

MASSA

COMMUNICATIE'83

INHOUD NR. 4, JAARGANG 11, 1983

Pag. 262

Prof. Dr. W.F. van Raay

Affectieve en cognitieve reacties op reclame en voorlichting

Pag. 271

Prof. Dr. J. Tonnemacher

Die neuen Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland

Pag. 280

Mr. Drs. F.W. Winkel

Massamedia en criminaliteit: de invloed van televisiegeweld

Pag. 293

Boekbesprekingen

MASSA

COMMUNICATIE '83

BIBLIOTHEEK I.E.S.P.

uitgegeven door de
STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

FAC. SOCIALE WET.
 Van Eysenstr. 2 B
 3000 LEUVEN

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, dr. C.M.J. van Woerkum

* leden kernredactie

Sekretariaat:

J.L.J. Janssen en P.W.M. Rutten
 Postbus 258, 6500 AG Nijmegen, tel. 080-512372
 Auteurs die kopij willen toezenden wordt 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 70,—
- Abonnement buitenland : f 90,—
- Studentenabonnement : f 50,—
- Los nummer : f 13,50
- Dubbel nummer : f 27,—

Advertenties:

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

Affectieve en cognitieve reacties op reclame en voorlichting*)

Problemen oplossen, leren en kiezen tussen alternatieven wordt traditioneel gezien als een rationeel proces. Mensen verzamelen eerst informatie, uit de massamedia, uit eigen ervaring of uit conversatie met anderen, en vormen zich een beeld (cognitie, perceptie) van een produkt, een merk, een lijsttrekker, een land of welk object dan ook. Na de cognitie volgt de evaluatie (affectieve reactie), waarbij de objecten worden beoordeeld in termen van goed/slecht, sympathiek/antipathiek, gunstig/ongunstig. Dit leidt tot preferentie en keuzegedrag. Dit rationele proces overheerst in de meeste reklamemodellen en "hiërarchieën van effecten" (Palda, 1966). Het wordt onderwezen aan studenten en managers om hen te helpen bij het nemen van beslissingen. Informatie en kennis omtrent de keuze alternatieven gaan vooraf aan de beoordeling van de alternatieven en pas daarna volgt de feitelijke keuze. Ray (1977) noemt dit het "learning-response" model: Cognitie beïnvloedt attitude; attitude beïnvloedt gedrag.

Fishbein en Ajzen (1975)'s attitudemodel van "beredeneerd gedrag" begint ook met beliefs (kennis), daarna volgen evaluatie van beliefs, gedragsintenties en gedrag. Voor cognitief-psychologen en voor de meeste sociaal psychologen zijn cognities primair en wordt affect/beoordeling/attitude eraan toegevoegd. Wundt (1905) betoogde echter al dat "Gefühlselemente" primair zijn in menselijke en dierlijke reacties, "ehe noch von den Vorstellungselemente etwas wahrgenommen wird". Mensen vormen zich een oordeel over een persoon, produkt, advertentie, en ontwikkelen *daarna*

cognitieve elementen (kennis) over het object. De meeste cognitieve consistentietheorieën (Heider, 1946, Festinger, 1957, Osgood en Tannenbaum, 1955) handelen in feite over gevoelens, naast de cognitieve elementen. Osgood (1969) vindt in zijn onderzoek naar de betekenis ("meaning") van concepten dat een evaluatiefactor (E) de meeste variantie verklaart; daarna volgen een potentie (P) en activiteit (A) factor. In de meeste factoranalyses over advertenties, merken, winkelcentra, is de eerste factor een evaluatiefactor die al gauw 50 procent van de verklaarde variantie voor zijn rekening neemt. Daarna volgen cognitieve factoren.

Argyle et al (1970) vinden dat nonverbale communicatie vaak effectiever is dan verbale communicatie. Het gaat er minder om wat je zegt dan hoe je het zegt.

Mimiek, gebaren en intonatie verraden vaak meer over de mening van een spreker dan de inhoud van zijn woorden. Babies van 10 weken oud lachen, wanneer ze een gezicht zien (Izard, 1978); op 12 weken beginnen ze bekende en onbekende gezichten te onderscheiden. De affectieve reactie van het lachen gaat vooraf aan de cognitieve reacties van de herkenning.

Veel evidentie uit psychologisch onderzoek wijst erop dat een affectieve reactie voorafgaat aan de cognitieve reactie. Daarna volgt eventueel een meer uitgewerkte, secundaire affectieve reactie. In de primaire affectieve reactie beoordeelt men het object al en stelt men vast, of verdere informatieverwerving en -verwerking interessant nuttig of nodig is. Deze cognitieve uitwerking is niet neutraal, maar dient om

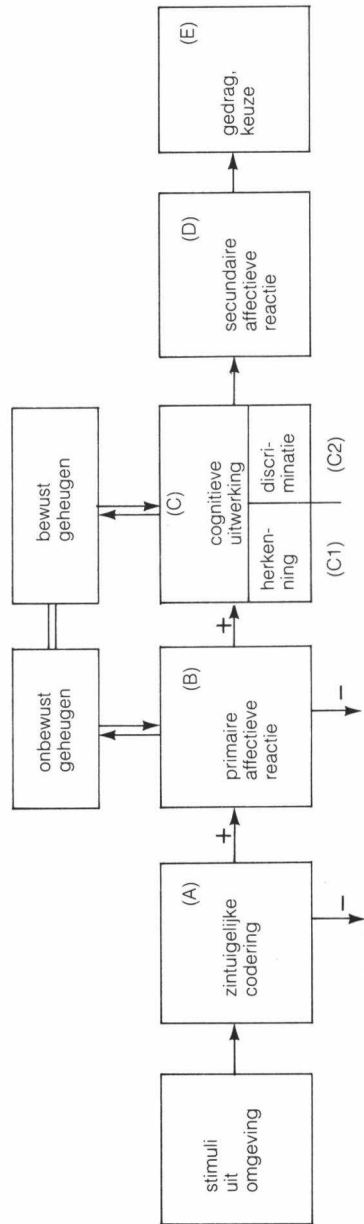
*) Lezing gehouden tijdens Sommatie 1983, 23-25 maart te Veldhoven.

de primaire affectieve reactie te ondersteunen en te rechtvaardigen. De secundaire, meer uitgewerkte, affectieve reactie is zelden verschillend van de eerste; ze is hoogstens meer gedetailleerd en gesteund door kennisinhoud.

Het volgende model van de ontvanger van massacommunicatie wordt gepostuleerd (Figuur 1). Stimuli uit de omgeving werken in op de zintuigen (A).

Niet alle stimuli uit de omgeving worden zintuiglijk gecodeerd (-); de gecodeerde stimuli (+) worden beoordeeld (primaire affectieve reactie, B). Valt de primaire affectieve reactie negatief uit, dan treedt geen cognitieve uitwerking op en verdwijnt de stimulus uit het systeem. Een positieve primaire affectieve reactie in termen van goed/slecht, gunstig/ongunstig of sympathiek/antipathiek leidt tot cognitieve uitwerking (C). Let op, dat een positieve primaire affectieve reactie ook slecht/ongunstig/antipathiek voor de stimulus kan zijn. De cognitieve uitwerking bestaat uit herkenning (C1) en discriminatie (C2), d.w.z. onderscheiding van kenmerken van de stimulus. De cognitieve uitwerking geschiedt in relatie met wat men al weet over de stimulus (bewust geheugen). In feite is de cognitieve uitwerking een inpassen van nieuwe informatie in de bestaande kennis en zonodig een wijziging van de bestaande kennis. Na de cognitieve uitwerking volgt een gedetailleerde, secundaire affectieve reactie (D) en eventueel (keuze)gedrag (E), zoals het stemmen op een kandidaat of het kopen van een produkt.

