Regardless of verisimilitude, credibility, or what is actually 'believed' in a presentation, message systems cultivate the terms upon which they present subjects or aspects of life".[23]) Dat betekent niet *dat* nieuwsberichten of berichten uit betrouwbare bron minder geloofd worden dan sprookjes of leugens; het betekent dat in de beeldvorming van mensen feiten en fictie even belangrijke rollen spelen, niet los van elkaar. Fictie is niet alleen kwantitatief sterker vertegenwoordigd in het televisieaanbod, fictie heeft bovendien als voordeel dat het veel meer de situaties schildert, de samenhangen aangeeft en de ontwikkelingen,[24]) terwijl nieuws- en andere non-fictie programma's veel meer te werk gaan via losse fragmenten. "Scherbenwelt" noemde Enzensberger al in 1962 het (bioscoop)journaal.[25]).
Natuurlijk staat het van der Voort vrij om heel andere vooronderstellingen omtrent de werking van televisie te hebben, en die in hypotheses te formuleren. Het gaat echter niet aan Gerbner's hypothesen opzij te zetten zonder zich eerst te verdiepen in hun betekenis. Teveel van de geleverde kritiek gaat totaal niet in op de uitgangspunten en de achterliggende literatuur. De veronderstellingen van Gerbner zijn niet zo onlogisch. Beïnvloeding door een al bijna niet meer te vermijden boodschappensysteem, een cultureel milieu, kan heel best plaatsvinden zonder dat de individuele kijker zich een mening heeft gevormd over het werkelijkheidsgehalte van de afzonderlijke boodschappen.
Als kinderen van sprookjes leren, en bijvoorbeeld van Roodkapje dat niet alle vrome praatjes (van de wolf) geloofd moeten worden (zulk leren is in ieder geval niet totaal onwaarschijnlijk), dan gebeurt dat leren ook als het

kind weet dat wolven niet kunnen praten en niet op grootmoeders lijken. Als antropologen constateren dat in stammen waar de kinderen lang gezoogd worden een andere mentaliteit ontstaat dan in stammen waar dat zo kort mogelijk gebeurt, dan is die constatering waardevol ongeacht de mening van de zuigelingen over de moederborst.

9. Van der Voort probeert Gerbner in een denkmodel te dringen

Waar van der Voort zinnige opmerkingen maakt over de relatie van de individuele kijker en de individuele boodschap waarmee die geconfronteerd wordt, overstijgt hij zijn gelijk. Gerbner's analyse speelt zich op een heel ander niveau af. Het is derhalve niet bij voorbaat uitgesloten dat beiden gelijk hebben.
De cultivatie hypothese is geen injectienaald theorie maar van der Voorts opmerkingen zijn gebaseerd op een stimulus-response model – en juist daarom spreekt een groot deel van van der Voort's verwijten niet tegen Gerbner's hypothese. Kortom: van der Voort interpreteert de cultivatie hypothese verkeerd, hij vat de betekenis van televisie als dominante culturele macht niet en miskent de manier waarop de Amerikaanse media georganiseerd zijn.
Natuurlijk heeft van der Voort het grootste gelijk aan zijn zijde als hij meent dat wanneer replicatie van het onderzoek in Nederland de hypothese niet steunt, dat ook aan de theorie kan liggen. Maar niet wanneer hij zegt "dat er ook weinig aanleiding (is) aan te nemen dat de cultivatie hypothese, althans in de door Gerbner onderzochte vorm, in Amerika wel opgaat". De vorm die van der Voort blijkbaar ambieert, is een vorm die niet past bij de cultivatiehypothese, maar bij een gemoderniseerde stimulus-response hypothese, die de primitieve opvattingen van destijds corrigeert, maar niet iets nieuws brengt. Zodoende wordt wederom iets toegevoegd aan de moeilijkheden die Gerbner bedoelde toen hij schreef: "my associates and I have come to the conclusion that the difficulties stem from widespread misconceptions about the nature of television itself, about research appropriate to that medium and about the process of learning from its stories".[26])

