

MASSA

COMMUNICATIE '82

INHOUD NR. 1, JAARGANG 10, 1982

Pag. 1

**Prof. Dr. A.W. van den Ban, Prof. Dr. M. Brouwer, Prof. Dr. E. Diemer,
Prof. Dr. J.H.J. van den Heuvel, Prof. Dr. A. van der Meiden,
Prof. Dr. J.G. Stappers, Prof. Dr. D. McQuail, Drs. W.A.J. Möller**
Onderzoeksprioriteiten
Advies aan de Stichting Onderzoek Massacommunicatie

Pag. 7

Drs. H. Bouwman

Television audiences watch by the hour
Een overzicht van Gerbners opvattingen over Cultural Indicators

Pag. 25

Massacommunicatie 82

MASSA

COMMUNICATIE '82

uitgegeven door de

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

Onder redactie van:

drs. W.J.M. Asselbergs, prof. dr. E. de Bens, prof. dr. J.J. van Cuilenburg,
prof. dr. G. Fauconnier, drs. P.M. Hendriksen *, prof. dr. J.H.J. van den Heuvel *,
drs. H.J. Smets, prof. dr. J.G. Stappers *, drs. J. Wieten, drs. C.J. van Woerkum

* leden kernredactie

Sekretariaat:

C.F.A. Crone

Postbus 258, 6500 AG Nijmegen, tel. 080-512372

Auteurs die kopij willen toezenden, worden verzocht vooraf contact met het sekretariaat op te nemen.

Administratie en druk:

Drukkerij-Uitgeverij H. Gianotten bv

Bredaseweg 61 5038 NA Tilburg, tel. 013-425050, giro 1085553

Opgave van nieuwe abonnementen en adreswijzigingen uitsluitend te richten aan dit adres.

Abonnementen:

gewoon abonnement : f 62,50

buitenland : f 82,50

studentenabonnement : f 42,50

los nummer : f 12,50

dubbelnummer : f 25,00

Advertenties:

prijzen: 1/1 pag.: f 300,—; 1/2 pag. f 165,—; drukspiegel 12,9 x 19 cm
korting bij herhaalde plaatsing

1. Inleiding

Op 9 en 10 oktober 1980 kwamen de heren Van den Ban, Brouwer, Diemer, Van den Heuvel, Van der Meiden, Stappers, McQuail en scribent, als verslaggever, in Zeist bijeen. De totstandkoming van deze bijeenkomst en datgene wat er uit voortvloeit, is voor een groot gedeelte te danken aan Dr. J.P.S. van Neerven. Tijdens het, eind maart 1980 gehouden, SOM-congres te Veldhoven¹⁾ (SOMMATIE 80), was hij een van degenen, die in discussie trad met Prof. J. Halloran.

Halloran heeft daar ondermeer gezegd, dat media-onderzoek niet ten goede komt aan de samenleving, maar dat het alleen de bezigheid rechtvaardigt van degenen, die de samenleving bedelven onder hun vernieuwingen. Negentig procent van alle onderzoeksgelden wordt besteed aan verkeerde dingen; enerzijds research die geen andere functie heeft dan het bevestigen van de media — een alibi dus —, en anderzijds onderzoek, dat men zou kunnen aanduiden als 'ambulance and fire brigade research': zoveel jaren na de invoering van een innovatie kijken welke schade er is aangericht.

Van Neerven heeft hierop kritiek geuit en ondermeer gesteld, dat uitgevers hun marketing en produktie wel degelijk afstemmen op de 'basic needs', die er onder de mensen leven.

Later is in het bestuur van de SOM Van Neerven uitgedaagd eens uit zijn bedrijfskader te treden, waar hij (heel begrijpelijk overigens) net als alle andere managers voor zijn eigen belang zou zitten te vechten.

Van Neerven is op die uitdaging ingegaan en was het er mee eens, dat er inderdaad dan maar eens over fundamentele massacommunicatieve problematiek gesproken moet worden.

Waar we op 9 en 10 oktober in Zeist voor stonden is het formuleren van een of

meer problemen, waarvan de oplossing niet van direkt belang is voor de overheid of het bedrijfsleven, doch welke wel het onderzoeken waard zijn. Gevraagd was een aantal problemen in prioriteitsvolgorde te formuleren; eventueel problemen die door anderen genegeerd zijn of tot nu toe niet werden ontdekt; maar in ieder geval waar de eventuele belanghebbenden niet duidelijk zelf voor onderzoek kunnen zorgen. Als resultaat van anderhalve dag vergaderen in Zeist ontstond de 'prioriteitenlijst'.²⁾ Voor belanghebbenden, die niet in Zeist aanwezig waren, wil de 'brainstorming en toespitsing' in paragraaf 3 die, overigens chronologisch aan de prioriteitenstelling voorafging, een explicatie bieden voor onduidelijkheden en/of niet omschreven termen. Tenslotte wordt deze reportage in paragraaf 4 beëindigd met een aantal onderzoeksthema's, die niet onmiddellijk van gelijke relevantie worden geacht, maar die toch voor toekomstig massacommunicatie-wetenschappelijk onderzoek aandacht verdienen.

2. Resumé: de prioriteitenstelling

a. Het 'acculturatie'-probleem

Hoe verloopt de acculturatie van culturele minderheden en welke rol spelen de media daarin. Wat bieden de Nederlandse pers en televisie voor die groeperingen.

De problematiek heeft met name betrekking op de buitenlandse werknemers, die hier verblijven.

Het lijkt verantwoord dit als een eerste onderzoeksprobleem aan te duiden. Deze zaak kan ook gemakkelijk bij de verantwoordelijke autoriteiten aangekaart worden. Met mogelijkheden op de begrotingspost om het onderzoek (ten dele?) gefinancierd te krijgen moet/kan gerekend worden.

We moeten wel voor ogen houden, dat dit soort onderzoek een zeer kostbaar veldwerk-apparaat vergt.

b. De 'deculturatie'-problematiek

Een groot gedeelte van het televisieaanbod is buitenlands, met name Amerikaans.

Het zou aanbeveling verdienen in Nederland een onderzoek op te zetten dat vergelijkbaar is met Cosengren's Cultural Indicators Project.

Bij onderzoek op dit terrein gaat het er in eerste instantie om voorbereidingen te treffen voor een inventarisatie van media en cultuur over de tijd. Voorbereidingen die wel eens een paar jaar zouden kunnen gaan beslaan. Het belang voor dergelijk onderzoek is er vooral op lange termijn. Maar daarvoor moet er wel ooit begonnen worden.

c. De selectiviteitskwesitie

'Return of the attention to the powerful communicator'.

Het gaat hierbij om minimaal zes thema's:

– 'de facto' selectiviteit (door middel van een vóór-onderzoek zou bekeken moeten worden of dit verschijnsel überhaupt onderzoekbaar is).

– taakopvatting van de *journalist* (opvatting van de *journalist* zelf, indruk van collega's, beeld van het publiek, enz.).

– komt de *selectie* van de kant van de *journalist* of van degenen die berichten geplaatst willen hebben (politici, persiegroepen, enzovoort).

– hoe werken eigen *publiciteitsorganen* van *belangengroepen* op de *meningsvorming*.

– in hoeverre hebben mensen het gevoel dat de *media* een *betrouwbare beeld* geven van de samenleving.

– op welke wijze trachten *media* een *beeld van conflicten* te geven; er is al een 'body of knowledge' waarop verder gebouwd kan worden.

d. Information needs, als methodologisch probleem.

Het concept 'needs' is tot op heden een moeilijk te pakken begrip gebleken. Tot nu toe gebruikte men bij onderzoek naar optredende 'information gaps' steeds 'biased instruments', wanneer verschillende maatschappelijke groeperingen met elkaar werden vergeleken. Er is bij-

voorbeeld een verschil tussen subjectieve en objectieve behoefte aan informatie. Het gaat er om, dat we een nieuwe conceptualisatie ('proper standards') ontwikkelen.

Een goed inzicht te krijgen in 'different needs' is een sine qua non voor verder onderzoek, zeker in het licht van de komst van nieuwe media.

3. Brainstorming en toespitsing

a. Over de hele wereld bestaat er een merkwaardig gebrek aan fundamenteel onderzoek op het gebied van de wijsbegeerte van de communicatie (philosophy). In de geschiedenis van de wijsbegeerte ligt een schat van materiaal, toch schenkt de massacommunicatiewetenschap nauwelijks of geen aandacht aan de grondstructuren van communicatie.

Dit 'achterwege blijven' heeft veel te maken met het feit, dat communicatiewetenschap zich vrij laat tot zelfstandige discipline heeft ontwikkeld. Ze was tot voor kort een uitloper van de theologie of rechtswetenschap, of was ondergebracht bij de geschiedeniswetenschap. Ook was het zo, dat men vroeger was aangewezen op allerlei beweringen zonder onderzoek te doen. In communicatiekringen hecht men tegenwoordig sterk aan onderzoeksgegevens en is men waarschijnlijk om die reden wat huiverig voor filosofische verhandelingen en speculaties.

Men is niet tot een 'comprehensive approach' gekomen met betrekking tot communicatie in onze cultuur, laat staan tot een wijsgerige onderbouwing daarvan.

b. Een andere vraag, die men zich kan stellen, is of massacommunicatie wel een noodzakelijk verschijnsel is. De stelling kan geponereerd worden dat ze een tijdelijk en plaatselijk fenomeen is. Communicatie gaat in steeds kleinere groepen plaatsvinden. Degenen, die deze verandering van het communicatie-proces tegenhouden zijn de massamedia. Zij hebben er belang bij (financieel en economisch) een be-

paalde status quo te continueren. Er vindt momenteel een belachelijke discussie plaats, die zich centreert rond de vraag of het een belemmering is voor de vrije pers, dat er meer reclamegeld in de omroep wordt gestoken. De discussie, die gevoerd wordt, heeft weinig te maken met de mogelijkheden, die er in technisch opzicht liggen, gerelateerd aan de ontwikkeling in de bevolkingsbehoeften. De discussie, die men nu voert over een ideaal massacommunicatiebestel, komt er bij voortduring op neer, dat meer reclame in de omroep bedreigend voor sommige bestaande organisaties is. Als 'Gedanke-experiment' zouden we ons de volgende vragen moeten stellen: "Wanneer we met een 'tabula-rasa' zouden starten, zouden we dan weer tot dit soort massale communicatie komen?"

Welke verklaring kunnen we vinden voor het feit dat steeds grotere groepen mensen zich in steeds minder mate blootstellen aan massacommunicatie? Al zitten de Amerikanen urenlang voor hun t.v., ze blijven altijd selecteren uit de totale hoeveelheid 'communicatie', waaraan ze zich blootstellen. Naarmate de technische middelen toenemen, zullen mensen steeds gedifferentieerder hun boodschappen selecteren.

Misschien groeit massacommunicatie naar een heel andere vorm van dienstverlening: een verlegging van het distributiekarakter naar de sfeer van raadpleging, van consultatie. Men kan, in het laatste geval, veel beter zijn eigen informatie uitkiezen.

Er is een tijd van bewustwording geweest, gedurende welke grote groepen mensen zich in hetzelfde communicatie-medium konden vinden, een zaak, die nu aan het verbrokkelen is.

Wanneer we het erover eens zijn dat de wensen van de ontvanger belangrijker zijn, dan van degenen die ze naar buiten willen brengen, is het inderdaad vreemd, dat men zich meer druk zit te maken over bepaalde mensen die in het uitoefenen van hun vak bedreigd worden (lees: ontslag van journalisten bij hun pers, indien in de omroep meer reclame toegelaten wordt), terwijl het in de

eerste plaats om de informatiebehoeften van de ontvanger gaat. Hierover wordt nauwelijks of niet geopt.

c. De behoeften van de ontvanger: *information gap; information-needs*

Dit is een onderzoeksterrein waar zeker notie van genomen moet worden. Het probleem, waarom het gaat, is, hoe de verschillende (soorten) needs, bevredigd kunnen worden door het verwerven van relevante brokken informatie. 'To really do research we'll have to know something about needs'.

We moeten daartoe niet hele populaties gaan onderzoeken, maar 'specific groups with specific needs'; niet alleen immigranten en andere minderheden, maar ook geprivilegerde groepen. 'We'll need a self-assessment of their needs'. Bovendien moeten we een vergelijking maken tussen de verschillende kanalen, waarlangs aan die 'needs' tegemoet gekomen wordt. Het belangwekkendste is om veranderingen in 'needs' op te sporen, die in het heden, maar vooral in de toekomst liggen.

Er zijn drie onderzoeksmomenten te onderkennen:

- difference of resources
- needs for information, bijvoorbeeld work-related needs, leisure time needs, etc.

- sources of information, gerelateerd aan verschillende sociale categorieën. De kenniskloof 'theorie' stelt, dat, naarmate de tijd verstrijkt, er een steeds grotere kloof komt in de kwaliteit van datgene wat verschillende groepen in de samenleving weten.

Tot nu toe hebben degenen die zich op dit onderzoeksterrein bewegen, zich overwegend bezig gehouden met politieke en wetenschappelijke informatie, dat wil zeggen met superieur geachte informatie.

Aan 'triviale' informatie werd geen aandacht besteed.

Er werden 'biased-instruments' gebruikt, wanneer verschillende groepen met elkaar werden vergeleken. Maar er is natuurlijk een verschil tussen subjectieve behoefte aan informatie en objectieve. Het zou interessant zijn deze hele

kwestie opnieuw te bezien en na te gaan of de informatie-kloof nog wel bestaat als men zich richt op informatie, die (subjectief) relevant is voor mensen, zeker in het licht van de komst van (de) nieuwe media. Er zal een nieuwe conceptualisatie (proper standard(s)) ontwikkeld moeten worden.