De cognitieve uitwerking of elaboratie en überhaupt de rationele benadering van de effecten van reclame en voorlichting vindt men in een eerder artikel (Van Raaij, 1979). Nu wil ik de functie van de *primaire affectieve reactie* belichten. De primaire affectieve reactie is grotendeels onbewust, maar bepaalt in sterke mate de inhoud van de volgende fasen. Effecten van voorlich-



Figuur 1. Model van de ontvanger van massacommunicatie.

ting en reclame worden doorgaans gemeten als herkenning (C1), kennis (C2), attitude (D) of gedrag (E). Een cruciale factor, de primaire affectieve reactie (B), wordt doorgaans vergeten of niet onderkend. De primaire affectieve reactie wordt trouwens ook de betrokken ontvanger zelf niet of nauwelijks onderkend. Broadbent (1977) spreekt dan ook van de "hidden preattentive processes". Het model is gebouwd op onderzoeksbevindingen van Zajonc (1980), Zajonc en Markus (1982) en de "low involvement"-benadering van Krugman (1965, 1966, 1968, 1977). Reclame-effekt-metingen gaan voorbij aan de primaire affectieve reactie (B), waardoor de werking van reclame en voorlichting onvolledig wordt begrepen. Broadbent (1977) stelt dat de primaire affectieve reactie niet alleen het verdere procesverloop bepaalt, maar dat het een snelle, passieve en globale analyse van informatie is, voorafgaande aan een meer uitgebreide, actieve en gestructureerde vorm van informatieverwerking (C). De primaire affectieve reactie is selectief in het "toelaten" van informatie tot het systeem van cognitieve uitwerking (filter). De affectieve inhoud leidt niet zelden tot "misperceptie": Men ziet, wat men denkt of verwacht te zien.

Evolutie

Osgood en anderen vinden herhaaldelijk drie factoren in de semantische ruimte van een concept, gemeten met de methode van de semantische differentiaal. Osgood (1969) concludeert hieruit dat deze drie factoren (evaluatie, potentie, activiteit) deel uitmaken van het emotionele reactiesysteem van dieren en functioneel zijn voor het voortbestaan van de diersoort. Een dier wordt regelmatig bedreigd door natuurlijke vijanden. Een eerste reactie bij een plotseling geluid of geur is een evaluatie in termen van goed of slecht, vriend of vijand: antiloop of tijger?

Hierna volgt de potentie of kracht van het slechte: een tijger of een muskiet? Indien het slechte krachtig is, is de activiteit van belang: tijger of dinosau-

rus? Osgood (1969) stelt dat een bedreigd konijn geen tijd heeft voor cognitieve uitwerking van de eigenschappen van de vijand. De evaluatieve reactie moet onmiddellijk zijn om het vee lijf te kunnen redden.

De primaire affectieve reacties zijn functioneel voor het overleven en het ontvluchten of vermijden van vijanden. Ook bij mensen is de evaluatieve reactie (B) primair en volgt daarna eventueel een cognitieve uitwerking.

Zajonc (1980) stelt dat de mens beschikt over twee systemen. Affectieve reacties zijn primair in de ontogenie (ontwikkeling van de persoon). Het onderscheid tussen goed en slecht is één van de eerste dingen die een kind leert. Affect is echter ook primair in de filogenie (ontwikkeling van de soort in de loop van de evolutie). Emotionele reacties bestonden al, voordat zich de taal en het denken ontwikkelden. Lagere diersoorten beschikken over een affectief systeem; hogere diersoorten hebben daarnaast een cognitief systeem. Het affectieve systeem is primair en eenvoudig. Er bestaan slechts weinig verschillende soorten emoties en gevoelens. De nonverbale communicatie in het affectieve systeem is snel en accuraat, hoewel het "repertoire" beperkt is. Het cognitieve systeem is complexer en flexibeler dan het affectieve systeem; alles kan er worden gezegd en gedacht met een verschillende mate van nauwkeurigheid en ingewikkeldheid.

Het affectieve en het cognitieve systeem kunnen niet worden gescheiden. Het affectieve systeem is primair en bepaalt de richting en de omvang van de informatieverwerking in het cognitieve systeem. Het affectieve systeem is sterk lichamelijk (limbisch), autonoom en motorisch. We "beleven" emotie sterk lichamelijk (blozen, hartkloppingen, transpiratie, stress). Veel informatieopslag vindt plaats in de spieren, organen en het zenuwstelsel. Het cognitieve systeem is sterk cerebraal (neocortex). Veel informatieopslag en -verwerking vindt plaats in de hersenen.

Affectieve reacties zijn onvermijdelijk

Affectieve reacties op een zintuigelijk gecodeerde stimulus zijn onvermijdelijk. De beoordeling is snel. U hebt zich, als lezer van dit artikel, al een primair oordeel gevormd, toen u de titel en de naam van de auteur zag, en de auteur mag hopen dat de effectieve reactie positief was, leidt tot cognitieve uitwerking en een gunstige secundaire affectieve reactie. De affectieve reactie is holistisch en globaal; differentiatie wordt pas aangebracht in de fase van de cognitieve uitwerking. De affectieve reactie heeft de volgende eigenschappen (Zie o.m. Zajonc, 1980):

- Affect is *holistisch* en globaal in de termen goed/slecht, sympathiek/antipathiek, gunstig/ongunstig.

- Affect is *onvermijdelijk*. Slechts de expressie van emotie kan soms enigszins worden gestuurd door de betrokkene (zelfbeheersing).

- Affect gaat doorgaans gepaard met *lichamelijke reacties* (hart, maag, hormonen, spieren, zenuwstelsel). Deze lichamelijke reacties kunnen moeilijk worden onderdrukt en worden cognitief geïnterpreteerd. Honderd jaar geleden stelde James (1884): "We are afraid because we tremble".

- Affect is *moelijk herroepbaar*. De primaire affectieve reactie bepaalt de rest van het proces. De cognitieve uitwerking is vaak een rechtvaardiging van de primaire affectieve reactie.

- Affect heeft betrekking op het *zelf*. In het cognitieve systeem komen "objectieve" vaststellingen voor, zoals "de R9 en Peugeot 305 lijken op elkaar". In het affectieve systeem komen alleen "subjectieve" relaties voor, zoals "Ik vind de R9 mooier dan de Peugeot 305".

- De primaire affectieve reactie kan leiden tot *misperceptie* in de waarneeming (Broadbent, 1977). Vanuit onze emotionele voorkeuren nemen we de wereld "subjectief" waar.

- Affect is *nooit "onjuist"*. Feiten (cognities) kunnen onjuist blijken te zijn, maar voorkeuren zijn nooit fout (de

gustibus non est disputandum).

- Affect is *moelijk te verbaliseren*. Cognities zijn beredeneerd en doorzacht; emoties zijn moeilijker of geheel niet onder woorden te brengen. Veel mensen kunnen moeilijk uitleggen, waarom ze iets mooi of lekker vinden.