10. Replicatie onderzoek is gewenst

Vooropgesteld: replicatie komt in het communicatiewetenschappelijk onderzoek nog zo weinig voor, dat men eigenlijk elke replicatie zou moeten toejuichen. Daarbij komt dat Gerbner's theorie – zie het voorgaande – zo waarschijnlijk is dat het de moeite waard is na te gaan of ze wel of niet klopt. De zekere voorkeur die in de eerder genoemde vakgroep bestaat voor deze theorie is daarop gebaseerd. Mocht de theorie uiteindelijk verworpen worden, dan is ze toch een stap vooruit geweest, al was het maar omdat het een van de weinige onderzoeks aanzetten is waarin zowel zenders als ontvangers als boodschappen in samenhang onderzocht worden. Wat Gerbner vond – aangenomen dat men zijn onderzoeksresultaten accepteert – is dat het televisieaanbod bepaalde kenmerken heeft – en dat de zware televisiekijker diezelfde kenmerken aanziet voor kenmerken van de (gewone) werkelijkheid. De cultivatie hypothese stelt dat televisie houdingen en meningen cultiveert bij de zware kijker, maar het is niet uitgesloten dat de verklaring in een andere richting gezocht moet worden: dat namelijk het zwaar kijken verklaart moet worden uit predisposities van de kijker waar de programma's precies bij passen. Wanneer we nu in Nederland constateren dat de hier vertoonde dramaprogramma's dezelfde demografische kenmerken hebben als de Amerikaanse, dat er veel meer non-fictie programma's zijn, en dat de Nederlandse zware kijkers minder kijken dan de Amerikaanse, dan, zoals ook Bouwman al opmerkte[27]) steunt nòch ver-

zwakt het ontbreken van cultivatie gevolgen hier te lande de oorspronkelijke cultivatie hypothese. Men zou zich moeten afvragen of het wèl vinden van zulke 'gevolgen' niet juist tegen de cultivatie hypothese zouden pleiten, er voor de hierboven aangeduide alternatieve verklaring van de co-variatie. Het feit dat televisie hier niet – of nog niet? – de dominante culturele macht is, maakt het in het licht van de Amerikaanse onderzoeksresultaten de moeite waard om een en ander nu al te bestuderen. Daarnaast is er ook nog het feit dat culturele indicatoren niet alleen spelen in de cultivatie hypothese zoals het werk van Rosengren c.s. [28]) toont. Maar dat was in de onderhavige discussie niet aan de orde.