Een probleem waar men zeker voor komt te staan, is, dat men er bij de verschillende maatschappelijke groeperingen moeilijk achterkomt of mensen tevreden zijn met wat ze weten. Het relatieve niveau van bevrediging met de beschikbare informatie maakt het moeilijk verschillende groepen met elkaar te vergelijken. Bovendien weten de meesten niet, dat ze informatie zoeken.

Bij het praten over 'needs' werd steeds duidelijker, dat aan deze hele materie dermate veel methodologische haken en ogen zitten, dat de problematiek zeker voor fundamenteel wetenschappelijk onderzoek in aanmerking zou moeten komen.

d. Vervolgens kwamen aan de orde de vraagstukken van de *acculturatie* en de *deculturatie*

Acculturatie: hoe vinden nieuwe staats-ingezetenen hun weg naar het zich eigen maken van een nieuwe cultuur. Er wordt wel veelal doelgericht gehandeld, bijvoorbeeld door onderwijs, maar het zou best wel eens kunnen zijn, dat de media in tegengestelde richting werken. We moeten dus nagaan, hoe het acculturatie-proces verloopt en welke rol de Nederlandse pers en televisie daarin spelen. Er zijn voor dit doel een aantal vergelijkende studies in de V.S. en Canada beschikbaar.

Momenteel zijn er experimentele situaties mogelijk, die er over een aantal jaren niet meer zijn. Men is het er in het algemeen over eens, dat onderzoek op dit terrein methodologisch niet zo'n groot probleem hoeft op te leveren.

Deculturatie is het tegenovergestelde van acculturatie: de werking van Nederlandse media in een vreemde cultuur, of Amerikaanse series, enzovoort, binnen de Nederlandse.

We kunnen zonder veel moeite vaststel-

len, dat een niet gering gedeelte van het televisie-aanbod nu buitenlands, met name Amerikaans is.

Waarschijnlijk kunnen we er bij studie achter komen, dat het Nederlandse publiek een bepaalde gewenning heeft ondergaan door de manier waarop de Amerikaanse programma's gebracht worden. We worden van hoogtepunt naar hoogtepunt geslingerd.

Alleen al door de traagheid van de oost-europese programma's komt het, dat we ze nauwelijks voorgeschoteld krijgen. Niet alleen de Amerikaanse series zijn 'stacato' opgebouwd, maar de nieuwsberichten en actualiteitenrubrieken ook.

Met name de TROS en Veronica hebben deze Amerikaanse 'habit' al overgenomen.

Rosengren's Cultural Indicators project is een voorbeeld voor onderzoek dat de moeite waard is. Het gaat daarbij om een multidisciplinaire aanpak. Talloze fenomenen in de communicatie worden onderzocht vanuit één optiek, nl. de culturele verandering, de deculturatie. Het zou prachtig zijn een dergelijk onderzoeksproject, voor een langere termijn, ook hier op te zetten. Het wordt alleen erg duur. Maar misschien kunnen we veel op de kosten besparen, wanneer we vooral aan de kwalitatieve kant van de opzet aandacht zullen besteden; deskundigheid is relatief goedkoper dan veldonderzoek. Hoewel een dergelijk onderzoek een kostbare aangelegenheid zal worden, is het toch de moeite waard om de SOM, de universiteiten en de overheid voor een dergelijk onderzoek geïnteresseerd te krijgen. Het gaat er tenslotte om dat we tot een soort 'comprehensive approach' komen, in plaats van tot 'ad hoc' en 'ambulance and fire brigade research'.

e. In hoeverre is het 'concept' nieuws veranderd? Zijn daarin verschuivingen opgetreden?

Het gaat hier om een thema, dat voor concreet onderzoek in aanmerking kan komen. Als voorbeeld: In het begin van deze eeuw handelden bijna alle politieke tekeningen over binnenlandse za-

ken (de Albert Hahn-tijd). Tegenwoordig ziet men veel meer prenten, die betrekking hebben op het buitenland (bijvoorbeeld Opland). Het moet mogelijk zijn via deze en een aantal andere wegen deze eventuele verschuivingen te registreren.

We moeten daarbij wel voor ogen houden, dat het mogelijk is, dat het 'concept' van wát nieuws is, veranderde.

Overigens, dat buitenland-nieuws tegenwoordig relatief meer in de media vertegenwoordigd is, wil niet zeggen, dat het ook vaker gezien/gelezen/beluisterd wordt.

Een andere vraag die gesteld kan worden zou als volgt kunnen luiden: In hoeverre schrijven journalisten met het oog op wat hun collega's van hun reportages vinden. Hoe reageren ze op conflicten; wat is de rol van de media bij conflicten? Soms kan men ze zien aankomen: op til zijnde demonstraties of acties worden door voor- en tegenstanders opgeblazen tot zeer belangrijke gebeurtenissen, die dan niet anders dan in conflicten onttaarden. Het zou goed zijn, dit soort, zich aankondigende, calamiteiten te onderzoeken, maar waar haalt men op korte termijn de financiële middelen vandaan? Hiervoor zou eigenlijk permanent een soort rampenfonds beschikbaar moeten zijn.

In elk geval zijn de ondertekenaars het er over eens, dat zich zo een volgend onderzoeksthema begint af te tekenen: zender-onderzoek, toegespitst naar het probleem van de selectiviteit; nu eens niet onderzoek naar de selectiviteit aan de ontvangerszijde, want daaraan wordt al royaal aandacht besteed. Het zou op onze weg kunnen liggen 'de zender' (hinderlijk) te volgen.

f. *De selectiviteitsproblematiek*

Voor de selectiviteitskwestie bestaat belangstelling, er kleeft echter een algemeen aspect aan, waar wij onze aandacht op zouden kunnen richten. Degeenen, die een specifieke belangstelling hebben, komen daar nooit aan toe, terwijl het voor hen wel noodzakelijk is, dat er fundamentele kennis op dit terrein voorhanden is.

We kunnen ons de vraag stellen, hoe kranten überhaupt in elkaar zitten. Bijna altijd worden kranten op één thema onderzocht, maar nooit worden issues onderling met elkaar in verband gebracht. We weten dat de krant de spiegel is van de samenleving, maar we weten niet wát die spiegel reflecteert.

Als men nu vluchtig zijn eerste gedachtingen erover zou moeten laten gaan, zouden bijvoorbeeld de volgende zaken aan de orde moeten komen:

- in eerste instantie een inventarisatie: kijken wat er nu werkelijk in kranten staat.
- literatuurstudie over wat nu eigenlijk een journalist is.
- welke journalisten maken promotie.
- wie wordt er hoofdredacteur.
- in hoeverre laten journalisten zich leiden door het publiek, hun collega's, enzovoort.
- welke overwegingen spelen een rol bij degenen, die ervoor zorgen, dat berichten al of niet aangeboden worden? Bij voorlichters mogen we aannemen, dat de publieksbelangen op de voorgrond staan. Maar wat gebeurt er als de politicus optreedt als communicant? Dient hij, en zo ja hoe, de duidelijkheid, de volledigheid, de waarheid? Of manipuleert hij, werkt hij versluisend, hetzij in het belang van zijn politiek of mischien wel om orde en rust te bevorderen?
- welke overwegingen spelen bij journalisten een rol om al of niet de volledige waarheid te spreken. Welke aspecten van de 'werkelijkheid' geven ze door? Hoe werkt dat door in de media en in de mening van het publiek?

De taak van onderzoek zou moeten zijn, te achterhalen in hoeverre de Nederlanders een vertekend beeld van de werkelijkheid krijgen.

Een ander punt wat in dit kader aan de orde zou moeten komen:

Hoe werkt het bestaan van belangengroepen, die er publiciteitsorganen op nahouden door in de meningsvorming in het algemeen. (Zij verkondigen overwegend hun eigen standpunt!) In welke mate is het zo, dat het publiek van die

bladen 'voor zoete koek' aanneemt wat hun eigen belangen aanspreekt. Of is dat publiek ook nog bereid uit de gewone pers tegengestelde argumenten op te nemen.

In hoeverre worden verslaggevers, die voor belangen:groepen schrijven (degenen, die zelf weten, dat ze een eenzijdig beeld geven) door de lezers als onbetrouwbaar gezien? Is de 'reliability' van hun publicaties voor het publiek groter dan vergelijkbare berichten uit nieuwsbladen?

4. Overige mogelijkheden voor onderzoek

In het algemeen is men het er over eens, dat veelal met onderzoek te vlug gestart wordt. Dit is vaak onoverkomelijk, omdat men met allerlei praktische en detail-problemen bezig is. Het zou verdienstelijk zijn nu eens onderzoek te gaan doen, waarbij zaken eerst goed doordacht worden. Onderzoek waarbij niet in eerste instantie bedoeld wordt op praktische resultaten. Een deel van het 'fundamentele', van het te verrichten onderzoek, gaat in de voorbereidings-fase zitten.

Uit het bovenstaande verslag over de 'brainstorming' zijn diverse openingen voor onderzoek aan de orde geweest. Van enkele daarvan zijn de congresgangers het er over eens, dat die voorrang genieten. Vier thema's voor onder-

zoek werden op de prioriteitenlijst gezet.

Andere voorstellen-voor-onderzoek³⁾ die door middel van de gedachtenwisseling contouren kregen, luiden in het kort:

- Is, en in hoeverre, het 'concept' Nieuws veranderd? (de opvatting over wat men als Nieuws ervaart)
- de verantwoordelijkheid van de samenleving voor de media;
- de verantwoordelijkheid van de media voor de samenleving
- philosophy and theories of communication
- 'rampenfonds', dat wil zeggen financiële middelen om op zeer korte termijn onderzoek te kunnen entameren naar zaken die zich plotseling voordoen. (Tegen de tijd, dat de onderzoeker geldmiddelen heeft verzameld zijn de gegevens niet meer verzamelbaar).

Prof. Dr. A.W. van den Ban (Landbouw Hogeschool Wageningen), Prof. Dr. M. Brouwer (Universiteit van Amsterdam), Prof. Dr. E. Diemer (Vrije Universiteit), Prof. Dr. J.H.J. van den Heuvel (Erasmus Universiteit Rotterdam), Prof. Dr. A. van der Meiden (Rijksuniversiteit Utrecht), Prof. Dr. J.G. Stappers (Katholieke Universiteit Nijmegen) en Prof. Dr. D. McQuail (Universiteit van Amsterdam).

Verslaggever: Drs. W.A.J. Möller.

Noten

1. Voor een uitvoerige verslaggeving van dit congres zij verwezen naar 'Massacommunicatie' VIII, 1980, 3-4, jaargang 8, pp. 65-175.
2. De volgorde die in de onderzoeksthema's hieronder is aangebracht is er slechts een die op papier staat. Onder andere financiële (on)mogelijkheden, die in de toekomst naar voren zullen komen, kunnen later een wijziging van de rangorde met zich meebrengen.
3. Voorstellen, die niet op de 'prioriteitenlijst' werden opgenomen, doch misschien in de toekomst nadere uitwerking behoeven.

Television audiences watch by the hour

Een overzicht van Gerbners opvattingen over Cultural Indicators

Inleiding

Gerbner's Cultural Indicator onderzoek is de laatste tijd onderwerp van veel publicaties. In het nu volgende artikel willen we een overzicht geven van zijn theorie en onderzoek en de kritiek die daarop bestaat, opdat een voorlopig oordeel over het Cultural Indicator onderzoek gegeven kan worden.

Voorlopig omdat het voornamelijk gebaseerd is op de kritiek en bevindingen van derden. Een definitief oordeel over Gerbner's ideeën kunnen we pas geven als ook het replicatie-onderzoek, zoals dat hier in Nederland uitgevoerd wordt, voltooid is.

Deze poging tot overzicht en inzicht hoopt een bijdrage te zijn aan een definitieve standpuntbepaling in ruimere kring over Gerbner's theorie en onderzoek.

Cultural Indicators

In de jaren zestig ontstond behoefte aan een aanvulling op de reeds beschikbare harde economische data voor planingsactiviteiten, beleidsformulering en besluitvormingsprocessen. Naast allerlei gegevens op micro- en macro-economisch gebied, zouden ook gegevens m.b.t. de 'quality of life' in de overweging van machthebbers moeten worden betrokken.

Deze gegevens, al snel 'social indicators' genoemd, zouden zowel een beeld moeten vormen van meer 'objectief' waarneembare maatschappelijke verschijnselen (het aantal artsen per 100.000 inwoners) als van meer 'subjectieve' zaken (het welbevinden van ambtenaren) en de ontwikkelingen daarin.

Al spoedig verdiepten grote aantallen sociologen en politicologen zich in deze nieuwe benadering.

Uiteraard was er ook belangstelling vanuit andere vakgebieden. Binnen de

communicatiewetenschap introduceerde Gerbner in 1969 het begrip 'Cultural Indicators'. In zijn artikel 'Towards Cultural Indicators: the analysis of Mass Mediated Public Message Systems'¹⁾ legitimeerde hij deze benadering door te wijzen op de praktische waarde voor beleidsmakers.

De benadering was en is nog steeds gebaseerd op 'a conception of these (mass mediated public, toevoeging HB) message systems as the common culture through which communities cultivate shared and public notions about facts, values and contingencies of human existence'.²⁾

Het gaat hier om een benadering die gericht is op het in kaart brengen van ontwikkelingen in culturele uitingsvormen. Deze ontwikkelingen op cultureel gebied moeten regelmatig en betrouwbaar te kwantificeren zijn opdat deze gerelateerd kunnen worden aan economische en sociale veranderingen.³⁾ Met andere woorden 'Cultural Indicators' probeert een specifieke cultuur in kaart te brengen, zodat sociale indicatoren van objectieve en subjectieve verschijnselen evenals economische indicatoren tegen hun 'culturele achtergrond' worden geplaatst.