- Affect *hangt niet af van cognitie* (eerder ongekeerd) in tegenstelling tot de traditionele effecthiërarchieën en het Fishbein-model. Het blijkt moeilijk te zijn om attitudeverandering te creëren door slechts informatie (cognitie) te verschaffen. Een opsomming van waardevolle ingrediënten is niet voldoende om de tegenzin tegen spinazie te overwinnen.

- Affect blijft soms *gescheiden van cognitie* bewaard. Nadat we de preciese inhoud van een boek vergeten zijn, blijft de beoordeling, of het een goed of slecht boek was, bestaan.

De eerste indruk van een advertentie, produkt, verpakking, lijsttrekker, tijdschrift is bepalend. In de fase van de cognitieve uitwerking kan deze indruk worden bijgesteld, hoewel waarschijnlijk niet zeer sterk. De cognitieve uitwerking dient veelal als rechtvaardiging voor de primaire affectieve reactie. Het is niet zo, dat we eerst "koele" informatie verzamelen en ons dan een oordeel vormen. Het is veeleer zo dat alle informatie "warm", soms zelfs "heet", d.w.z. emotioneel-geladen is. We zien niet zomaar "een huis"; we zien een "mooi" of een "lelijk" huis. Vaak is "ik besloot A te kiezen" niet meer dan "ik hield van A". We kiezen niet de beste auto, maar vinden de auto, waarvan we houden, het beste. Veel informatieverwerking is niet meer dan een rechtvaardiging van een subjectieve voorkeur. Wright (1975) noemt de beslissingsstijl, waarbij de primaire affectieve reactie domineert, "affect referral", maar werkt dit begrip niet verder uit.

Mediakenmerken

Elementen in de massacommunicatie zijn *beeld* en *tekst*. Beelden zijn af-

beeldingen van personen of voorwerpen, merkbeelden en andere vormen van visuele informatie. Tekst en getallen verwijzen op een meer abstracte wijze naar concepten en aantallen. Paivio (1975, 1978) postuleert de "dual coding hypothesis" voor beeld en tekst. Beelden worden analoog verwerkt als "perceptuele isomorphen" met synchrone, ruimtelijke parallelle representatie. Tekst daarentegen wordt discreet en volgtijdelijk verwerkt. Beelden kunnen een directe affectieve indruk bij een persoon achterlaten (mooi vs. lelijk), terwijl voor tekst een transformatie nodig is om een interne representatie mogelijk te maken. De interne representatie van tekst kan geschieden in de vorm van beelden, zoals men zich na het lezen van een boek zonder illustraties toch beelden herinnert. Voor tekst is dus een extra transformatie of cognitieve uitwerking nodig.

Een andere indeling van media is *internal vs. external pacing* (Van Raaij, 1979). Bij media met internal pacing beheerst de ontvanger de snelheid van informatieoverdracht, bijvoorbeeld de gedrukte media. De ontvanger kan snel of langzaam lezen en de informatie in eigen tempo verwerken. Bij een langzaam tempo is meer cognitieve uitwerking mogelijk. De affectieve reactie is veel sneller dan de cognitieve uitwerking. Dit houdt in dat bij een hoog tempo van informatieoverdracht ("tijdschrift doorbladeren") de affectieve reactie wel, maar de cognitieve uitwerking niet of nauwelijks mogelijk is.

Dit betekent dat een controversiële boodschap dan slechts affectief (goed- of afkeuring) en nauwelijks inhoudelijk (cognitief) wordt beoordeeld. Bij media met external pacing beheerst de zender de snelheid van informatie-overdracht, bijvoorbeeld radio en televisie. De ontvanger vormt zich een affectieve reactie en, als de snelheid niet te hoog is, een cognitieve uitwerking. Er zijn grote individuele verschillen in de mate waarin bij external pacing de ontvangers de boodschap cognitief uitwerken. Door tijdcompressie (Riter, Balducci en McCollum, 1983) wordt het effect van external pacing versterkt.

De media kunnen volgens beide bovenstaande dimensies in vier groepen worden ingedeeld (Figuur 2): Media van het type I bevatten overwegend beelden die de ontvanger in eigen tempo kan verwerken (stripverhaal, beeldroman, affiches). Media van het type II bevatten overwegend tekst die in eigen tempo wordt verwerkt (boek, krant, tijdschrift, teletekst). Type II media bevatten beelden die door de zender worden gestuurd (film, televisie, diaserie). Media van het type IV bevatten gedrukte of gesproken tekst, waarbij snelheid door de zender wordt beheerst. Affectieve reacties treden in alle gevallen op. Cognitieve uitwerking wordt waarschijnlijk het sterkst door de zender beïnvloed bij media van type III. De cognitieve uitwerking bij media van type II is waarschijnlijk voornamelijk onder controle van de ontvanger,

Snelheidsbeheersing (pacing):

		internal	external
Inhoud:	beeld	I. stripverhaal beeldroman affiche	III. televisie film/bioscoop dia's
	tekst	II. boek krant tijdschrift teletekst	IV. radio lichtkrant

Figuur 2: Indeling van media naar beheersing over snelheid en beeld/tekst.

mits deze voldoende gemotiveerd is de cognitieve elaboratie te doen. Type III media zijn waarschijnlijk het meest overredend. De zender heeft hier de meeste macht de primaire affectieve reactie te beïnvloeden. Type II media kunnen overredend zijn, mits de ontvanger gemotiveerd is en de primaire affectieve reactie gunstig is voor de boodschap.

Linker- en rechter hemisfeer

De laatste vijf jaar is, mede op instigatie van Krugman (1977) grote belangstelling ontstaan voor de verschillende functies van de linker- en rechter hersenhelft (Hansen, 1981). In de linker hersenhelft zou meer cognitieve uitwerking van informatie plaatsvinden in de vorm van abstract en conceptueel denken in symbolische, sequentiële logica (althans bij rechtshandigen; bij linkshandigen is dit de rechter hersenhelft). Deze processen zijn bewust en goed onder woorden te brengen. In de rechter hersenhelft, daarentegen, vindt imaginair, non-verbaal, intuïtief denken plaats zonder bewuste verbalisatie. Overigens zijn de linker en rechter hersenhelft gekoppeld via het corpus callosum, waardoor een integratie van beide soorten processen plaatsvindt.

In de literatuur vindt men vele voorbeelden van dit links-rechts onderscheid. Bruner spreekt van rationeel vs. metaforisch; Freud van secundair vs. primair; James van differentiëel vs. existentiëel; Levy-Strauss van positief vs. mytisch; Maslow van rationeel vs. intuïtief.

Broadbent (1977) stelt dat er twee stadia zijn van informatieverwerking. In het eerste stadium worden de stimuli geselecteerd om vast te stellen, aan welke stimuli een cognitieve uitwerking zal worden gegeven. Dit lijkt op de primaire affectieve reactie (B) in ons model. Deze selectie is globaal en vindt in de rechter hersenhelft plaats ("scanning"). In het tweede stadium vindt cognitieve uitwerking van de geselecteerde stimuli plaats en wel vooral in

de linker hersenhelft ("focussing"). Bij normale personen is de interactie tussen rechter en linker hersenhelft zeer intensief. Soms geniet men van muziek door op globale eigenschappen (melodie, klank, ritme) te letten; soms beluistert men muziek meer analytisch (thema's, patronen, toonsoort). De ware muziekliefhebber integreert beide vormen van muzikale informatieverwerking.