NOTEN

1. bv. Cowan, G., *See No Evil. The Backstage Battle over Sex and Violence on Television,* New York, 1978 p.
   Rowland, Jr., W.D., *The Politics of TV Violence. Policy Uses of Communication Research,* Beverly Hills, 1983, p. 199-306.
2. Newcomb, H., Assessing the violence profile studies of Gerbner and Gross. A humanistic critique and suggestion, *Communication Research, 1978, V, 3,* p. 264-282.
3. Hirsch, P.M., The "Scary World" of the nonviewer an other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al's findings on cultivation analysis, Part I., *Communication Research, 1980, VII, 4,* p. 403-456.
   Hirsch, P.M., On not learning from one's own mistakes: reanalysis of Gerbner et al's findings on cultivation analysis, Part II, *Communication Research, 1981, VIII, 1,* p. 3-38.
   Hirsch, P.M., Distinguishing good speculation from bad theory: Rejoinder to Gerbner et al, *Communication Research, 1981, VIII, 1,* p. 73-96.
4. Gerbner, G. & Gross, L., A reply to Newcomb's "Humanistic Critique", *Communication Research, 1979, VI, 2,* p. 223-230.
   Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N., A curious journey into the scary world of Paul Hirsch, *Communication Research, 1981, VIII, 1,* p. 39-72.
   Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N., Final reply to Hirsch, *Communication Research, 1981, VIII, 3,* p. 259-280.
5. Bouwman, H., Television audiences watch by the hour. Een overzicht van Gerbner's opvattingen over cultural indicators, *Massacommunicatie, 1982, X, 1,* p. 7-24.
6. Bouwman, H. & Stappers, J.G., The Dutch violence profile: a replication of Gerbner's message system analysis, in: Melischek, G., Rosengren, K.E. & Stappers, J.G. (eds.), *Cultural Indicators,* Wenen, 1984, p. 113-128.
7. Gerbner, G., Television's influence on values and behavior, *Massacommunicatie, 1979, VII, 6,* p. 215-222, hier geciteerd p. 215.
8. Gerbner, G., Cultural Indicators: the third voice, in: *Communications Technology and Social Policy,* New York, 1973, p. 555-573, hier geciteerd p. 559-562.
9. Klapper, J.T., *The Effects of Mass Communication,* New York, 1960, p. 51.
10. Gerbner, G., Toward 'cultural indicators': the analysis of mass mediated public message systems, *Audio Visual Communication Review, 1969, XVII, 2,* p. 137-148, hier geciteerd p. 144.
11. Smythe, D.W. & Campbell, A., *Los Angeles Television, May 22-29, 1951,* Urbana Ill. 1951.
    Smythe, D.W., *New York Television, January 4-10, 1952,* Urbana, Ill. 1952.
    Smythe, D.W., *New Haven Television, May 15-21, 1952,* Urbana, Ill. 1952.
    Smythe, D.W., *Three Years of New York Television, 1951-1953,* Urbana, Ill. 1954.
    Remmers, H.H., *Four Years of New York Television,* Urbana, Ill. 1954.
12. Stappers, J.G. & Manschot, B.J.A.M., *Televisie en Kinderen, Deel I, Literatuur over Televisie en Jeugd,* Amsterdam, 1966.
13. Stappers, J.G. & Manschot, B.J.A.M., *Televisie en Kinderen, Deel III, De programma's onderzocht,* Amsterdam 1966, p. 72.
14. Zie fig. 1. Ontleend aan *Variety, september 26,* 1984, p. 51.
15. Goodhardt, G.J., Constant in duplicated television viewing, *Nature, 31 december 1966,* p. 1616.
    Ehrenberg, A.S.C., Goodhart, G.J. & Haldane, I.R., The news in May, *Public Opinion Quarterly, 1970, XXXIII, 4,* p. 546-555.
    Goodhardt, G.J., Ehrenberg, A.S.C. & Collins, M.A., *The Television Audience: Patterns of Viewing,* Farnborough, 1975.
    Op grond van later onderzoek zwakken de auteurs in 1982 hun oorspronkelijke conclusies enigermate af. Ook dan concluderen ze dat de beslissing *om te kijken* voorafgaat aan de *keuze* van het programma. De kijker is niet "aan de kijkdoos geplakt"; er is enige selectiviteit, maar nog steeds is televisie er vooral om de tijd te doden.
    cf. Barwise, T.P., Ehrenberg, A.S.C. & Goodhardt, G.J., Glued to the box?: patterns of tv repeat-viewing, *Journal of Communication, 1982, XXXII, 4,* p. 22-29.

16. Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., Morgan, M. & Jackson-Beeck, M., The demonstration of power: violence profile no. 10., *Journal of Communication, 1979, XXIX, 3,* p. 117-196, hier geciteerd p. 180.
17. Gerbner, G., Toward a general model of communication, *Audio-Visual Communication Review, 1956, IV, 3,* p. 171-199, hier geciteerd p. 186.
18. Windahl, S., Uses and gratifications at the cross-roads in: Wilhoit, G.C. & De Bock, H. (eds.), *Mass Communication Review Yearbook,* Beverley Hills, 1981, Vol. II, p. 174-185.
19. o.c. p. 177.
20. o.c. p. 176.
21. McLuhan, H.M. & Fiore, Q., *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects,* New York, 1967, p. 84.
22. Gerbner, G., Toward 'cultural indicators', o.c. p. 139.
23. o.c. p. 143.
24. o.c. p. 143.
25. Enzensberger, H.M., *Einzelheiten I.,* Frankfurt a.M. 1962, p. 88-109.
26. Gerbner, G., Television's influence . . . o.c. p. 215.
    Over de opvattingen van Gerbner zelf over de genoemde problemen, zie behalve de hier geciteerde werken óók bv.
    Gerbner, G., Mass communication and the humanization of homo sapiens, *AAUW Journal, 1963, LXVI,* p. 102-104.
    Gerbner, G., On defining communication: still another stab, *Journal of Communication, 1966, XVI, 2,* p. 99-103.
    Gerbner, G., An institutional approach to mass communications research, in: Thayer, L., *Communication Theory and Research* Springfield. Ill. 1967, p. 429-451.
    Gerbner, G., Mass media and human communication theory, in: Dance, F.E.X., *Human Communication Theory,* New York, 1967, p. 40-57.
27. Bouwman, H., Cultivation analysis: the Dutch case. in: Melischek, G., Rosengren, K.E. & Stappers, J.G. (eds.), *o.c.* p. 407-422, hier geciteerd p. 422.
28. e.g. Block, P., Dahlström, E., Godmann, K., Nowak, K., Oden, B. & Rosengren, K.E., *Cultural Indicators: the Swedish Symbol System, 1945-1975.* Lund, 1977.
    Block, E., Freedom, equality, etcetera: Values and valuations in the Swedish domestic debate 1945-1975, in: Melischek, G., c.s. *o.c.* p. 159-176.
    Block, P., Newspaper content as a secularization indicator, in: *idem* p. 177-194.
    Goldmann, K., World politics and domestic culture: Sweden 1950-1975, in: *idem* p. 195-216.
    Nowak, K., Cultural indicators in Swedish advertising 1950-1975, in: *idem* p. 217-236.
    Rosengren, K.E., Time and culture: developments in the Swedish literary frame of reference, in: *idem* p. 237-258.
    zie ook: Stappers, J.G.: Cultural indicators: a possible source of confusion, in: *idem* p. 105-110; Reynders, N. & Bouwman, H., Cultural Indicators: some states of the art, in: *idem* p. 33-48.