Gerbner⁴⁾ poogt deze cultuur te analyseren door zich te richten op de dominante vorm van 'story-telling'. Vroeger waren dat de verhalen die van generatie op generatie werden overgeleverd, en de preken die men kon aanhoren in de kerk. In het huidige elektronisch-technologisch tijdperk is deze functie door de televisie overgenomen, in het bijzonder door televisie drama-programma's.⁵⁾ Een centraal element in die programma's is geweld. Gerbner kiest voor deze fixatie op geweld in zijn (inhouds-analytisch) onderzoek enerzijds uit opportunistische overwegingen: er is geld voor dit soort onderzoek, anderzijds op basis van de verwachting dat geweld op televisie de machtsverde-

ling binnen de maatschappij illustreert. Daarbij is geweld geschikt voor betrouwbare en herhaalbare meting. Richt Gerbner zich primair op direct waarneembare zaken, in 'Cultural Indicators' onderzoek van anderen wordt nadruk gelegd op het meten van waarden. Exponenten daarvan zijn Rosen-gren,⁶) Namenwirth,⁷) Weber,⁸) Klinge-mann et. al.⁹). Zij maken gebruik van (geautomatiseerde)¹⁰) inhoudsanalyse technieken. Deze onderzoeken zijn op historisch materiaal gebaseerd en pogen "time series which describe chang-ing states of a cultural system, for ex-ample moral values or political ideo-logies"¹¹) te ontdekken. Zij kiezen niet voor het perspectief van de communica-tiewetenschap, maar voor een sociolo-gisch, historisch perspectief. In het hier volgende willen we ons beperken tot Gerbner's opvattingen inzake 'Cultural Indicators'.

Gerbner's Cultural Indicators

Het meten van 'Cultural Indicators' ge-schiedt voornamelijk in het *inhoudsanaly-tisch* deel van Gerbner's onderzoek. Ook een *institutional analysis* en een *cultivation analysis* maken deel uit van het onderzoek. Gerbner stelt dat deze drie onderdelen van het onderzoek aan elkaar gerelateerd moeten worden.

We zullen in het vervolg zien dat een duidelijke relatie slechts gelegd wordt tussen de inhoudsanalyse en de cultivatie-analyse.

De *institutional analysis* richt zich op de banden tussen massamedia en andere maatschappelijke instituties, naar de in-terne organisatie van de instituties die massa-mediaprodukten voortbrengen, het besluitvormingsproces binnen die instituties, de invloed op dat besluitvor-mingsproces en, niet van het minste be-lang, de wijze waarop de massamedia-produkten tot stand komen. Om dit te onderzoeken moet gebruik worden gemaakt van diepte-interviews, be-leidsanalyses en participerende obser-vatie.

Vervolgens komt de *inhoudsanalyse* aan bod. Deze inhoudsanalyse is geba-

seerd op een theoretisch kader, opge-steld om boodschapsystemen die ge-produceerd zijn voor een massamarkt te analyseren in termen van: "what is, what is important, what is right and what is relevant to what".¹²) Deze vragen in-diceren vier analytische maten: *attention*, *emphasis*, *tendency* and *structure*. De *aandachtsmaat* heeft dan betrekking op de frekwentie van voor-komen van bepaalde subjecten in een boodschapsysteem. (Komen er even-veel mannen als vrouwen voor?). De *nadruk maat* is gericht op het vaststellen van wat als belangrijk wordt aangemerkt in een boodschapsysteem. (Welke the-ma's zijn van belang welke niet?) De *tendensmaat* is gericht op de wijze waarop iets getoond wordt. Worden be-paalde thema's, gebeurtenissen posi-tiever getoond dan andere? En ten-slotte de *structuurmaat*. Deze is ge-richt op het vaststellen van de relaties die tussen de verschillende onderdelen van de inhoud zijn te leggen.

Alhoewel er een groot aantal variabelen in de inhoudsanalyse opgenomen zijn, is Gerbners onderzoek vooral be-kend geworden, doordat hij een maat voor geweld in televisie-drama-pro-gramma's ontwikkelde.¹³) Het zal wei-nig verwondering wekken, dat eind ja-ren zestig geweld een belangrijk on-derwerp van discussie was in de Ameri-kaanse samenleving. De geweldadige dood van de Kennedy's en Martin Lu-ther King, rassen onlusten, enzovoort waren daar debat aan.

Het is evenmin verwonderlijk dat de grote Amerikaanse omroeporganisaties op hun achterste benen gingen staan toen hun scores werden toegekend op de *Violence Index* (V.I.).

Deze index is samengesteld uit de *pro-gram and character score*, resp. PS en CS. Zij worden als volgt berekend:

$$1. PS = \%P + 2 \left(\frac{R}{P} \right) + 2 \left(\frac{R}{H} \right)$$

waarbij %P = percentage van pro-gramma's waarin geweld voorkomt

$\frac{R}{P}$ = aantal geweldscenes per programma
 $\frac{R}{H}$ = aantal geweldscenes per uur

2. $CS = \%V + \%K$
 waarbij $\%V$ = percentage van hoofdfiguren dat geweld be-

gaat en/of ontvangt (dus ook moordt of vermoord wordt)

$\%K$ = percentage van hoofdfiguren dat moordt en/of vermoord wordt

3. $V.I. = CS + PS$

In tabel 1 zijn deze scores voor de Verenigde Staten over de periode vanaf 1969 gegeven.

%P	69/70	71/72	73/74	75	76	77	78	79
	81	80	78	77	89	75	85	81
$\frac{R}{P}$	5	5	5	5	6	5	6	5
$\frac{R}{H}$	8	7	7	8	9	7	8	8
%V	65	60	61	64	75	61	65	63
%K	7	10	11	9	8	6	5	4
VI	179	174	174	176	202	166	183	174

Tabel 1. De V.I. berekend voor de Verenigde Staten over de periode 1969 tot heden.

Deze index weegt het programma zwaarder dan het aandeel van bijvoorbeeld hoofdpersonen; het voorkomen van geweld per uur en per programma is met '2' vermenigvuldigd, teneinde de lage numerieke waarde te verhogen. Op deze wijze wordt naar zijn mening de frekwentie van geweld, evenals de verzadiging van televisie met geweld, per uur recht gedaan.

Naast deze 'Violence Index' berekent Gerbner *Risk Ratio's* (R.R.). Daarmee poogt hij de impliciete betekenis van geweld te meten.

Achterliggend idee is, dat op basis van het patroon zoals de risk ratio's die voor specifieke groepen bijvoorbeeld vrouwen, bejaarden oplevert duidelijk wordt, wat het risico om 'slachtoffer' te worden is voor bepaalde groepen en welke groepen de 'macht', dat wil zeggen het geweld aan hun kant hebben en dus relatief minder kwetsbaar lijken.

Risk ratio's worden berekend over de hoofdfiguren, uitgesplitst naar geslacht, leeftijd, ras en andere onafhankelijke variabelen. De score komt tot stand door bijvoorbeeld voor de categorie vrouwen te kijken hoeveel van hen als geweldpleger en hoeveel als slachtoffer bij geweld betrokken zijn. Voor het Amerikaanse onderzoek in 1969/70 resp. 35

en 44 (zie tabel 2). Vervolgens wordt de hoogste score door de laagste gedeeld ($\frac{44}{35} = 1.26$). Omdat er meer slachtoffers

zijn dan geweldplegers krijgt deze score een min-teken. Kijken we naar mannen betrokken bij moord als dader of slachtoffer voor het onderzoek in 1969/70 dan is de score $\frac{26}{13} = 2.00$. Deze score krijgt

een plusteken omdat er meer moordenaars zijn. Omdat de wijze van berekening van de Risk Ratio's nogal curieus is hebben we een uitgebreid voorbeeld gegeven in de vorm van tabel 2.

Kritiek

Op beide maten (VI en RR's) is kritiek geformuleerd. Betrouwbaarheid en validiteit van deze maten zullen in een aparte paragraaf nader aan de orde worden gesteld.

De vraag is of op basis van het buiten proportionele aandeel van geweld dat vertoond wordt, afgeleid mag worden dat dit tot een corresponderende hiërarchie van angst en agressie bij kijkers leidt. De *Cultivation Analysis* is opgezet om dit te onderzoeken. De hypothese die aan deze analyse ten grondslag ligt

	69/70	71/72	73/74	75	76	77	78	79
	N %	N %	N %	N %	N %	N %	N %	N %
Alle personen								
Geweldpleger	285 50	234 42	396 40	291 44	176 61	276 47	126 42	188 49
Slachtoffer	333 58	277 50	523 53	359 54	188 65	292 50	171 57	200 52
Geweldpleger: Slachtoffer	-1.17	-1.18	-1.32	-1.23	-1.07	-1.06	-1.36	-1.06
Moordenaar	27 5	45 8	84 8	43 6	19 7	30 5	9 3	12 3
Vermoorde	17 3	22 4	86 5	25 4	9 3	10 2	6 2	5 1
Moordenaar: Vermoorde	+1.59	+2.05	+1.83	+1.72	+2.11	+3.00	+1.50	+2.40
Mannen								
Geweldpleger	244 55	200 49	334 45	248 47	141 65	217 52	98 49	149 52
Slachtoffer	281 64	227 56	431 58	309 59	152 70	227 55	119 60	164 58
Geweldpleger: Slachtoffer	-1.15	-1.13	-1.29	-1.25	-1.08	-1.05	-1.21	-1.10
Moordenaar	26 6	43 11	75 10	39 7	15 7	28 7	6 3	11 4
Vermoorde	13 3	20 5	39 5	23 4	6 3	10 2	4 2	4 1
Moordenaar: Vermoorde	+2.00	+2.15	+1.92	+1.70	+2.50	+2.80	+1.50	+2.75
Vrouwen								
Geweldpleger	35 28	27 20	59 25	33 26	30 45	56 33	21 23	29 34
Slachtoffer	44 36	42 30	87 36	39 30	31 46	63 37	45 49	31 37
Geweldpleger: Slachtoffer	-1.26	-1.56	-1.47	-1.18	-1.03	-1.13	-2.14	-1.07
Moordenaar	1 1	1 1	9 4	4 3	4 6	2 1	3 3	1 1
Vermoorde	4 3	2 1	7 3	2 2	3 4	0 0	2 2	1 1
Moordenaar: Vermoorde	-4.00	-2.00	+1.29	+2.00	+1.33	+0.00	+1.50	+1.00

Table 2. Risk Ratio's berekend voor alle hoofdfiguren, mannen en vrouwen in het Amerikaanse onderzoek van 1969 tot heden.

is als volgt geformuleerd: "...the more time one spends 'living' in the world of television, the more likely one is to report perceptions of social reality which can be traced to (or are congruent with) television's representations of life and society".¹⁵⁾

Gerbner gaat er impliciet vanuit dat vrijwel niemand in staat is zich aan deze functie van televisie te onttrekken en dat de mate waarin men televisie kijkt (licht-zwaar) bepalend is, onafhankelijk van andere factoren, of men door dat deel van de sociale realiteit dat televisie biedt, wordt beïnvloed. Larry Gross, een ander lid van het Cultural Indicator team formuleert dit als volgt: "While no member of society can remain unaffected by an influence so persuasive as television, those who spend more of their time in the world of TV facts may be more likely to perceive the world in terms of television's lessons".¹⁶⁾ In hun ogen is televisiekijken dan ook tot de religie van de moderne tijd geworden. Het specifieke karakter van televisie heeft hier deels aan bijgedragen.

In vergelijking met andere media is televisie indringender, directer, heeft televisie zowel een kijk- als luisterfunctie,

veronderstelt deze geen geletterdheid, en zijn haar beelden overal verkrijgbaar en schijnbaar gratis. Televisie is mede daardoor het dominante medium geworden. Het gebruik ervan is universeel, non-selectief en voor de meeste mensen tot een gewoonte geworden. "Television audiences . . . view largely non-selectively, and by the clock rather than by the program".¹⁷⁾ De programmering heeft zich hierbij aangepast en kenmerkt zich door haar ritueel patroon. Juist wanneer de kijkdichtheid het grootst is (prime-time), heeft men de 'drama-producties' op het programma staan. Deze voor de televisie geproduceerde pseudo-realiteit sluit aan bij voor de kijkers ervaarbare of, weliswaar op 'afstand', herkenbare omstandigheden. Er bestaat evenwel verschil met de sociale realiteit. Deze laatste doet zich aan de kijker diffuus en onduidelijk voor, wordt gekenmerkt door versluierde motieven, persoonlijke problemen, dubbelslachtige resultaten van menselijk gedrag en de onvoorspelbaarheid daarvan. De televisiewerkelijkheid daarentegen is overtuigend en duidelijk, volgens vaste patronen opgezet en biedt altijd oplossingen voor problemen. Ge-

weld speelt hierin een centrale rol. "Tv-violence is a dramatic demonstration of power which communicates much about social norms and relationships, about goals and means, about winners and losers, about the risks of life and the price of transgression of society rules. Violence loaden drama shows who gets away with what, why and against whom'. 'Real world' victims as well as violents may have to learn their roles".¹⁸⁾ De televisiewerkelijkheid vormt zo een mengeling van realiteit en fictie, een simplificatie en vertekening van de maatschappelijke werkelijkheid, die veelal onderworpen is aan middenklasse ideologieën over maatschappelijke verhoudingen.¹⁹⁾

De primaire functie van televisie als de dominante cultuurbranche van de geïndustrialiseerde westerse samenleving kan dan gezien worden als het legitimeren van de bestaande orde. Gerbner stelt dit als volgt: "... television is the central cultural arm of american society. It is an agency of the established order and as such serves primarily to extend and maintain rather than to alter, threaten or weaken conventional conceptions, beliefs and behaviors. Its chief cultural function is to spread and stabilize social patterns, to cultivate not change but resistance to change. Television is a medium of socialisation of most people into standardized roles and behaviors. Its function is, in enculturation".²⁰⁾

Het gaat Gerbner, wanneer hij het over effect of cultivatie heeft, niet om individueel gedrag en veranderingen daarin onder invloed van televisiekijken, maar om de functie van televisie binnen een bepaalde maatschappij. Hij zet zich dan ook af tegen het op (laboratorium) experimenten gebaseerde effectonderzoek. Deze zijn ontoereikend omdat de aandacht voor de situatie waarin de gedragsverandering plaats vindt als referentiepunt ontbreekt. Wijzigingen in opvattingen, attitude en/of gedrag krijgen pas inhoud in relatie tot een referentiepunt in casu de maatschappelijke kontekst: de cultuur.