De recente belangstelling voor hersenlateralisatie heeft de aandacht gevestigd op de non-verbale, globale, intuïtieve aspecten van preferenties (rechter hersenhelft) die niet altijd bewust en logisch worden uitgewerkt. Deze globale, intuïtieve preferenties kunnen niettemin grote invloed hebben op het koop- en stemgedrag.

Reclame-effecten

Reclame en voorlichting kan effecten hebben op gedrag, attitude, kennis en de primaire affectieve reactie, zoals in het model (Figuur 1) is aangegeven. De invloed van reclame op *gedrag* (E) komt in veel modellen voor. Veelal worden reclamebestedingen in verband gebracht met omzetveranderingen (beide in geld uit te drukken). Dergelijke modellen zeggen niets over de inhoud van de reclame of voorlichting, en ook niets over het proces, zoals in Figuur 1 weergegeven.

Voorlichting en reclame hebben invloed op de *secundaire affectieve reactie* (D) of de bewuste attitude.

Reclamemodellen meten in dit geval de merkvoorkeur of koopintentie als gevolg van een campagne. Er wordt aangenomen dat de consumenten de aangeboden alternatieven voldoende discrimineren en zich een (meetbare) merkvoorkeur hebben gevormd.

Reclame en voorlichting hebben invloed op de *kennis* van de consument (C2) en de onderscheiding van alternatieven. Aan consumenten wordt gevraagd, welke merken men kent (actieve herinnering) en welke eigenschappen men onderscheidt. Waarschijnlijk is deze effectmeting alleen geldig voor

gemotiveerde consumenten met een grote produktbelangstelling.

Een minder ontwikkelde vorm van kennis is de passieve *herinnering* (C1) of herkenning (recognition), waarbij de consumenten reclameboodschappen herkennen die eerder zijn vertoond, zonder dat de consument zich dit actief weet te noemen. In dit geval presenteert men bijvoorbeeld een reeks merknamen, waaruit de consument de eerder getoonde merknamen aanwijst. C1-scores zijn doorgaans hoger dan C2-scores.

Zelden wordt de *primaire affectieve reactie* (B) als reclame-effect gemeten. Actieve of passieve herinnering bestaat hier (nog) niet. Toch heeft de consument zich onbewust een oordeel gevormd dat, cumulatief na enkele reclameboodschappen, tot een merkvoorkeur kan leiden. Zajonc (1980) vindt dat louter expositie ("mere exposure") van reclame al leidt tot een positieve primaire affectieve reactie. Het verborgen reclame-effect B komt in een apart hoofdstuk aan de orde.

Primaire affectieve reactie

Een affectieve reactie kan tot stand komen zonder cognitieve uitwerking. Jonge dieren hechten zich aan hun moeder of een substituu-moeder die na de geboorte aanwezig is. Stimuli die men vaker heeft gezien, krijgen een affectieve lading (Zajonc, 1982): "mere exposure". Herkenning van deze stimuli is hiervoor *niet* noodzakelijk. Ook al herkent een persoon de eerder getoonde stimuli niet, toch krijgen deze stimuli een hogere waardering. Littman en Manning (1954) vroegen rokers van Camels, Chesterfields en Lucky Strike deze drie sigaretten te proeven zonder zichtbare merknaam. Aan de rokers werd gevraagd, welk merk sigaret ze meenden te roken, en hoe ze de sigaret waardeerden. De rokers waren niet in staat de sigaretten te onderscheiden (C1); ze wisten niet, of ze hun eigen merk dan wel een ander merk rookten. De waardering voor hun eigen merk was echter het hoogst

(B), hoewel ze niet konden zeggen welke van de drie hun eigen merk was. Hieruit blijkt dat preferentie (B) mogelijk is zonder herkenning (C1).

Rogers, Kuiper en Kirker (1977) ontwierpen een experiment, waarin de proefpersonen adjectieven moesten onthouden, waarbij later de actieve herinnering werd gemeten. Er waren vier condities: In een structurele conditie werden de proefpersonen geïnstrueerd te letten op het lettertype; in een fonemische conditie moesten ze letten op rijmwoorden; in een semantische conditie moesten ze op de betekenis van de woorden letten; en in de zelf-referentie conditie moesten ze nagaan, of de woorden op henzelf betrekking hadden. De zelf-referentie conditie is het meest emotioneel/affectief; daarna volgt de semantische conditie, waarin de betekenis van de woorden centraal staat. De actieve herinnering was het hoogst in de zelf-referentie conditie en het laagst in de structurele en fonemische condities. Taken met een affectieve lading worden beter verricht, zeker in vergelijking met taken, waarbij alleen de uiterlijke kenmerken van adjectieven worden beoordeeld.

Een taak, waarbij het affectieve het cognitieve systeem ondersteunt, wordt beter en sneller verricht. Affectieve reacties blijven vaak langer in het cerebrale of somatische geheugen bewaard dan cognitieve uitwerkingen. Is het dan niet van groot belang de affectieve reactie te kennen, mede om de effecten van voorlichting en reclame vast te stellen? Heeft reclame dan een groter effect dan men tot dusver met de cognitieve meetmethoden heeft vastgesteld? Welk belang heeft effect B naast de effecten C1, C2, D en E? De primaire affectieve reactie (B) kan niet worden vastgesteld met de traditionele methoden van actieve en passieve herinnering (herkenning). Enkele meetmethoden zijn:

1. *Waarderingschalen*, waarbij de reeds eerder getoonde tezamen met "nieuwe" advertenties worden aangeboden. De reeds eerder getoonde ad-

vertenties worden vaker hoger gewaardeerd, hoewel men ze niet herkent als "oude" advertenties.

2. *Somatische reacties*: De primaire affectieve reactie is somatisch gebaseerd. Door meting van somatische reacties (pupilverwijding, hartslag, transpiratie, spierspanning) kunnen de proefpersonen een herinnering verraden die niet bewust aanwezig is.

3. *Activatie van rechter hemisfeer* (bij linkshandigen). De primaire affectieve reactie vindt vooral in de rechter hemisfeer plaats. Met electroencefalografie (EEG) is dit op te sporen.

Onbekend blijft helaas, op welke wijze de primaire affectieve reactie tot stand komt. Op welke gronden bepaalt een persoon direct na de zintuigelijke waarneming, of hij/zij een object goed of slecht, mooi of lelijk, sympathiek of antipathiek vindt. De opkomst van de type III media versterkt het belang van de primaire affectieve reactie.

Waarom vindt men een persoon aardig of onaardig en is het moeilijk deze primaire beoordeling te wijzigen door nieuwe informatie? Is het de "charisma" van een lijsttrekker? De "sex-appeal" van een filmster? De vertrouwdheid van een merkbeeld? Wordt deze vertrouwdheid al in de vroege kindjaren gecreëerd, als de cognitieve uitwerking nog minimaal is? En wordt deze primaire affectieve reactie later cognitief "ingevuld" en "gerechtvaardigd"? Is de primaire affectieve reactie het gevolg van (onbewuste) geur-, kleur- of klankvoorkeuren? Hoe belangrijk is de context, waarbinnen de eerste indrukken worden opgedaan? Creëert herhaling een mate van vertrouwdheid met de boodschap en leidt dat tot een gunstige primaire affectieve reactie (mere exposure)?