Figuur 2: uit Windahl, S., 1981, o.c. p. 177

	Effects approach	Uses and gratifications approach
Advantages	– Social relevance – Takes the whole communication process into account – Interest in stimuli characteristics	– Gives dynamic and nuanced description of the audience – Audience member not completely passive – Explains media use
Drawbacks	– Audience member often depicted as completely passive and manipulated – Mechanistic view of communication process common – Explains effect too much in terms of stimuli	– Stimuli disregarded – Merely a receiver process model – Exaggeration of audience member's rationality and activeness – Uses mental factors (e.g. motives) for explanation

Figuur 1.

1984-85 Primetime Sked – 2d Revise

(Effective September 1984)

(New Shows In CAPS)

	8:00	8:30	9:00	9:30	10:00	10:30	
MONDAY	(Local)	CALL TO GLORY	NFL Football				ABC
	(Local)	Scarecrow & Mrs. King	Kate & Allie	Newhart	Cagney & Lacey		CBS
	(Local)	TV's Bloopers & Practical Jokes	Movie				NBC
	8:00	8:30	9:00	9:30	10:00	10:30	
TUESDAY	(Local)	Foul-Ups, Bleeps & Blunders	THREE'S A CROWD	PAPER DOLLS		JESSIE	ABC
	(Local)	Aftermash	E/R	Movie			CBS
	(Local)	The A Team		Riptide		Remington Steele	NBC
	8:00	8:30	9:00	9:30	10:00	10:30	
WEDNESDAY	(Local)	The Fall Guy		Dynasty		Hotel	ABC
	(Local)	CHARLES IN CHARGE	DREAMS	Movie			CBS
	(Local)	HIGHWAY TO HEAVEN		Facts Of Life	IT'S YOUR MOVE	St. Elsewhere	NBC
	8:00	8:30	9:00	9:30	10:00	10:30	
THURSDAY	(Local)	PEOPLE DO THE CRAZIEST THINGS	WHO'S THE BOSS?	GLITTER		20/20	ABC
	(Local)	Magnum, P.I.		Simon & Simon		Knots Landing	CBS
	(Local)	THE COSBY SHOW	Family Ties	Cheers	Night Court	Hill St. Blues	NBC
	8:00	8:30	9:00	9:30	10:00	10:30	
FRIDAY	(Local)	Benson	Webster	HAWAIIAN HEAT		Matt Houston	ABC
	(Local)	Dukes Of Hazzard		Dallas		Falcon Crest	CBS
	(Local)	V		HUNTER		MIAMI VICE	NBC
	8:00	8:30	9:00	9:30	10:00	10:30	
SATURDAY	(Local)	T.J. Hooker		Love Boat		FINDER OF LOST LOVES	ABC
	(Local)	Airwolf		Mickey Spillane's Mike Hammer		COVER UP	CBS
	(Local)	Diff'rent Strokes	Gimmie A Break	PARTNERS IN CRIME		HOT PURSUIT	NBC

	7:00	7:30	8:00	8:30	9:00	9:30	10:00	10:30	
SUNDAY	Ripley's Believe It Or Not			Hardcastle & McCormick	Movie				ABC
	60 Minutes			MURDER, SHE WROTE	Jeffersons		Alice	Trapper John, M.D.	CBS
	Silver Spoons	PUNKY BREWSTER		Knight Rider	Movie				NBC