Cultivatie-analyse

De vraag hoe kijkgedrag van invloed is op de cultuur staat bij Gerbner centraal. Het effect van communicatie bestaat zijns inziens dus niet uit wat zij ons laat doen, maar wat zij bijdraagt aan de betekenis van alles wat er binnen een bepaalde maatschappij geschiedt en de verschillen in interpretaties daarvan. Om de cesuur met de directe, op de persoon gerichte, communicatie-effecten duidelijk te maken, hanteert Gerbner in deze context het begrip *cultivatatie*.

Gerbner verwacht dat het bij *cultivatatie* gaat om "subtle patterns against whose influence we may all be some what defenseless".²¹⁾ Dat het om moeilijk meetbare verschijnselen gaat is duidelijk: "Our instruments cannot fully measure that depth and pervasiveness of television's gradual, subtle, and cumulative impact; they can only provide empirical hints and subtle trends. Thus findings of relatively small relationships is to be expected, and does not necessarily falsify cultivation theory".²²⁾

Het instrument waarop Gerbner hier doelt is de *Cultivation Differential* (C.D.). De C.D. is het verschil tussen het percentage zware en lichte kijkers, die op een vraag een antwoord geven die afgeleid is uit de televisie werkelijkheid. Gerbner gebruikt bij zijn vragen scoringsmogelijkheden die respectievelijk overeenkomen met de *sociale werkelijkheid* en de *televisie werkelijkheid*. Deze laatste wordt aangeduid met het televisie-antwoord en is gebaseerd op de resultaten van de inhoudsanalyse. Bij de cultivatie-analyse gaat het om een confrontatie van feiten uit de televisie werkelijkheid met die van de objectieve maatschappelijke werkelijkheid. In tabel 3 is hiervan een voorbeeld gegeven. De C.D. wordt als een indicator beschouwd voor de discrepantie tussen de feitelijke werkelijkheid en de sociale realiteit, zoals die door de zware kijker wordt gezien.

	Giving Television Answer								CD (% Heavy- Light)	gamma	Total N
	Television Viewing ¹⁾										
	Total		Light		Medium		Heavy				
%	N	%	N	%	N	%	N				
Overall controlling for:	78	(4192)	72	(1183)	79	(1822)	82	(1187)	+10	.18***	5376
Age										.17 ^f	
18-29	77	(1286)	73	(369)	78	(542)	79	(376)	+6	.11***	1668
30-54	75	(1660)	70	(493)	76	(749)	80	(418)	+10	.18***	2208
over 55	83	(1246)	77	(321)	84	(531)	87	(393)	+10	.22***	1500
Education										.18 ^f	
No College	79	(2957)	70	(715)	82	(1297)	82	(945)	+12	.20***	3753
Some College	76	(1223)	76	(462)	73	(522)	83	(239)	+7	.06	1605
Newspaper Reading										.16 ^f	
Sometimes	77	(1477)	70	(428)	76	(597)	85	(451)	+15	.26***	1923
Everyday	79	(2713)	74	(753)	81	(1224)	80	(736)	+17	.13***	3450
Race										.17 ^f	
White	78	(3713)	73	(1055)	80	(1633)	82	(1025)	+9	.17***	4747
Non-White	76	(479)	70	(129)	76	(188)	82	(162)	+12	.21**	629
Urban Proximity										.17 ^f	
City over 250,000	79	(776)	77	(213)	82	(355)	77	(209)	0	-.00	981
City under 250,000	78	(1834)	64	(110)	80	(207)	88	(152)	+24	.42***	603
Suburban	79	(1633)	75	(498)	78	(688)	85	(447)	+10	.19***	2066
Non-Metropolitan	76	(1314)	70	(363)	79	(572)	79	(379)	+9	.17***	1726
Family Income										.17 ^f	
under \$ 10,000	80	(1508)	67	(321)	84	(588)	85	(599)	+18	.32***	1885
\$ 10,000-\$ 25,000	78	(849)	74	(516)	79	(864)	80	(454)	+6	.12***	2362
over \$ 25,000	75	(849)	76	(346)	74	(369)	76	(134)	0	-.03	1129
Sex										.17 ^f	
Male	75	(1903)	68	(560)	80	(899)	78	(443)	+10	.20***	2524
Female	80	(2289)	78	(623)	79	(922)	84	(744)	+6	.14***	2853

¹⁾ "On the average weekday, about how many hours do you personally watch television?"
 Light: under 2 hours
 Medium: 2-4 hours
 Heavy: over 4 hours

^f First-order partial gamma

* $p \leq .05$ (tau)

** $p \leq .01$ (tau)

*** $p \leq .001$ (tau)

Data Source: Opinion Research Corporation.

Tabel 3. Percentage respondentent, dat instem met de uitspraak dat vrouwen eerder slachtoffer worden van misdaad dan mannen.

(tabel afkomstig uit Gerbner et al Violence Profile no. 11, 1980 a, p. 49).

In het laatste onderzoeksrapport van Gerbner c.s. (Violence Profile no. 11) wordt de *Cultivatie Analyse* nader genuanceerd. Voortgezette analyse van data heeft geleerd dat "there are substantially different patterns of associations for different social groups between amount of viewing and certain conceptions of social reality".²⁴⁾ Naast *Cultivation* onderscheidt Gerbner c.s. dan

mainstreaming en *resonance*. "By mainstreaming we mean the sharing of that commonality among heavy viewers in these demographic groups whose light viewers hold divergent views. In other words differences deriving from other factors and social forces may be diminished or even absent among heavy viewers".²⁵⁾ In de analyse van de data beperkt Gerb-

ner c.s. zich niet langer tot de categorie lichte en zware kijkers, maar wordt de analyse verder uitgesplitst naar het gedrag van lichte en zware kijkers van verschillende subgroepen. Veelal blijkt dan dat als er duidelijke verschillen tussen lichte kijkers voor bepaalde subgroepen te constateren zijn, deze verschillen kleiner zijn of wegvallen voor zware kijkers van dezelfde subgroepen (zie fig. 1).

1). Kortom veel televisie leidt tot een convergentie van opvattingen bij kijkers: "Heavy viewers of all groups tend to share a relatively homogeneous outlook".²⁶⁾

Daar staat tegenover, dat voor bepaalde

subgroepen kijkers het bijzonder belang van bepaalde issues kan leiden tot een versterking van de cultivatie. "When what people see on television is most congruent with everyday reality (or even preceived reality) the combination may result in a coherent and powerfull "doubledose" of the television message and significantly boost cultivation. Thus, the congruence of the television world and real life circumstances may 'resonate' and lead to markedly amplified cultivation patterns".²⁷⁾ Aan dit proces wordt door Gerbner c.s. het label 'resonance' gegeven. (Zie fig. 1)

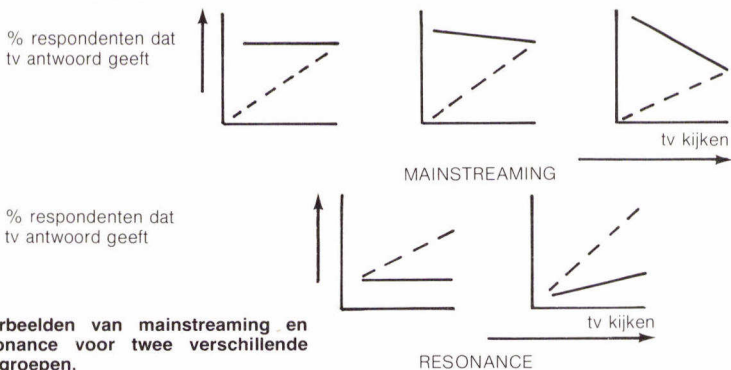


Fig. 1. Voorbeelden van mainstreaming en resonance voor twee verschillende subgroepen.

In het onderzoek van Gerbner is het nog niet zonder meer duidelijk welke subgroepen kijkers zullen *mainstreamen* of *resoneren*.

Als indicatie voor een mogelijke operationalisering kan misschien verondersteld worden, dat analyse van het gedrag van subgroepen, die geselecteerd zijn op basis van variabelen gerelateerd aan maatschappelijke positie (bv. inkomen, opleiding, sociaal economische status), inzicht kunnen verschaffen in het mainstreaming proces. Subgroepen kijkers, geselecteerd naar 'day-to-day-life' (bijvoorbeeld woonomgeving, huwelijks status), kunnen inzicht verschaffen met betrekking tot 'resonance'.

Duidelijk is dat de inzichten, die Gerbner op basis van de gehanteerde inductieve methode ontwikkeld heeft, bij-

zonder veelbelovend zijn. Ze zijn evenwel niet zonder kritiek gebleven.

Ieder krijgt de kritiek die hij verdient! Gerbner ook?

De kritiek op Gerbners project centreert zich rond een drietal punten. Newcomb, Van Poecke en Halloran plaatsen kanttekeningen bij een aantal theoretische uitgangspunten. Blank, Owen, Coffin en Tuchman plaatsen vraagtekens bij de validiteit van Gerbners manier van meten. De meest recente stroom van kritiek betreft de *cultivatatie analyse*. Het betreft kritiek op grond van secundaire analyse van Wober, Doob en McDonald, Pingree en Hawkins, Hughes en Hirsch. Zeker Hirsch's kritiek heeft er toe bijgedragen, dat de discussie op het scherpst van de snede gevoerd wordt.

De theoretische vraagpunten

Newcomb constateert, dat er binnen Gerbner's benadering sprake is van een bepaalde tegenspraak. Volgens Newcomb valt "The Violence Profile work . . . firmly in the 'transportation theory' ".²⁸⁾

Volgens deze theorie zijn communicatieprocessen te beschouwen als lineaire processen: "communication as a process of transmitting messages at a distance for the purpose of control".²⁹⁾ Om dit aan te tonen wijst Newcomb op het cultivatie-idee: "the cultivation of consciousness fits the transportation model as well as does the cultivation of specific behaviors, so long as it is cultivation and its effects that one is attempting to measure."³⁰⁾

Daarnaast wijst hij op citaten uit Gerbner's werk waar televisie wordt bestempeld als "the central arm of american society" of als agent van de status quo. Daarbij suggererende, dat Gerbner zijn werk gebruikt om bepaalde groepen of instituties aansprakelijk te stellen zonder op het eigen karakter van het medium in te gaan.³¹⁾

Daartegenover benadrukt Newcomb dat Gerbner het communicatieproces eveneens benadert in termen van het creëren van een symbolische omgeving, het voortbrengen van beelden, ideeën en opvattingen over de maatschappelijke werkelijkheid door massaal geproduceerde mediaboodschappen. Hier sluit Gerbner aan bij 'a ritual view of communication', 'communication . . . as a process through which a shared culture is created, modified and transformed'.³²⁾

Hiermee zijn twee verschillende invullingen van het centraal object van communicatiewetenschap gegeven. Bij de ene (de lineaire variant) staat de vraag centraal onder welke voorwaarden de media er in slagen de consumenten van hun producten te bereiken en te beïnvloeden. De andere benadering (de ritueel variant) richt zich op de vraag wat voor relatie er bestaat tussen uitdrukingsvormen en de wijze waarop de samenleving in elkaar zit.

Dit verschil in omschrijving van het object heeft gevolg voor de methode die men kiest voor de analyse van dat object.

De voorwaarden waaronder media invloed hebben op de consument van mediaproducten dienen heel anders onderzocht te worden dan de betekenis van cultuuruitingen en de interpretatie daarvan door verschillende maatschappelijke groepen. Alhoewel Newcomb terecht deze spanning constateert in Gerbner's benadering, moet toch gezegd worden, dat Gerbner zich juist afzet tegen een lineaire benadering van het communicatieproces.

Het gaat hem om een transactie van codes: "If the interaction involves a code or representation with recognized message properties, and if the nature and role of these properties with interaction is the focus of the study, we are inquiring into a communication act which has consequences."³³⁾

De *transportation theory* heeft niet alleen het begrip communicatie als een speciaal type sociale interactie, maar ook de betekenis van effect verhuisd. Het gaat zoals we al eerder hebben gezien niet om veranderingen in persoonlijk gedrag veroorzaakt door de media, maar om een bredere maatschappelijk effect. "Specific attitude or behaviour 'change' may be the least significant indicator of 'effect' unless it is part of a general transformation of the message production and image-cultivation process. . . ."

"The cultivation of dominant image patterns is the major function of the dominant communication agencies of any society".³⁴⁾

Gerbner definieert communicatie dan ook als sociale interactie gebaseerd op symbolen en boodschapssystemen. De productie en perceptie van boodschapssystemen cultiveren stabiele structuren van algemeen voorkomende beelden. Dit, en niet een tactiek ontworpen om een bepaalde gewenste respons te realiseren, staat centraal bij de communicatie transactie. Duidelijk mag zijn dat Gerbner eerder bij een 'ritual view of

communication' te plaatsen is, dan dat hij als een exponent van de transportation theory te beschouwen is.