Conclusies

De traditionele opvatting dat de affectieve reactie pas na de cognitieve uitwerking komt, zoals in de gangbare attitude theorieën, wordt ondergraven door een groot aantal experimenten. Verwerking van informatie uit de mas-

sa-media volgt na een primaire affectieve reactie. Informatie dient niet zozeer om zich een oordeel te vormen, maar meer om het oordeel onder woorden te brengen en te rechtvaardigen.

Er is helaas weinig bekend over de primaire affectieve reactie, vooral doordat personen zich deze reactie niet bewust zijn en niet kunnen verbaliseren. Deze reactie is in de rechter hersenhelft gelocaliseerd en is globaal/intuïtief van karakter.

De primaire affectieve reactie bepaalt in hoge mate de daarna volgende cognitieve uitwerking. Op grond van de cognitieve uitwerking vormt men zich een secundaire affectieve reactie (attitude) die kan afwijken van de primaire affectieve reactie.

In een situatie van lage betrokkenheid (low involvement) vindt weinig of geen cognitieve uitwerking plaats en overheerst de primaire affectieve reactie (Krugman, 1965, 1977). Ook wanneer de tijd te beperkt is voor cognitieve uitwerking (dit kan voorkomen bij external pacing), bekijft alleen de primaire affectieve reactie. Deze reactie is wellicht te meten in waarderingsschalen, somatische reacties of meting van activatie van de rechter hemisfeer. Zelfreferentie is waarschijnlijk belangrijk bij de primaire affectieve reactie: Past het (nog niet bewust) waargenomen object (persoon, produkt, advertentie, boodschap) bij het *zelfbeeld* dat men heeft?

Keenan en Bailett (1979) concluderen: "The crucial dimension underlying memory is not what the subject knows or the amount of knowledge that is used in encoding the item, but rather what the subject feels about what he knows (p. 25)". Het zelfbeeld is duidelijk met affect beladen en in de waarneming is een affectieve of emotionele matching van object en zelfbeeld snel uit te voeren. De primaire affectieve reactie is snel en globaal; sneller dan de cognitieve uitwerking die discriminatie van kenmerken behelst.

De primaire affectieve reactie kan bepalend zijn voor het succes van perso-

nen (lijsttrekkers, vertegenwoordigers, onderhandelaars), objecten (reclame, verpakkingen, merken/types) of beelden (beeldende kunst, ideeën), nog

voordat de eigenlijke inhoudelijke boodschap van de persoon, het object of het beeld manifest wordt.

LITERATUUR

- Argyle, M., Salter, V., Nicholson, H., Williams, M., en Burgess, P., The communication of inferior and superior attitudes by verbal and non-verbal signals, *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 9, 1970. 222-231.
- Broadbent, D.E., The hidden preattentive processes, *American Psychologist*, 32, 1977. 109-118.
- Festinger, L., *A theory of cognitive dissonance*, Stanford: Stanford University Press, 1957.
- Fishbein, M., en Ajzen, I., *Belief, attitude, intention, and behavior*, Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1975.
- Hansen, F., Hemispherical lateralization: Implications for understanding consumer behavior, *Journal of Consumer Research*, 8, 1981. 23-36.
- Heider, F., Attitudes and cognitive organization, *Journal of Psychology*, 21, 1946. 107-112.
- Izard, C.E., On the development of emotions and emotion-cognition relationships in infancy, in: M. Lewis & L. Rosenblum (Eds.), *The development of affect*, New York: Plenum Press, 1978.
- James, W., What is an emotion? *Mind*, 19, 1884. 188-205.
- Keenan, J.M. en Baillet, S.D., Memory for personally and socially significant events, in: R.S. Nickerson (Ed.), *Attention and Performance*, VIII. Hinsdale, N.J.: Erlbaum, 1979.
- Krugman, H.E., The impact of television advertising: Learning without involvement, *Public Opinion Quarterly*, 29, 1965. 349-356.
- Krugman, H.E., The measurement of advertising involvement, *Public Opinion Quarterly*, 30, 1966. 583-596.
- Krugman, H.E., Processes underlying exposure to advertising, *American Psychologist*, 23, 1968. 245-253.
- Krugman, H.E., Memory without recall, exposure without perception, *Journal of Advertising Research*, 17, 1977. 7-12.
- Levanthal, H., Toward a comprehensive theory of emotion, in: L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 13, 1980. 139-207.
- Littman, R.A. en Manning, H.M., A methodological study of cigarette brand discrimination, *Journal of Applied Psychology*, 38, 1954. 185-190.
- Osgood, C.E., On the whys and wherefores of E, P, and A, *Journal of Personality and Social Psychology*, 12, 1969. 194-199.
- Osgood, C.E. en Tannenbaum, P.H., The principle of congruity in the prediction of attitude change, *Psychological Review*, 62, 1955. 42-55.
- Paivio, A., Perceptual comparisons through the mind's eye, *Memory and Cognition*, 3, 1975. 635-647.
- Paivio, A., Dual coding: Theoretical issues and empirical evidence, in: J.M. Scandura & C.J. Brainerd (Eds.), *Structural Process Models of Complex Human Behavior*, Alphen a.d. Rijn: Sijthoff & Noordhoff, 1978.
- Palda, K.S., The hypothesis of a hierarchy of effects: A partial evaluation, *Journal of Marketing Research*, 3, 1966. 13-24.
- Raaij, W.F. van, Consumenteninformatie: Hoeveel en in welke vorm? *Tijdschrift voor Marketing*, 13, 1979. 10-16.
- Ray, M.L., When does consumer information processing research actually have anything to do with consumer information processing? in: W.D. Perreault (Ed.), *Advances in Consumer Research*, 4, 1977. 372-375.
- Riter, C.B., Balducci, P.J. en McCollum, D., Time compression: New evidence, *Journal of Advertising Research*, 22, 1982. 39-43.
- Rogers, T.B., Kuiper, N.A. en Kirker, W.S., Self-reference and the encoding of personal information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 1977. 677-688.
- Wright, P., Consumer choice strategies: Simplifying vs. optimizing, *Journal of Marketing Research*, 7, 1975. 60-67.
- Wundt, W., *Grundriss der Psychologie*, Leipzig, Wilhelm Engelmann, 1905.
- Zajonc, R.B., Feeling and thinking: Preferences need no inferences, *American Psychologist*, 35, 1980. 151-175.
- Zajonc, R.B. en Markus, H., Affective and cognitive factors in preferences, *Journal of Consumer Research*, 9, 1982. 123-131.

Jan Tonnemacher

Die neuen Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland

Kommunikationsrechtliche und wettbewerbspolitische Vorbedingungen

Wie in allen Industrieländern war der Wirtschaftsbereich der Massenmedien in den vergangenen dreißig Jahren von starkem Wachstum und erheblicher Prosperität gekennzeichnet. Rechnet man Zeitungs- und Zeitschriftenverlage sowie die Rundfunkanstalten zusammen, so wurde in diesem Bereich von 230.000 Arbeitnehmern ein Gesamtumsatz von mehr als 25 Milliarden DM bei insgesamt etwa 300 Zeitungs- und 1.300 Zeitschriftenverlagen, neun ARD-Länder-Rundfunkanstalten, zwei Bundes-Rundfunkanstalten (Deutsche Welle und Deutschlandfunk) sowie dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) erwirtschaftet. Dies ist – verglichen mit einem Bruttosozialprodukt, das bereits seit langem die 1.000 Milliardengrenze hinter sich gelassen hat – ein kleinerer Wirtschaftsbereich, der dennoch in den öffentlichen Diskussionen eine erheblich größere Rolle gespielt hat als verschiedene andere Wirtschaftszweige und in dem besonders seit den Ankündigungen der neuen Informations- und Kommunikationstechniken erhebliche Medien- und kulturpolitische Kontroversen entstanden sind.