Desalniettemin is Gerbner in de ogen van Newcomb, Van Poecke³⁵⁾ en Fishe en Hartley³⁶⁾ niet konsekwent. Uitgaande van televisie als producent van een symbool-omgeving, zou voor een semiologische analyse van televisie-inhoud gekozen moeten worden, gericht op het analyseren van voorkomende codes. "Content analysis does not help us to respond to the individual programme, nor, more importantly, the viewing session; it does not help us with matters of interpretation nor with how we respond to the complex significance and subtleties of the television text, that sort of reading of television require that we move beyond the strictly objective and quantitative methods of content analysis and into the newer and less well explored discipline of semiotics".³⁷⁾ Inhoudsanalyse doet, anders dan semiologische analyse, geen recht aan het bewuste en onbewuste in dramaprogramma's, aan verschil in genre's en aan de wijze waarop het verhaal in een dramaproduct is opgebouwd.

Ook Halloran en Croll³⁸⁾ komen tot de conclusies dat de inhoudsanalyse van Gerbner uiteindelijk leidt tot vertekening van conclusies. Zo kunnen personages betrokken bij bepaalde geweldshandelingen wisselend slachtoffer of dader zijn, maar door de nadruk op de incidenten waarbij ze betrokken zijn, is het niet mogelijk inzicht te krijgen op het handelingsverloop, op de legitimiteit van bepaalde (gewelds)handelingen. Doordat Gerbner op deze wijze slechts manifeste verschijnselen turf, gaat er informatie over het feitelijke gebeuren verloren en wordt de realiteit eerst afgebroken om vervolgens weer kunstmatig gereconstrueerd te worden.

De hiervoor genoemde auteurs stellen het belang van het individuele programma en het verloop van het verhaal centraal. Zij menen weliswaar dat het verhaal volgens bepaalde sjablonen verloopt, maar gaan er tevens vanuit dat deze sjablonen door kijkers als zodanig

worden herkend en dus ook op verschillende wijzen worden geïnterpreteerd. Een kijker confronteert wat de televisie overbrengt met zijn alledaagse ervaringen en evalueert op basis daarvan de impliciete betekenis van de televisieboodschap. Newcomb en de andere hiergenoemde critici van Gerbner wijzen de stelling van deze laatste, dat kijkers in bepaalde mate (al dan niet bewust) beïnvloedbaar zijn, af. Newcomb vraagt zich verder af in hoeverre juist geweld, als één van de onderdelen van de symbolische omgeving, indicatief is voor de sociale rollen die door de kijkers worden geleerd.³⁹⁾ Hij is van mening, dat het onterecht is om televisiedrama vanuit een pre-occupatie met geweld te benaderen. Gerbner's onderzoek en het cultivatie-idee is voor Newcomb dan ook "skewed, not in terms of their measuring procedures",⁴⁰⁾ maar in de veronderstelling dat televisie overheerst wordt door geweld. "If we cannot assume that certain parts of the television messages are more directly perceived and absorbed than others, or if the world of television is not interpreted as being 'ruled by violence', then, very simple, one would ask different questions of the audience. In the Gerbner and Gross procedures the research model assumes and is based on validity of their interpretation and hypothesis that should be tested".⁴¹⁾

Gerbner is niet geïnteresseerd in individuele verschillen maar "in the commonalities of exposure and association that cultivate public conceptions".⁴²⁾ Gerbner stelt niet de inhoudelijke verschillen maar juist de overeenkomsten – de nadruk op geweld als middel tot oplossing van problemen – in dramaprogramma's centraal. Kijkers krijgen, dankzij non-selectief kijkgedrag en ondanks perceptie-verschillen, zo'n overdosis aan geweld te zien, dat de wel heel specifieke opvattingen over de verdeling van macht binnen een samenleving, die in dat geweld opgesloten zit, wel mede bepalend moeten zijn voor hun beelden, opvattingen en ideeën over de samenleving.

Zijn de Violence Index en de Risk Ratio's valide en betrouwbaar?

Zowel Coffin en Tuchman als Blank ⁴³⁾ zijn van mening, dat Gerbner's geweldsdefinitie te breed is. Doordat ook geweld in komische situaties en natuurrampen onder zijn definitie van geweld vallen, wijkt Gerbner huns inziens te sterk af van de 'common sense' notie van geweld. Ze uiten dan ook sterke twijfels ten aanzien van de validiteit van Gerbner's Violence Index, temeer daar deze maat een som zou zijn van "peren, appels en bananen". Ook Owen ⁴⁴⁾ is van mening dat allerlei ongelijksoortige elementen uit verschillende dimensies bij elkaar worden genomen. De Index heeft pas betekenis als je de betekenis van de opbouwende (gewelds-) elementen kent. Daarbij gevoegd de tamelijk arbitraire weging van twee elementen met factor twee, leidt dit tot de conclusie, dat de V.I. weliswaar niet fout, maar wel zinloos is. De V.I. kan volgens Owen pas inhoud krijgen indien de index wordt gerelateerd aan de mogelijke effecten van geweld. Pas als er inzicht is in die effecten is het mogelijk om een methodologisch acceptabele index te construeren. "A priori measurement is an improper basis. . ." ⁴⁵⁾ Blank heeft verder bezwaar tegen Gerbner's definitie van geweldscene als analyse eenheid. Gerbner gaat uit van een nieuwe geweldscene als een 'nieuwe' persoon in de lopende geweldshandeling betrokken raakt. Een duel tussen twee personen vormt zo één analyse-eenheid, wordt een derde persoon daarbij betrokken, dan is dit een nieuwe analyse-eenheid. Het totaal aantal analyse-eenheden vormt een onderdeel van de V.I. Bovendien worden de geweldscenes afzonderlijk bekeken in de inhoudsanalyse. Blank is van mening dat het onjuist is de analyse-eenheid op deze wijze in te perken. "The proper count is the number of violent incidents themselves, not affected by the change in the participants of the action" ⁴⁶⁾ Ook Halloran en Croll, evenals ten onzent Kok ⁴⁷⁾ hebben bezwaar tegen deze interpretatie van geweldscene en delen Blank's

voorkeur voor een andere definitie van de analyse-eenheid.

Indien Blank's interpretatie van geweldscene gevolgd zou worden, dan zou de V.I. lager komen te liggen dan nu het geval is.

Gerbner stoot zich niet aan deze kritiek, omdat het volgens hem om een relatieve maat gaat. Het gaat hem primair om een indicatie van geweld, op basis waarvan vergelijking door de tijd mogelijk is. Gerbner is echter ook gedwongen vast te houden aan zijn definitie van geweld en geweldscene, omdat anders vergelijking met voorgaande jaren niet meer mogelijk is.

Gerbner stelt in het laatste onderzoeksverslag, Violence Profile no. 11, dat de V.I. voldoet aan vereisten voor een index, nl. homogeniteit en indicering van één dimensie. Op basis van een factor analyse, waarbij de analyse-eenheden werden gevormd door Violence Indexen, die over de laatste 11 jaar zijn berekend per *netwerk*, (ABC, NBC, CBS), *tijd* (prime-time, 'kindertijd') en *dag* (door de week - weekend), bleek, dat slechts één factor ten grondslag ligt aan de vijf componenten van de V.I. Interne homogeniteit wordt aangetoond door een score van .89 voor Cronbach's alpha. ⁴⁸⁾

Concluderend mag er gesteld worden dat de Violence Index als maat aan de 'technische' voorwaarde voldoet, maar dat zijn betekenis slechts relatief is.

Niet alleen de V.I. maar ook de 'Risk Ratio's' zijn veelvuldig bekritiseerd. Risk Ratio's duiden, grofweg gezegd, de 'kansen' aan om slachtoffer te worden van geweld voor leden van verschillende groepen zoals geportretteerd op televisie. Negatieve Risk Ratio's voor een bepaalde subgroep impliceren dat kijkers leden van die subgroep als machteloos zien. Kijkers die tot die subgroep behoren identificeren zich met een slachtofferrol. Positieve Risk Ratio's zouden het tegenovergestelde effect hebben.

Het is echter de vraag of Risk Ratio's wel wat zeggen over dit soort risico's. Het aantal mensen (van een bepaalde sub-

groep), dat ofwel als slachtoffer, ofwel als dader betrokken is bij geweld, is daarvoor niet van belang.

De statistische kans om slachtoffer te worden, is te berekenen door naar het aantal slachtoffers in de gehele populatie te kijken, waarbij uitsplitsingen naar subgroepen zijn te maken. Gerbner berekent Risk Ratio's op voorwaarde dat men al bij geweld betrokken is.

Blank vraagt zich af of de kijkers wel in staat zijn de verschillende risk ratio's juist te schatten, mede gezien de nadere differentiëring in subgroepen. De kijker is tenslotte niet bezig zijn kansen te berekenen. Bepaalde vormen van geweld zullen meer indruk maken dan andere. Een brute verkrachting zal de kijkers beter bijblijven dan een clean dodelijk schot.

Ook de vraag met wie men zich identificeert speelt een rol. Zal een oudere man zich identificeren met een bejaarde 'Godfather', met de oude man die beroofd wordt of zal de rol van 'der Alte' hem misschien meer aanspreken?

Wat dat betreft is het jammer dat Gerbner geen hypothese ontwikkeld heeft met betrekking tot het gedrag van subgroepen zware kijkers, die op basis van de risk ratio's, als risico-groep te bestempelen zijn. Hier is een nadere koppeling te maken tussen de resultaten van de inhoudsanalyse en de cultivatie-analyse. Hirsch⁴⁹⁾ heeft dit in een secundaire analyse wel gedaan. Er blijkt dan echter, dat zware kijkers van de door Gerbner onderkende risico-groepen, nl. vrouwen, vrouwen boven de 50, niet-blanke vrouwen, niet-blanke mannen, in vergelijking met lichte kijkers uit dezelfde groepen, de wereld niet als 'gemener' en 'slechter' zien. Net zo min als zware kijkers uit de groep blanke mannen, de groep die in drama-programma's schijnbaar per definitie het gelijk en het geweld aan hun kant hebben, de wereld als minder gemeen zien dan lichte kijkers uit dezelfde groep. Op basis van Hirsch' bevindingen alleen, is niet te concluderen of de problemen bij het berekenen van Risk Ratio's liggen, of bij de cultivatie-analyse. Meer onderzoek gebaseerd op

hypothesen over cultivatie gedrag van risicogroepen, zoals geïndiceerd door Risk Ratio's, lijkt gewenst.

Kritiek op de cultivatie-analyse

De kritiek die geuit wordt op de cultivatie-analyse heeft vaak een ambivalent karakter. Veelal betreft de kritiek de operationalisatie van de onafhankelijke variabele kijkgedrag of de operationalisatie van de afhankelijke variabele (met name het *verschil tussen sociale en televisie werkelijkheid* zoals gemeten door de *cultivatie-differential*, in het vervolg aan te duiden met *televisiebias*). Daarnaast richt de kritiek zich op de controle op storende variabelen (is de relatie tussen kijkgedrag en televisiebias spurious?).

In het Cultural Indicator onderzoek wordt kijkgedrag vastgesteld door het bepalen van de mediaan bij de antwoordverdeling van de vraag 'On an average day about how many hours do you personally watch television?' Degenen die hoger scoren dan de mediaan worden tot de zware kijkers gerekend, degenen die lager scoren dan de mediaan tot de lichte kijkers. Voor elke steekproef wordt de mediaan opnieuw vastgesteld evenals voor elke subgroep. Zo kan het onderscheid tussen lichte en zware kijkers bij respondenten met lage opleiding bij 2 uur liggen, bij respondenten met hoge opleiding bij één uur. Daarnaast wordt in de cultivatie-analyse door Gerbner c.s. ook gebruik gemaakt van een driedeling in lichte, gemiddelde en zware kijkers. De kritiek richt zich op de vergelijkbaarheid van de resultaten. Gerbner stelt hier tegenover dat het om een relatieve maat gaat. Het werken met een absoluut niveau voor zwaar kijkgedrag is gedoemd te mislukken. Dit mag blijken als er naar verschillende leeftijdscategorieën wordt gekeken. Tenslotte is het tijdsbudget van kinderen anders dan dat van volwassenen en dat van volwassenen weer anders dan dat van bejaarden. Tevens gaat het hier om kijkgedrag zoals dat door kijkers door middel van 'self-reporting' wordt geïndiceerd. Het betreft

dus niet een zeer accurate maat. Hirsch lijkt daar gezien zijn aandacht voor de statistische verdeling van kijkgedrag wel vanuit te gaan. Deze is volgens hem niet als normaal aan te merken. De verdeling is uitermate scheef: 50% van de kijkers kijkt minder dan 2 uur, terwijl het rekenkundig gemiddelde hoger ligt dan de mediaan, nl. op 2,9 uur. Toch valt over het algemeen 90% van de steekproef van een nationaal sample in de Verenigde Staten binnen één standaard deviatie van het gemiddelde. Hirsch concludeert hieruit dat een gammaverdeling de data beter dekt dan een normale verdeling. Tevens verbindt Hirsch hieraan consequenties voor een indeling van kijkgedrag per dag. Hij gaat uit van de volgende verdeling: niet kijkers; lichte kijkers (0-2 uur); gemiddelde kijkers (2-4 uur); zware kijkers (4-8 uur) en extreme kijkers (8 uur en langer). Bij replicatie van de cultivatie-analyse blijkt dan dat niet-kijkers eerder een televisie-antwoord geven dan lichte, gemiddelde, zware of extreme kijkers. Niet-kijkers zijn angstiger en vervreemder dan andere groepen kijkers. Ook de groep extreme kijkers voldoet niet aan de voorspellingen die Hirsch uit Gerbners theorie afleidt. In vergelijking met zware kijkers geven ze het televisie-antwoord juist minder. Dit is een van de argumenten voor Hirsch om Gerbners theorie af te wijzen. Daarbij gaat hij evenwel voorbij aan het bijzondere karakter van deze beide extreme groepen. Ze kijken op een groot aantal variabelen significant af van andere groepen kijkers. Gerbner stelt dat deze groepen niet interessant zijn. Hij wil weten hoe de overige 90% van de populatie zich volgens het cultivatie idee 'gedraagt'. "Patterns of responses for these marginal groups are clearly of some interest, but they are irrelevant to cultivation theory because these groups probably differ from other viewers on uncontrolled third variabls.⁵¹⁾

Toch lijkt het zinvol om zoveel mogelijk het werkelijke kijkgedrag te meten.