Nur vordergründig geht es bei diesen Auseinandersetzungen um die Beteiligung privatwirtschaftlicher Anbieter von Hörfunk- und Fernsehprogrammen, was jetzt über Kabel- und Satellitenfernsehen möglich erscheint. Langfristig zeichnen sich wesentliche Veränderungen in einem Kulturbereich ab, der bisher von einem zwar umkämpften, aber doch bestehenden Gleichgewicht gekennzeichnet war, in dem der Rundfunkbereich – nicht zuletzt aufgrund leidvoller Erfahrungen mit dem Mißbrauch eines Staatsrund-

funks im Dritten Reich – in einer öffentlich-rechtlichen Konstruktion gesellschaftlicher Verantwortung und Kontrolle unterstellt und das Wirtschaftsprinzip des freien Wettbewerbs nur im Print-Medien-Bereich zugelassen worden war. Konsequenz war hierbei das Bundesverfassungsgericht geblieben, das in drei Urteilen (zuletzt 1981) den öffentlich-rechtlichen Charakter des Rundfunks bestätigte, kommerziellen Rundfunk aber nur wegen der Frequenz-Beschränkungen sowie wegen der hohen Kosten der Errichtung eines Senders ausschloß, da ein angemessenes Zu-Wort-Kommen auch weniger gewichtiger Meinungen und gesellschaftlicher Gruppen anders nicht zu gewährleisten war. Es hat niemals – wie dies hin und wieder interpretiert worden ist – privaten Rundfunk ausgeschlossen, sondern zum Ausdruck gebracht, daß die Voraussetzungen nicht gegeben sind (dies allerdings in schwindendem Maße, und somit sei bei Erfüllung bestimmter, allerdings eher restriktiver Bedingungen kommerzieller Hörfunk und kommerzielles Fernsehen durchaus nicht unmöglich). Inkonsequent waren aber in der Vergangenheit schon die Regierungen der Bundesländer, die eine wachsende Teil-Kommerzialisierung des Rundfunks zugelassen hatten, denn heute besteht ein Fünftel der Einnahmen der ARD-Anstalten, die das erste und die dritten Programme machen, schon aus Werbeeinnahmen; beim ZDF, dem bundesweit ausgestrahlten zweiten Fernsehprogramm, macht dieser Anteil im Vergleich zu den Einnahmen aus den Teilnehmergebühren sogar schon mehr als 40 Prozent aus. Außerdem werden in wachsendem Maße Fernsehsendungen und Filme durch Aufträge an kommerzielle Produktionsgesellschaften hergestellt. Es ist also wahrscheinlich nicht unbe-

rechtigt, festzustellen, daß trotz vielfacher Bekenntnisse zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk von Seiten der Politiker und der gesellschaftlich relevanten Gruppierungen keine konstruktive Politik gemacht worden ist, die die Weiterentwicklung der Technik und die sich formierenden Interessen berücksichtigt hätte und in einem Planungsentwurf für ein Kommunikationssystem der Zukunft einbezogen hätte. Anstatt kompromißlos auf der Aufrechterhaltung des "Dualismus" zwischen privatwirtschaftlicher Presse und öffentlich-rechtlichem Rundfunk zu bestehen, der praktisch schon gar nicht mehr bestand, und schlimme Folgen auszumahlen, deren Beweis man schuldig bleiben mußte (ebenso wie die Gegenseite das Nicht-Eintreten dieser Folgen beweisen konnte), hätte man die Vorbereitungen für eine geplante und kontrollierte Einführung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken vorantreiben sollen. Auch die Kommunikationswissenschaft hat hier das Versäumnis begangen, nicht verhindert zu haben, von der einen wie von der anderen Seite für das Bild des Medien-Wunschtraums oder das des Medien-Alptraums eingespant zu werden.

Zur Entwicklung der Massenmedien in der Vergangenheit

Im Zeitraum der vergangenen dreißig Jahre ist als neue Medientechnik das Fernsehen hinzugekommen, das sich rasch ausbreitete und heute in mancher Hinsicht zum dominierenden Medium geworden ist, für das die meiste Zeit und (unter Einbeziehung der Ausgaben für Empfangsgeräte) auch das meiste Geld aufgewandt wird. Dieses Medium brachte durch die Tatsache, daß nunmehr "bewegte Bilder" zu Hause empfangen werden konnten, für den Nutzer tatsächlich eine neue Qualität in den Massenkommunikations-Prozeß, wie sie von den heute diskutierten neuen Kommunikationstechniken nicht erreicht werden kann. Es hat durch das "neue Medium" Fernse-

hen keine Verdrängung eines anderen Massenmediums gegeben; dagegen gab es ein sich ergänzendes Aufeinander-Einstellen mit einer weitgehenden Funktionsteilung.

Heute ist weitgehend die Vollversorgung mit Massenmedien erreicht (vgl. Tabelle 1). Praktisch jeder Haushalt verfügt über Radio (mehrere Geräte), Fernsehen (zum großen Teil schon zwei Geräte), eine Zeitung und mehrere Zeitschriften. Vier Fünftel aller Haushalte haben Telefon, und fast vier Fünftel haben ein Farbfernsehgerät; für beide ist die Vollversorgung Mitte der 80er Jahre zu erwarten. Der Hörfunknutzer kann unter einer Vielzahl von Programmen, und der Fernsehzuschauer zumindest unter drei Programmen (etwa ein Drittel durch Grenzlage auch unter mehr als drei) mit einer täglichen Sendezeit von durchschnittlich zwischen 6 und 10 Stunden auswählen. In Berlin kommen zum Beispiel zwei DDR-Programme sowie je nach Lage und Ausstattung mit Empfangsgeräten ein bis drei Fernsehprogramme der Alliierten hinzu.

Das Wachstum des Medienbereichs fand vor dem Hintergrund allgemeinen ökonomischen Wachstums statt, was allerdings mit nicht unerheblichem Strukturwandel verbunden war (Pressekonzentrationstendenzen, Spezialisierung, Zielgruppenansprache etc.). Es ist fraglich, ob die günstigen Ausgangsbedingungen, wie sie sich im Wachstum der Werbung und den wachsenden Zeit- und Geldbudgets der privaten Haushalte sowie deren Bereitschaft bzw. Fähigkeit, dies für die Massenmedien aufzuwenden, zeigen, auch in Zukunft noch gegeben sein werden.

Die Einflußfaktoren der zukünftigen Medienentwicklung

Auf der Angebotsseite wird aus Tabelle 1 deutlich, daß praktisch jeder Haushalt in der Bundesrepublik über alle wesentlichen Medien verfügt bzw. verfügen kann. Dies ist ein Faktor, der

Tabelle 1: Entwicklung der Medienversorgung der Bevölkerung der Bundesrepublik

	1960	Anzahl (in Mio.)		1960	Anzahl pro HH bzw. HH-Sättigung (%)	
		1970	1980		1970	1980
Bevölkerung (15 Jahre u.m.)	44,0	46,6	46,9			
Privathaushalte	19,2	22,0	24,8			
Tageszeitungen (verk. Auflage)	15,4	17,3	20,4	0,8	0,8	0,8
Publikumszeitschriften (verk. Auflage)	39,1	60,4	84,6	2,0	2,7	3,4
Radiogeräte (Anmeldungen ¹⁾) für Erstgeräte,	15,9	19,4	23,3	83%	88%	94%
Fernsehgeräte (Anmeldungen ¹⁾⁾	3,4	15,9	21,2	18%	72%	86%
Videorecorder	—	—	0,5 ²⁾	—	—	2% ²⁾
Farbfernsehgeräte	—	1,5	17,6 ³⁾	—	7%	71% ³⁾
Telefonanschlüsse ⁴⁾	3,5	8,8	18,6	18%	40%	75%

Quellen: IVW-Auflagenlisten, ZAW-Veröffentlichungen, Amtliche Statistik, "Daten zur Information und Kommunikation" des Bundesministers des Inneren, Bonn 1982, sowie eigene Berechnungen.

¹⁾ Der tatsächliche Wert liegt über diesen Werten, da die Zahl der Anmeldungen nicht identisch ist mit der Zahl der Anschlüsse. Es ist praktisch heute die Vollversorgung erreicht.

²⁾ 1981 wurde die Millionengrenze überschritten; heute haben laut Auskunft des Deutschen Video Instituts rund 10% der Haushalte einen Videorecorder (in Berlin sind es bereits erheblich mehr).

³⁾ Geschätzte Zahlen.

⁴⁾ Ohne Geschäftshauptanschlüsse; Anfang 1983 liegt die Haushaltssättigung schon bei über 80%, in Berlin sogar über 90%.

bei der Einführung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken zu berücksichtigen ist, wenn er natürlich auch noch nichts über Qualität und inhaltliche Vielfalt des Angebots aussagt. Bei der Nachfrage nach den Produkten oder Diensten der traditionellen Massenmedien (auch diese Vergangenheitstendenz kann man als einen Einflußfaktor für die zukünftige Entwicklung ansehen) zeigen sich ebenfalls Sättigungstendenzen, die sich bisher weniger auf die Geldausgabe-Bereitschaft als vielmehr auf die Nutzungszeit erstrecken (vgl. Tabelle 2). Die Zeit, die der einzelne Bürger

mit der Zeitung und beim Fernsehen zubringt, ist in den Haushalten mit Fernsehgerät mit etwas mehr als einer halben Stunde bzw. mehr oder weniger zwei Stunden (beim Fernsehen) zwischen 1964 und 1980 etwa konstant geblieben. Nur durch die starke Ausbreitung des Fernsehens in dieser Zeit ist die durchschnittliche Gesamtnutzungszeit des Fernsehens noch angestiegen. Anders dagegen der Hörfunk, dessen Nutzung sich sowohl insgesamt als auch in Haushalten mit Fernsehen im gleichen Zeitraum stark ausgedehnt hat.

Tabelle 2: Die tägliche Mediennutzung (in Stunden: Minuten pro Werktag)

	Gesamtbevölkerung				Personen in Fernsehhaushalten			
	1964	1970	1974	1980	1964	1970	1974	1980
Fernsehen	1:10	1:53	2:05	2:05	1:58	2:10	2:11	2:08
Hörfunk	1:29	1:13	1:35	2:15	1:11	1:11	1:52	2:14
Tageszeitung	:35	:35	:38	:38	:34	:35	:38	:38
Drei Medien zusammen	3:08	3:34	4:26	4:46	3:39	3:50	4:31	4:49

Quelle: Massenkommunikation 1964 bis 1980, in: Media Perspektiven Nr. 4/1981, S. 266.

Allerdings wäre es sicherlich verfehlt, hieraus zu schließen, daß die Grenzen in der Fernsehnutzungszeit erreicht sind. Von den USA und Japan beispielsweise ist bekannt, daß das Fernsehen dort im tägliche Durchschnitt mehr als doppelt so lang genutzt wird wie bei uns, und die wahrscheinlich kommenden Arbeitszeitverkürzungen werden auch ein Potential für solche Mehrnutzung darstellen. Es ist davon auszugehen, daß die verfügbare Zeit kaum einen limitierenden Faktor bei der Einführung der neuen Kommunikationstechniken sein wird. Eher wird es schon der Faktor "Geld" sein, und hier sind die ökonomischen Prognosen der Forschungsinstitute über die Zukunftsentwicklung der Wirtschaft eher skeptisch. Was den Massenmedienbereich betrifft, hat die Prognos AG Basel beispielsweise vorausgeschätzt, daß das Geldbudget der privaten Haushalte in Zukunft nur für die Finanzierung eines kleinen Teils (20 Prozent) des Angebots an neuen Informations- und Kommunikationstechniken ausreichen wird.

Während die Werbeausgaben in den Jahren von 1975 bis 1980 überproportionale Wachstumsraten aufwiesen, ist auch hier seit 1981 Stagnation, bzw. unter Berücksichtigung der Preissteigerungen sogar Rückgang festzustellen. Langfristige Vergleiche zwischen der Entwicklung des Bruttosozialprodukts bzw. des privaten Verbrauchs einerseits und den Bruttowerbeaus-

gaben andererseits haben beispielsweise in den USA ergeben, daß die Werbeausgaben über einen Zeitraum von 40 Jahren hinweg einen konstanten Anteil von etwa 3 Prozent am gesamten privaten Verbrauch ausgemacht haben. Ein solcher Vergleich ist für die Bundesrepublik angesichts des hier mangelhaften Zahlenmaterials und der Unterschiedlichen und im Zeitablauf mehrfach gewechselten Erhebungsmethoden nicht durchgeführt worden, aber es liegt angesichts der verschiedensten ökonomischen Parallelen zwischen diesen beiden Ländern nahe, davon auszugehen, daß sich die Entwicklung in den Bundesrepublik ähnlich vollzogen hat. Bei einer beständigen langfristige Konstanz kann aber vorausgesetzt werden, daß sich diese auch in Zukunft fortsetzen wird, so daß insgesamt eher mit Umverteilung anstatt mit Wachstum der Werbeausgaben durch Hinzukommen neuer Werbeträger zu rechnen ist.

Zusammengefaßt bedeutet dies, daß eine in Zukunft wachsende Zahl von Anbietern bzw. Angeboten im Massenmedienbereich bei feststellbaren Sättigungstendenzen vor allem auf der Nachfrageseite um relativ knapper werdende Geldbudgets sowohl der Privathaushalte wie auch der werbungstreibenden Wirtschaft kämpfen muß. Hieraus darf eine Verschärfung des Wettbewerbs im Medienbereich angenommen werden.

Entwicklungstendenzen der Informations- und Kommunikationstechniken

Bei den neuen Informations- und Kommunikationstechniken handelt es sich in der Bundesrepublik wie in allen anderen Ländern um Verteil-Techniken, um Informationsabrufsysteme und um wirkliche "Kommunikations-Techniken": die Dialogsysteme.