Zo bleek in een onderzoek van Pingree en Hawkins,⁵²⁾ die zowel de self-

reporting vraag van Gerbner gebruikten als een dagboekmethode hanteerden, de laatste een hogere predictieve geldigheid te hebben.

Tevens kan – hoewel Gerbner daarin niet is geïnteresseerd – een relatie gelegd worden tussen genre en cultivatie. Correlaties tussen het kijken naar 'misdad- en avonturenprogramma's' en een 'mean-world-index' (een index gebaseerd op vragen, die de dreiging, die de kijker ervaart van de hem omringende 'omgeving', meten), als indicatie voor televisiebias, bleken hoger te zijn dan die tussen toneel respectievelijk familieseries en 'mean-world-index'.⁵³⁾ Ook bij de meting van de afhankelijke variabele, hier aangeduid met 'televisie bias', zijn een aantal kritische kanttekeningen te maken. Veelal wordt de C.D. (Cultivation Differential) bepaald op basis van slechts één enkel item, zoals bijvoorbeeld 'How often is it all right to hit someone if you are mad at them? It is almost always right or almost never right?'

Het is natuurlijk de vraag of één enkel survey item voldoende is om inzicht te krijgen in de vraag of televisiekijken leidt tot interpretatie van de sociale werkelijkheid in televisietermen. Daarnaast zijn er door Gerbner et. al. schalen ontwikkeld, die door Wober bekritiseerd zijn. Hij stelt dat de subjectieve formulering van de items bepalend is voor de mate waarin de respondenten televisie-antwoorden geven. "The most subjective question produced the highest differences".⁵⁴⁾ In zijn eigen omstrede⁵⁵⁾ onderzoek gebruikt hij daarom een positief en een negatief geformuleerde variant als onderdeel van een 'security-scale'. Deze schaal wordt gecorreleerd met kijkgedrag, waarbij gecontroleerd wordt voor geslacht, leeftijd en sociale klasse. Wober vindt geen significant verband.

Evenals Wober pogen Pingree en Hawkins een alternatieve schaal te ontwikkelen.

Deze nieuwe 'mean-world index'⁵⁶⁾ had tot doel een grotere variatie en een verfijnder onderscheid in betekenis

mogelijk te maken. In vergelijking met de oorspronkelijke Gerbner index werd niet gescoord door aan te geven of de respondent al dan niet instemde met een bepaald item, maar kon op een vijf puntsschaal gescoord worden. Tevens waren naast de drie 'negatief' geformuleerde Gerbner items, drie positief geformuleerde items toegevoegd. Deze zes items zouden een 'mean-world index' op moeten leveren.

Bij factor analyse, ter controle van multi-dimensionaliteit bleek er evenwel niet van één factor sprake te zijn maar van twee factoren, die respectievelijk de positief en negatief geformuleerde items dekten. Slechts de negatief geformuleerde items correleerden met mate van televisiekijken (.16) "Perceptions of a 'nice' world do not seem to be a cultivation outcome".⁵⁷⁾ Ook hier blijkt meten van 'televisiebias' op een schaal een hachelijke aangelegenheid.

Gerbner onderkent dit zelf ook "The design is further complicated when we conduct secondary analysis of lasting survey data, using questions that were specially designed to answer some other primary research objective. . . . In these cases we had no control over question design and often stretched existing response questions and response categories to meet our frame work".⁵⁸⁾

Secundaire analyse houdt dus zonder meer een gevaar in, daar meetprocedures, operationalisering en vaak niet eenduidig en de steekproeven vaak niet vergelijkbaar zijn. De vraag is dan ook of er sprake is van cumulatief, empirisch bewijs voor Gerbners cultivatie-these. Hirsch stelt zelfs in dit verband dat "the lack of consistent results within and between samples suggests more a pattern of randomness than evidence for a linear or even a monotonic, relationship between television viewing and perceptions of a 'mean' or 'scary' world."⁵⁹⁾

Hirsch's twijfels worden verder versterkt als hij op basis van zijn replicatie van Gerbners onderzoek vindt, dat de vier door hem gehanteerde onafhankelijke variabelen (televisiekijkgedrag, opleiding, geslacht en ras) gezamenlijk

slechts tussen de 10 en 15% van de variantie in de afhankelijke variabelen verklaren. Veelal worden zulke lage verbanden beschouwd als 'evidence of non-findings'. Daarbij komt, dat de specifieke bijdrage van televisiekijkgedrag aan de verklaarde variantie wel zeer minimaal is. Hirsch konkludeert dan ook "Indeed if all of them combined explain so little, and we found television viewing to add virtually nothing to the others before it, to then argue that these data support the cultivation hypothesis is itself an ironic distortion of the 'real world' of data analysis".⁶⁰⁾ Dit wel zeer harde oordeel is niet helemaal terecht. Bij zijn analyse heeft Hirsch immers de twee nogal marginale groepen, namelijk de niet-kijkers en de extreme kijkers, niet buiten beschouwing gelaten. Dit houdt in, dat ook Hirsch's bevindingen moeilijk vergelijkbaar zijn met Gerbners conclusies.

Replicatie-onderzoek van anderen geeft meer inzicht in de waarde van Gerbners onderzoek en conclusies. Evenals Hirsch kritiseert Hughes⁶¹⁾ het feit dat Gerbner in zijn onderzoek wel controleert voor de invloed van één variabele op de relatie tussen kijkgedrag en televisiebias, maar niet voor meerdere variabelen tegelijkertijd. Bij heranalyse van Gerbner's data toont hij aan, dat slechts één van de vijf door Gerbner geclaimde relaties tussen kijkgedrag en vijf verschillende afhankelijke variabelen (die televisiebias moeten indiceren) niet aangetast wordt door meerdere, gelijktijdige controles. Wordt per gecontroleerde variabele gekeken, wat deze aan variantie verklaren op de afhankelijke variabele 'fear of walking alone at night' dan blijkt, dat geslacht, leeftijd en inwonersaantal van de woonplaats van de respondenten meer variantie verklaren dan het kijkgedrag.

Soortgelijke bevindingen worden ook gerapporteerd door Doob en McDonald: "When actual incidence of crime is controlled for, there is no overall relationship between television viewing and fear of being a victim of crime"; en door Piepe, Crouch en Emerson: "...

it's clear that the perception of the environment as more violent by council tenants is environmental and unrelated to their heavier television viewing".⁶²) Ook Pingree en Hawkins, die voor meerdere variabelen rapporteren, kunnen evenmin hoge correlaties vermelden. Gezien het feit dat de correlaties zo laag zijn en het feit dat correlaties niets over de richting van een verband zeggen, lijkt het alsof Gerbner's opvattingen op de tocht komen te staan. Pingree en Hawkins stellen dit als volgt: "... it would be a considerable overstatement to assign prominence to television as a shaper of culture".⁶³) In reactie hierop wijst Gerbner er bij herhaling op, dat de correlaties weliswaar laag zijn maar dat de samenhang tussen kijkgedrag en afhankelijke variabelen telkens weer gevonden worden. "... the 'size' of an effect may be less important than the direction of its steady contribution".⁶⁴)

Ten aanzien van de kritiek dat relaties verdwijnen bij controle voor meerdere variabelen stelt Gerbner, dat men bij de replicatie teveel een 'overall' effect heeft willen aantonen, tussen kijkgedrag en televisiebias. Zo'n overall effect heeft slechts beperkte betekenis, want er kan sprake zijn van 'a significant, meaningful and nonspurious association within specific subgroups. We believe that these variations in susceptibility are critical to understanding television and are neither random nor uninterpretable. They are systematic phenomena which can usually be explained by one or two processes we call 'mainstreaming' and 'resonance'.⁶⁵) Als voorbeeld hiervan kunnen de resultaten van Doob's en McDonald's onderzoek dienen. Deze vonden een sterke relatie tussen televisiekijken en angst voor misdaad bij respondenten die in buurten wonen waar veel misdaad voorkomt. Deze relatie is spurious. Huns inziens is de hoge criminaliteit in de buurt te beschouwen als onafhankelijke variabele, terwijl kijkgedrag en angst voor misdaad afhankelijke variabelen zijn. Gerbner stelt echter, dat er sprake is van een dubbele dosis, dat wil zeggen resonance. Beide variabelen dragen bij aan

'angst voor misdaad'. Bij controle voor verschillende variabelen, zowel elk afzonderlijk als simultaan, met betrekking tot data voor respondenten woonachtig in buurten met hoge criminaliteitscijfers, bleef er een relatie bestaan tussen televisiekijken en 'fear of crime'.

Een 'overall effect' tussen kijkgedrag en televisiebias is slechts het product van allerlei 'subrelaties' die allemaal met verschillende intensiteit een verschillende richting uit kunnen gaan.

Hirsch en Hughes hebben zich teveel op zo'n overall effect georiënteerd, waarbij ze geen oog hebben gehad voor allerlei subtiele verschillen tussen subgroepen kijkers. "Above all, Hirsch's failure to consider differential patterns within subgroups and his emphasis on global associations blinds him to findings which may be more critical than any 'overall' effects. . . . Our explorations of such specifications which we analyse within the framework of 'mainstreaming' and 'resonance' show systematic and consistent patterns within subgroups."⁶⁶)

Zolang men zich richt op 'n overall effect en belangrijke nonspurious specificaties over gedrag van subgroepen negeert kan er geen sprake zijn van een verwerping van de cultivatie theorie volgens Gerbner. Hirsch verzet zich hier echter tegen. De introductie van deze theoretische verijningen leiden er volgens hem toe, dat Gerbner's theorie niet meer openstaat voor falsificatie. "The Annenberg group's formulation(s) is (are) so inclusive that no matter what respondents answer on survey items, it can be argued to support one or another variant of the cultivation hypothesis. This treatment makes the assertion both irrefutable and intestable, almost by definition".⁶⁷)

Terecht richt Hirsch's kritiek zich op de onduidelijkheid die er bestaat met betrekking tot *mainstreaming* and *resonance*. Zolang niet bij voorbaat gespecificeerd wordt welke subgroepen zich 'afwijkend' zullen gedragen en in welke richting de verschuivingen van attitudes van zware kijkers verwacht moeten worden, lijken hypothesen met betrek-

king tot deze theoretische verfijningen moeilijk toetsbaar.

Hier komt duidelijk het verschil in werkwijze naar voren. Hirsch is gericht op een duidelijke, te operationaliseren, te testen formele theorie, waaruit zinvolle voorspellingen zijn te doen over te vinden relaties in de data, en dus openstaat voor verwerpingen. Gerbner gaat meer uit van een inductieve werkwijze.

Dit wordt door Gerbner geïllustreerd door een citaat van Sherlock Holmes aan te halen: "It is a capital mistake to theorize before one has data. Insensibly one begins to twist facts to suit theories, rather than to twist theories to suit facts" ⁶⁸⁾ In die zin moeten mainstreaming en resonance ook gezien worden als nadere geëxpliciteerde theoretische noties die mede onder invloed van data-analyse, duidelijk werden, maar al immanent in de cultivatietheorie aanwezig waren. In hun antwoord op Hirsch' kritiek geeft Gerbner daar een aantal voorbeelden van.⁶⁹⁾

Konklusie

Op zich is het jammer, dat de kritiek op Gerbner veelal op onderdelen is gericht, ofwel op zijn theoretische uitgangspunten, ofwel op de inhoudsanalyse, ofwel op zijn maten: de indicatoren, ofwel op de cultivatie-analyse. Laten we vooropstellen dat het Cultural Indicator idee *het ontwikkelen van tijdreeksen met betrekking tot verschijnselen in media inhouden*, zeker zinvol is. Ook de cultivatie hypothesen van Gerbner, vooral waar het de verfijningen betreft, zijn vanuit theoretisch oogpunt bezien zeer boeiend en het onderzoeken waard. Al was het maar om ze te falsifiëren.

Wat de kritiek op Gerbner verder betreft, kan gesteld worden, dat Gerbner zelf sterk bijdraagt aan misverstanden. Zo lijkt hij enerzijds een inductieve werkwijze te volgen, anderzijds stelt hij, dat de zeer abstracte theoretische noties wel degelijk als leidraad voor onderzoek dienen.⁷⁰⁾ Overigens is dit een van de gevallen waar Gerbner niet duidelijk aangeeft wat voor standpunt hij in-

neemt. Ook wat allerlei andere zaken betreft, expliciteert hij veelal zijn standpunt niet echt. Zo geeft hij nergens aan wat voor toetsings- en verwerpingscriteria hij hanteert waar het de cultivatie hypothese betreft.

Verder is Gerbner bijzonder onduidelijk waar het de operationalisering van zijn theorie betreft. Er bestaat een grote discrepantie tussen theorie en onderzoek. Deze gebrekkige operationalisatie van Gerbners theorie heeft mede tot gevolg, dat de koppeling tussen televisie-inhoud en cultivatie-analyse niet altijd systematisch wordt gemaakt. Wat dat betreft zou het zeker zinvol zijn als naast de grote aandacht voor variabelen met betrekking tot geweld ook andere variabelen die deels toch al in het onderzoek zijn opgenomen meer aandacht krijgen. Het is duidelijk, dat als men alleen geweld meet, men nooit affilatie vindt. De afhankelijkheid van de geboden databases voor cultivatie-analyse kan daarmee gereduceerd worden.

Een ander gevolg van de gebrekkige operationalisatie is, dat er een theoretische basis ontbreekt aan Gerbners inhoudsanalytische maten. Terecht wordt gekonstateerd, dat die maten dubieus zijn. Vaak is het onduidelijk wat de motivatie is voor de samenstelling van de maten. Het gaat in wezen om a priori meting. Alhoewel tests op unidimensionaliteit en homogeniteit bevredigend zijn, blijven de maten curieus samengesteld en hebben ze slechts beperkte (vergelijkende) waarde. Veel van de methodologische kritiek maant tot uiterste voorzichtigheid bij het uitvoeren van de cultivatie-analyse. De verklarende waarde van kijkgedrag (veel - weinig kijken) is laag, over de causaliteit is moeilijk een conclusie te trekken, de correlaties zijn evenwel consistent. Nader onderzoek, zowel internationaal vergelijkend, als over verschillende tijdsmomenten zijn van belang om het cultivatie-idee nader te onderbouwen of duidelijk te verwerpen.

Noten

1. Dit artikel verscheen in: A.V. Communication Research, 1969, Vol. 17, p. 137-148, en werd eveneens opgenomen in: G. Gerbner et al (eds.), The Analysis of Communication Content, New York, 1969, p. 123-132.
2. G. Gerbner, Toward 'Cultural Indicators': the Analysis of Mass Mediated Public Message Systems, in: A.V. Communication Research, 1969, Vol. 17, p. 138.
3. Cultuur heeft hier betrekking op het sociologische cultuurbegrip. Om de verwarving groter te maken: Het is mogelijk om te praten over sociale indicatoren in de culturele sfeer, bijvoorbeeld het aantal bioscoopstoelen of musea per 100.000 inwoners. Ook daar gaat het ons niet om. Het gaat hier primair om opvattingen, waarden, normen zoals die tot uiting komen in (o.a.) mediaproducten, die gezien kunnen worden als een uitingsvorm van bepaalde dominante maatschappelijke opvattingen.
4. Alhoewel er continue over Gerbner gesproken wordt, gaat het om de opvattingen van een onderzoeksteam waarvan Gerbner als de bezielande leider wordt gezien.
5. Het betreft hier niet alleen 'toneel'producties maar alle programma's met een spelhandeling, dus ook alle tv-series, films, cartoons, enz.
6. Zie bijvoorbeeld: Per Block e.a., Cultural indicators, the swedish symbol system, 1945-1975, Lund 1977. K.E. Rosengren, Cultural Indicators, Sweden 1945-1975, paper presented to the non-divisional session on "Cultural Indicators and the Future of Developed Societies", XXX International Conference on Communication, I.C.A., Acapulco, Mexico, 18-23 mei 1980.
7. Alhoewel Namenwirth zich primair bezig houdt met geautomatiseerde inhoudsanalyse zouden sommige van zijn onderzoeken tot de 'Cultural Indicator' benadering gerekend kunnen worden:
 - J.Z. Namenwirth, The Wheels of Time and the Interdependence of Value Change, in: Journal of Interdisciplinary History, 3 (Spring), p. 649-683.
 - J.Z. Namenwirth en R.C. Bibbee, Change within or of the system: An example from the History of American Values, in: Quantity and Quality (10), 1976, p. 145-164.
8. Weber baseert zich sterk op het werk van Namenwirth. Zie bijvoorbeeld: R.P. Weber "The dynamic of value change, Transformation and cycles: British Speeches from the Throne, 1968-1972, University of Connecticut, Ph.D. thesis, 1978.
R.P. Weber, The arts and cultural indicators: the coming revolution in content analysis, Harvard University, 1979.
9. In navolging van en in samenwerking met Weber houden Klingemann en Mohler zich bezig met Cultural Indicators en geautomatiseerde inhoudsanalyse, zie: H. Klingemann, et al., Cultural Indicators based on Content Analysis, a secondary analysis of Sorokin's Data on Fluctuations of Systems of Truth, 1980.
10. Tegenwoordig worden kranten via computer gezet. De tapes die daarbij gebruikt worden kunnen direct voor geautomatiseerde inhoudsanalyse gebruikt worden.
Daarbij moet echter worden aangetekend, dat, hoewel de inhoudsanalyse een gegarandeerde betrouwbaarheid hebben en de validiteit gegarandeerd lijkt, op deze vorm van inhoudsanalyse nogal wat kritiek bestaat. Zie o.a. J. Markoff (et al) Toward the integration of Content Analysis and General Methodology, in: D.R. Herse (ed.) Sociological Methodology, 1975, London, 1977, p. 1-58.
L. Carol Deweese III, Computer Content Analysis of "Day old" Newspaper: a feasibility study, in: Public Opinion Quarterly, 41 (1977), p. 91-94.
K. Schonbach, "The issue of the seventies", Elektronische Inhaltanalyse und die langfristige Beobachtung von agenda-setting Wirkungen der Massenmedien, paper.
11. R.P. Weber, 1979, op cit, p. 2.
12. G. Gerbner, Toward Cultural Indicators, in: G. Gerbner et al the Analysis of Communication Content, New York, 1969, p. 127.
13. Gerbner definieert geweld als volgt:
"Violence is defined as the overt expression of physical force with or without a weapon against self or other, or compelling action against one's will on pain of being hurt or killed, or actually hurting or killing. Must be plausible and credible; no idle threats, verbal abuse, or gestures with no credible violent consequences. May be intentional or accidental; violent accidents, catastrophes, acts of nature are included".
Recording instrument, Revised, October 11, 1978. Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania, Philadelphia, p. 5.
14. Data afkomstig uit G. Gerbner et al, Violence Profile no. 11, Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania, Philadelphia, 1980.
15. Gerbner, 1980 a, op cit, p. 31.
16. L. Gross, Television as a Trojan Horse, School Media Quarterly, Spring 1977, p. 175-180, op cit, p. 179-180.
17. G. Gerbner, Violence Profile no. 10, in: Journal of Communication 1979 (29) 3, p. 177-196, op cit p. 180.
18. G. Gerbner, L. Gross, Living with TV: The Violence Profile, in: Journal of Communication 1976 (26) 2, p. 173-199, op cit p. 178.
19. Ten onzent geeft Peter Vasterman een zeer heldere karakterisering van de inhoud van drama-programma's, zoals die onder bestaande produktiewang tot stand komt, P. Vasterman, Televisie-amusement, een spel zonder grenzen, in: J. Bardeel en J. Bierhoff (red.), Media in Nederland, deel I, 1980, Amsterdam, p. 50-74.
20. G. Gerbner, L. Gross, 1976, op cit, p. 175.
21. G. Gerbner, L. Gross, 1976, op cit, p. 179.
22. G. Gerbner et al, 1980 a, p. 31.
23. Kijkgedrag wordt bij Gerbner veelal geoperationaliseerd in termen van lichte en zware kijkers. Deze classificatie is afhankelijk van de verdeling van het aantal uren dat televisie wordt gekeken binnen een

- bepaalde steekproef. Het deel zware en lichte kijkers varieert per steekproef, afhankelijk van de mediaan. Soms kiest men voor een operationalisatie in drie klassen, nl. licht, gemiddeld en zwaar. Hier zijn Gerbner c.s. echter sterk afhankelijk van het geboden materiaal. Cultivation Analysis is veelal gebaseerd op secundaire analyse.
24. G. Gerbner et al, Violence Profile no. 11, in: Journal of Communication, 1980 b, p. 10-29, op cit p. 15.
 25. G. Gerbner et al, 1980 b, op cit p. 15.
 26. G. Gerbner et al, 1980 b, op cit p. 13.
 27. G. Gerbner et al, 1980 b, op cit p. 15.
 28. H. Newcomb, Assessing the violence profile studies of Gerbner and Gross, A humanistic critique and suggestion, in: Communication Research, 5 (1978) 3, p. 264-282, op cit p. 276.
 29. J. Carey, Mass Communication research and cultural studies, in: J. Curran, M. Gurevitch en J. Woolacott (eds), Mass Communication and Society, London, 1977, p. 409-425, op cit p. 412.
 30. H. Newcomb, 1978, op cit p. 276.
 31. Vgl. manipulatietheorieën m.b.t. media.
 32. J. Carey, 1977, op cit p. 412.
 33. G. Gerbner, On defining Communication, still another view, in: Journal of Communication, 16 (1966) 2, p. 99-103, op cit p. 101.
 34. G. Gerbner (1966) op cit p. 102.
 35. L. van Poecke, Culturele Indicatoren (III): Gerbner, het systeem is de boodschap, in: Communicatie, 9 (1979) 1, zie ook: L. van Poecke: Gerbner's Cultural Indicators: the system is the message, in: G. Wilhoit & H. de Bock (eds.) Mass Communication Review Yearbook, Vol. 1, 1980, p. 423-431.
 36. J. Fiske en J. Hartley, Reading television, London, 1978.
 37. J. Fiske en J. Hartley, op cit p. 36, 1978.
 38. J.D. Halloran en P. Croll, Television Programmes in Great Britain, Content and Control, in: G. Comstock en E. Rubinstein, Television and Social Behaviour, reports and papers, Vol. I: Media content and control, 1972, Washington.
Halloran en Croll rapporteren hier over hun ervaring met Gerbners onderzoeksinstrument.
 39. Zo wijzen Piepe, Crouch en Emerson er op dat voor het Brits aanbod eerder consensus centraal staat dan geweld. "Our results suggest that television is an important means of imbibbing political values and that the range of its influences is broader and more pervasive than a focus on violence might suggest". A. Piepe, J. Crouch and M. Emerson, Violence and Television, in New Society 15-9-1977, no. 41 p. 536-538, p. 538 op cit. Zie ook A. Piepe, J. Crouch and M. Emerson, Mass Media and Cultural Relationships, Farnborough, 1978.
O. Wiegman, et al noemen dit ook als een punt van kritiek. In eigen onderzoek poogt Wiegman agressie en affilatie als uitersten van een gedragscontinuüm te meten, zie: O. Wiegman, S. Vries, J. Guteling, Zes weken televisie: agressie en affilatie nader bekeken, in: Pedagogische studieën, 55 (1978) p. 513-522.
 40. H. Newcomb, 1978, op cit p. 273.
 41. H. Newcomb, 1978, op cit p. 273.
 42. G. Gerbner, L. Gross, A reply to Newcomb's 'Humanistic critique', in: Communication Research 6 (1979) 2, p. 223-230, op cit p. 223.
 43. T. Coffin en S. Tuchmann: Rating Television Programs for Violence: A comparison of five surveys, in: Journal of Broadcasting, 17 (1973) 1, p. 3-20.
T. Coffin en S. Tuchmann: A question of Validity: Some comments on "Apples, Oranges and the Kitchen Sink", in: Journal of Broadcasting, 19 (1973) 1, p. 31-33.
 44. D. Blank, The Gerbner Violence Profile, in: Journal of Broadcasting, Vol. 21 (1977) 3, p. 273-279. Blank is directeur van het C.B.S.
 45. B. Owen, Measuring Violence on Television: the Gerbner Index, Washington, 1972.
 46. B. Owen, 1972, op cit, p. 8.
 47. D. Blank, 1977, op cit, p. 276.
 48. J. Halloran en P. Croll, 1972, p. 462 e.v.
 49. W. Kok, Geweld op televisie, een drietal aspecten, Groningen, 1972, p. 21 e.v.
 50. G. Gerbner et al, 1980 a, p. 10.
 51. P. Hirsch, The 'scary world' of the non-viewer and other anomalies. A Reanalysis of Gerbner et al's Findings on Cultivation Analysis, Part I, in: Communication Research, 7 (1980) 4, p. 403-456 en P. Hirsch, On not learning from one's own mistakes. A reanalysis of Gerbner et al's Findings on Cultivation Analysis, Part II, in: Communication Research, 8 (1981) 1 p. 3-37.
 52. Zie hiervoor bijvoorbeeld M. Jackson-Beeck, The Non-viewers who are they, Journal of Communication, 1977 (27) 3, p. 65-72, M. Jackson-Beeck en J. Sobal, The social world of the heavy television viewers, Journal of Broadcasting, 24 (1) 1980, p. 5-11.
Niet-kijkers zijn veelal hoger opgeleid dan wel-kijkers, werken in beroepen met hoge status, hebben een significant hoger inkomen en hadden een hoger gezinsinkomen toen ze 16 waren, enzovoort. Alhoewel Jackson-Beeck en Sobal anders dan Hirsch, kijkers die meer dan zes uur kijken al als extreem beschouwen, gaat het hier eveneens om een bijzondere groep. Deze groep bestaat voornamelijk uit vrouwen, jong, niet-blank, lage opleiding, weinig sociale activiteiten, veelal aan huis gebonden; indien deze extreme kijkers werken is dat in 'blue collar' occupations' en hebben ze lage inkomens.
 53. G. Gerbner et al, A curious journey into the scary world of Paul Hirsch, in: Communication Research, 8 (1981 a) 1, p. 39-72, p. 47 op cit.
 54. S. Pingree en R. Hawkins, US programs on Australian television, the Cultivation Effect, in: Journal of Communication, 31 (1981) 1 p. 97-106.

53. Alhoewel andere 'waarden' bijvoorbeeld ten aanzien van 'sexisme' misschien weer hoger correleren met 'familieeries'.
54. J.M. Wober, Televised Violence and paranoid perception: the view from Great Britain, in: Public Opinion Quarterly, 1978, 42, p. 315-321, op cit p. 316.
55. Volgens Neville zijn er vraagtekens te zetten bij de validiteit van de konklusies van Wober's onderzoeken met betrekking tot sociale stratifikatie en de 'security scale'. Wober's bevindingen komen niet overeen met literatuur uit het veld van "social-class and mental health".
T.J. Neville, More on Wober's televised violence, Public Opinion Quarterly 44, Spring 1980, 1, p. 116-117.
56. Deze index is afgeleid van een soortgelijke door Gerbner gehanteerde index, Gerbner, Violence Profile no. 8, Journal of Communication, 27 (3) 1977, p. 171-180.
57. R. Hawkins en S. Pingree, Some Processes in the Cultivation Effect, in: Communication Research 7 (1980) 2 p. 193-226, p. 204 op cit.
58. G. Gerbner et al, Final Reply to Hirsch, in: Communication Research 8 (1981 b) 3, p. 259-280, p. 269.
59. P. Hirsch, 1980, op cit, p. 450.
60. P. Hirsch, 1980, op cit, p. 450.
61. M. Hughes, The truth of Cultivation Analysis: A reexamination of some effects of television watching, in: Public Opinion Quarterly, 44 (3) 1980, p. 287-302.
62. A. Doob en G. McDonald, Television Viewing and Fear of Victimization: Is the relationship causal? In: Journal of Personality and Social Psychology, 1979, p. 170-179, op cit p. 170.
A. Piepe, J. Crouch en M. Emerson, 1978, p. 152 op cit.
63. R. Hawkins en S. Pingree, 1980, op cit, p. 218.
64. G. Gerbner et al 1981 a, op cit, p. 63.
65. G. Gerbner, 1981 a, op cit, p. 42.
66. G. Gerbner, 1981 a, op cit, p. 54.
67. P. Hirsch (1981), op cit p. 5.
68. G. Gerbner et al, (1981 b) op cit p. 270.
69. Zie Gerbner, op cit 1981 a, p. 56, waar hij verwijst naar Gerbner en Gross, 1976, p. 182 en p. 191 en Gerbner et al, Cultural Indicators: Violence Profile no. 9, in: Journal of Communication, 1978, p. 206.
70. Zie G. Gerbner et al (1981 b) p. 270.

Stichting Onderzoek Massacommunicatie

De Stichting Onderzoek Massacommunicatie organiseert eind maart 1982 weer een seminar, onder de titel:

De communicatiekloof, onvermijdelijk verschijnsel of oplosbaar probleem?

Toelichting en thema

Er is niet één communicatiekloof, er zijn er vele. De media, die deze eeuw een enorme groei hebben doorgemaakt, konden niet voorkomen dat die groei gepaard ging met het ontstaan van kloven, bijvoorbeeld:

een kloof tussen wat het publiek verwacht en hoe de media functioneren, een kloof tussen wat er in de wereld gebeurt en wat de media daarover berichten, een kloof tussen degenen die van de media profiteren en degenen die ermee worden gesust.

Zijn dergelijke kloven op te sporen of ontgaan zij ons?

Waren die kloven te vermijden geweest?

Zijn ze alsnog te dichten?

Moeten ze gedicht worden?

Zal de ontwikkeling van de technologie voeren tot vertechnologisering van de media, die alleen de kloven vergroot, of leiden de zegeningen van de techniek tot spreiding van kennis?

Deze problematiek zal op het seminar behandeld worden vanuit het wetenschappelijk onderzoek en vanuit de praktijk.

Nieuwsberichtgeving, communicatietechnologie, differentiële kenniscroei en publieksverwachtingen zijn de topics rond welke de stof zal worden geordend.

Data en plaats

SOMMATIE 82 begint op woensdagmiddag 24 maart 1982 om 15 uur.

(Aankomst van de deelnemers en inschrijven van 14.00 tot 14.45 uur).

Het seminar eindigt op vrijdag 26 maart om circa 16.00 uur.

Ook gedurende de beide avonden zijn nog enkele activiteiten geprogrammeerd, maar er zal voldoende gelegenheid zijn voor persoonlijke contacten.

SOMMATIE 82 wordt – evenals de in voorgaande jaren gehouden seminars – georganiseerd in het congres/vergadercentrum De Koningshof te Veldhoven (bij Eindhoven). Het conferentieoord is per trein, bus en vliegtuig bereikbaar via Eindhoven, en natuurlijk ook per auto.

Deelnemers overnachten voor zover de gereserveerde plaatsruimte reikt in De Koningshof. Onderbrenging in andere hotels is in principe mogelijk. Zie voor reserveringen onder 'Aanmelding'.

Spreekers

Woensdagmiddag wordt het kader aangegeven waarin het congresonderwerp kan worden geplaatst; het gaat dan om de maatschappelijke consequenties van de geconstateerde communicatiekloof. Zullen de technologische ontwikkelingen, in het bijzonder die welke zich voordoen op het gebied van de informatie-overdrachtsmedia, deze kloof nog vergroten?

Na het welkomstwoord van de voorzitter van de SOM, drs A.C.H. Kuijpers, zal dr ir A.A. VAN TRIER, minister voor Wetenschapsbeleid in het vorige kabinet, de gedachtenwisseling openen.

Vervolgens zal prof. dr LUK BOONE, hoogleraar in de Communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit van Leuven, België, een aantal wetenschappelijke en praktijkaspecten van het thema belichten en de kennis daaromtrent inventariseren.

Op donderdagmorgen wordt een aantal oorzaken van communicatiekloven aan de orde gesteld door dr KARSTEN RENCKSTORF, van het Hans Bredow Instituut in Hamburg, W. Duitsland. (Auteur van diverse publikaties over de Nutzenansatz, o.a. 'Neue Perspektiven in der Kommunikationsforschung').

Op dit onderwerp wordt verder ingegaan door drs P.H. VAN WESTENDORP, directeur van de NV v/h Nederlandse Stichting voor Statistiek te Den Haag.

Donderdagmiddag is gewijd aan de relatie tussen boodschap en werkelijkheid.

Op onderzoek naar het verschil tussen bericht en gebeurtenis zal de belangstelling worden gericht door prof. dr WINFRIED SCHULZ, hoogleraar in de Publizistikwissenschaft aan de Universiteit van Münster, W. Duitsland. (Auteur van 'Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien' en 'Kausalität und Experiment in den Sozialwissenschaften') Als tweede spreker is een hoofdredacteur van een Nederlands blad gevraagd.

Prof. dr ir J.L. BORDEWIJK zal donderdag (vóór-)avond inleiden het onderwerp 'Media en technologie, de kloof tussen techniek en maatschappij'. Prof. Bordewijk doceert Transmissie van informatie aan de Technische Hogeschool te Delft. Hij is lid van de Omroepraad.

Vrijdagmorgen komen de gevolgen van de communicatiekloof ter sprake. Spreker over dit onderwerp is prof. dr PHILIP TICHENOR, professor of Journalism and Mass Communication aan de University of Minnesota, USA. (Auteur van 'Community issues, conflict and public affairs', mede-auteur van 'Massmedia and differential growth of knowledge').

De tweede spreker is dr HAROLD DE BOCK, Chef van de afdeling Kijk- en luisteronderzoek van de NOS, Hilversum. (Redacteur van Mass Communication Review Yearbook).

Vrijdagmiddag behandelt de heer R. SCHOONHOVEN, Programmacommissaris van de NOS, Hilversum, de vraag 'Wat kunnen media doen aan het vergroten of verkleinen van de kloof tussen bepaalde bevolkingsgroepen?'. De sluiting van het seminar zal worden verricht door de voorzitter van de SOM.

Taal

De inleiders zijn vrij te kiezen tussen Nederlands, Engels en Duits; de deelnemers zijn voor de discussie ook vrij, mits zij in voorkomende gevallen een vertaling door de voorzitter voor lief nemen.

Doelgroep

Het seminar is bedoeld voor al degenen uit onderwijs, media, onderzoek, overheids-sfeer, bedrijven en organisaties, die beroepshalve zijn betrokken bij communicatie.

Kosten van deelname

De kosten van deelname aan het seminar zijn *f* 450,— per persoon, exclusief de kosten van logies en maaltijden.

Een beperkt aantal 'junioronderzoekers' kan een reductie op de deelnemingsprijs worden toegestaan. Voor hen is de prijs *f* 100,—, eveneens exclusief de kosten van logies en maaltijden. De beslissing omtrent toepassing van deze regeling berust bij de voorbereidingscommissie. Geïnteresseerden dienen vóór aanmelding hierover overleg te plegen via NIVEKON (tel.: 070-264341).

In De Koningshof is een redelijk aantal kamers gereserveerd. De kosten van hotel en maaltijden bedragen voor alle deelnemers die hier logeren:

f 250 voor logies en ontbijt gedurende twee dagen, diner op woensdagavond, lunch en diner op donderdag en lunch op vrijdag.

Bij logies in een ander hotel dan De Koningshof zijn de kosten van logies en ontbijt voor rekening van de deelnemer, die deze rechtstreeks met het betreffende hotel dient te verrekenen. Deze deelnemers betalen — behalve de seminarkosten — ook:

f 150 voor diner op woensdagavond, lunch en diner op donderdag en lunch op vrijdag.

Koffie en thee gedurende de pauzes zijn in genoemde bedragen inbegrepen.

De door ons in De Koningshof gemaakte reserveringen vervallen per 14 februari. Voor aanmeldingen die na deze datum binnenkomen kan geen onderbrenging in het conferentieoord worden gegarandeerd. Wel is deelname aan de maaltijden mogelijk. Deze regeling treedt eveneens in werking indien de in De Koningshof gereserveerde hotelruimte reeds vóór 14 februari is volgeboekt. Dus: wie het eerst komt, het eerst maalt! Na ontvangst van de aanmelding ontvangt men een faktuur. Boeking geschiedt in volgorde van binnenkomst van de aanmeldingen. Bevestiging van deelname vindt echter eerst plaats NA ontvangst van het verschuldigde bedrag op één van de rekeningen van de penningmeester Stichting Onderzoek Massacommunicatie:

— bankrekening 67 12 11 501 bij Nederlandse Middenstands Bank te Haarlem, of

— postgiro 34 25 092 van Penningmeester SOM te Rosmalen.

Op de overschrijving duidelijk het factuurnummer en de naam van de betreffende deelnemer vermelden.

Aanmelding

Aanmelding kan vanaf heden geschieden door het aanvragen van de aanmeldingskaart bij NIVEKON, Van Alkemadeaan 700, 2597 AW Den Haag (tel.: 070-264341).

Annulering

Annulering dient uitsluitend schriftelijk of per telex te geschieden. (telex 32626). Bij annulering tussen 14 februari en 18 maart is 50% van de totale kosten verschuldigd, dus van seminar- en hotelkosten.

Bij annulering na 18 maart 1982 kan geen restitutie meer worden gegeven en zijn de totale kosten verschuldigd.

De datum van ontvangst van het bericht van annulering bij NIVEKON is bepalend.

Dringend verzoek

Om een vlot verloop van boeking, verwerking en betalingscontrole te vergemakkelijken verzoekt de voorbereidingscommissie belangstellenden zo spoedig mogelijk het aanmeldingsformulier aan te vragen en vervolgens in te zenden. Bovendien wordt dringend verzocht de faktuur zo spoedig mogelijk te voldoen.

Aan personen, waarvan de deelnemings- en hotelkosten niet vóór de aanvang van het seminar zijn ontvangen, kan de toegang worden geweigerd.

Vorbereidingscommissie

SOMMATIE 82 wordt voorbereid door:

drs P.M. Hendriksen, Nederlandse Omroep Stichting, Hilversum

drs A.C.H. Kuijpers, voorzitter SOM, Philips Nederland, Eindhoven

drs J.D. Noordhoff, penningmeester SOM, adviseur, Rosmalen

prof. dr J.G. Stappers, Instituut voor Massacommunicatie van de Katholieke Universiteit Nijmegen

prof. dr J.J.M. van Tulder, Rijksuniversiteit Leiden, adviseur Ned. Stichting voor Statistiek, Wassenaar

C. Eweg, secretaris Stichting Onderzoek Massacommunicatie, Den Haag

Gegevens omtrent de auteurs

Prof. Dr. A.W. van den Ban, hoogleraar Voorlichtingskunde, Landbouw Hogeschool Wageningen, 'De Leeuwenborch', Hollandseweg 1.

Drs. H. Bouwman, wetenschappelijk medewerker bij de vakgroep Publicistiek, Instituut voor Massacommunicatie, K.U. Nijmegen.

Prof. Dr. M. Brouwer, hoogleraar Psychologie van Collectief Gedrag, Universiteit van Amsterdam, Herengracht 457.

Prof. Dr. E. Diemer, hoogleraar Kommunikatiewetenschap, Vrije Universiteit, Koningslaan 31-33, Amsterdam.

Prof. Dr. J.H.J. van den Heuvel, hoogleraar Geschiedenis van Beleid en Bestuur aan de subfaculteit Maatschappijgeschiedenis van de Erasmus Universiteit Rotterdam en werkzaam bij de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, Park Vronesteijn 43, Voorburg.

Prof. Dr. A. van der Meiden, hoogleraar in de Public Relations, Rijksuniversiteit Utrecht, Kromme Nieuwe Gracht 15.

Drs. W.A.J. Möller, wetenschappelijk medewerker bij de vakgroep Publicistiek, Instituut voor Massacommunicatie, K.U. Nijmegen.

Prof. Dr. J.G. Stappers, hoogleraar Publicistiek, Instituut voor Massacommunicatie, Katholieke Universiteit Nijmegen, Thomas van Aquinostraat 1.

Prof. Dr. D. McQuail, hoogleraar der Communicatiemiddelen in het bijzonder van de Pers, Universiteit van Amsterdam, Herengracht 508.