Rechnet man die Videorecorder und Bildplattenspieler zu den neuen Verteil-Techniken (streng genommen sind sie entweder nur Zusatzgeräte, die den Teilnehmer vom Programmschema der Rundfunkanstalten unabhängig machen oder im Verbund mit einer Videokamera eine zusätzliche Produktionstechnik), so läßt sich feststellen, daß diese sich bereits – ähnlich wie in den USA, Japan und Großbritannien – erhebliche Marktanteile erobert haben. In knapp jedem zehnten Haushalt mit Fernsehgerät in der Bundesrepublik steht heute schon ein Videorecorder, während sich über den Markterfolg der konkurrierenden Bildplattenspieler noch keine Aussage machen läßt, da sie erst 1982 eingeführt wurden. Die Prognose der Prognos AG Basel, daß im Jahre 1990 mehr als die Hälfte aller Haushalte über einen Videorecorder und mehr als 20 Prozent über einen Bildplattenspieler verfügen werden, wird von dem bisherigen Entwicklungs-"boom" jedenfalls bestätigt. Ein ARD-Rundfunkintendant beispielsweise wird mit der Äußerung zitiert: "Bei der heutigen Videorecorder-Verbreitung haben wir längst ein kommerzielles Fernsehen in der Bundesrepublik".

Die neuen Fernseh-Verteil-Techniken Kabelfernsehen und Satelliten-Fernsehen gibt es bisher in der Bundesrepublik noch nicht. Zwar sind mehr als 40 Prozent der Haushalte an eine Gemeinschaftsantenne angeschlossen, aber nur etwa 1-2 Prozent aller Haushalte haben einen Anschluß an ein Insel-Kabelverteils-Netz, das von der Deutschen Bundespost bisher nur in Gebieten mit schlechter Empfangsla-

ge verlegt worden ist und in das überdies nur die am Ort auch drahtlos empfangbaren Programme eingespeist werden dürfen. Allerdings wird sich dies ändern, nun die neue CDU/FDP-Koalition nach der Wahl am 6. März im Amt bleibt, denn der neue Post-minister hat bereits angekündigt, mit der großflächigen Verkabelung der Bundesrepublik (wie es sie in Europa in Belgien, den Niederlanden und Irland beispielsweise schon gibt) nicht auf die Anwendungsreife der Glasfasertechnik warten zu wollen, sondern noch 1983 in Kupfer-Koaxialkabel-Technik zu beginnen. Dies hat eine heftige medienpolitische Kontroverse mit der SPD ausgelöst, die hierin eine Doppelinvestition sieht, da später das veraltete Material und die entsprechende Technik durch die Glasfaser-Technologie ersetzt werden müssen; außerdem könne mit Kupfer-Koaxialkabeln nur eine Vermehrung der Verteilprogramme erreicht werden, die wirkliche neue Kommunikationsqualität entstehe aber erst in einem Breitband-Kommunikationssystem auf Glasfaser-Basis.

Unabhängig von dieser Diskussion laufen die in mehreren Bundesländern betriebenen Vorbereitungen für vier Pilotprojekte, in denen allerdings Kabelfernsehen nicht allein für neue Verteilprogramme, sondern auch mit Rückkanal, also als Kabel-Kommunikationssystem, erprobt werden soll. Seitdem die Regierungskommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) die Empfehlung für Pilotprojekt ausgesprochen hatte, mit denen der Bedarf nach und die Auswirkungen von Kabelfernsehen getestet werden sollten, sind sieben Jahre vergangen. Im Verlauf dieser Entwicklung können zwei Daten hervorgehoben werden: Am 11. Mai 1978 hatten sich die (für Rundfunkfragen zuständigen) Ministerpräsidenten der Bundesländer auf die gemeinsame Durchführung von Pilotprojekten geeinigt, und am 14. November 1980 kam in demselben Kreis eine Einigung über die gemeinsame Finanzierung der vier ge-

planten Projekte in Dortmund, Ludwigshafen, München und Berlin in Höhe von 140 Millionen DM durch einen Innovationsbeitrag im Rahmen der Rundfunkgebühren von monatlich DM 0,20 zustande. Außerdem wurde der Beschluß gefaßt, die sozialwissenschaftlichen Begleituntersuchungen für die Pilotprojekte mit 10 Millionen DM zu finanzieren, was jedoch bei vier Projekten nicht weit reichen dürfte, wenn man bedenkt, daß bereits für die Vorarbeiten zur Begleitforschung in Berlin und in Baden-Württemberg Beträge von 1 Million DM und mehr aufzubringen waren. Die Projekte werden voraussichtlich ein Mehrfaches dieser Summe kosten, da beispielsweise der gesamte Bereich der Programmproduktion nicht einbezogen ist, für den die jeweiligen Programmproduzenten aufkommen sollen. Rundfunkanstalten müssen dies aus dem laufenden Etat, private Anbieter können teilweise Werbespots bringen.

Nachdem es eine ganze Weile so schien, als würden die Pilotprojekte überhaupt nicht stattfinden, ist seit diesem Ministerpräsidentenbeschluß einiges in Bewegung gekommen: In Rheinland-Pfalz wurde ein Landesgesetz über einen Versuch mit Breitband-Kabel verabschiedet, in München wurde ein "Grundvertrag" abgeschlossen, in Dortmund wurde ein Gesetzesentwurf vorgelegt, in Berlin wird an einem Entwurf gearbeitet. Die Planungen wurden von Kommissionen in allen vier Städten vorangetrieben, in Ludwigshafen gibt es bereits eine Trägergesellschaft mit entsprechenden Gremien und Organen sowie einen Bau für das Kabelfernseh-Studio, für den kürzlich Richtfest gefeiert wurde. Mit Ausnahme von Berlin, wo nach einem Frühstart zunächst einmal zurückgesteckt worden war, sollen die Projekte sämtlich spätestens 1984 beginnen, und gegenwärtig sieht alles danach aus, daß es dazu auch kommt. Kritisiert worden sind vor allem drei Punkte an diesen Projekten: Zum einen handelt es sich um Großprojekten mit jeweils 10.000 Teilnehmern – zu

groß, als daß man sie damit noch als Versuche bezeichnen könnte. Alle vergleichbaren Projekte in den USA, in Japan und im europäischen Ausland sind meist mit wenigen Hundert Teilnehmern ausgekommen und haben Bruchteile der für die vier Pilotprojekte anzusetzenden Summen gekostet. Zweitens sind alle Projekte in Großstädten bzw. Ballungsgebieten angesiedelt, wo ein größeres und vielfältigeres Angebot für Freizeit, Unterhaltung und Kommunikation existiert als im ländlichen Raum. Nur in Ludwigshafen werden einzelne Landgemeinden in die Verkabelung einbezogen. Drittens und vielleicht am wichtigsten sollen bei drei dieser vier Projekte (mit Ausnahme von Dortmund im sozialdemokratisch regierten Nordrhein-Westfalen) kommerzielle Anbieter eigenverantwortlich unter einem öffentlich-rechtlichen Dach Fernsehprogramme anbieten können. Schließlich wird angemerkt, daß die Projekte viel zu spät kommen, um noch Entscheidungen beeinflussen zu können, denn mit Ergebnissen wird frühestens ab 1986 zu rechnen sein.

Ebenfalls nicht vor 1985/1986 ist mit einem deutschen Satelliten als Teil des deutsch-französischen Gemeinschaftsprojekts zu rechnen. Als offizieller (bisher aber schon mehrmals verschobener) Starttermin gilt der April 1985. Wenige Monate später soll dann – ebenfalls mit der europäischen Rakete Ariane – der französische Partner-Satellit folgen.

Das Ziel der Entwicklung und Erprobung besteht vor allem darin, Erfahrungen darüber zu sammeln, ob die künftige Rundfunkversorgung in der Bundesrepublik Deutschland überhaupt über Satelliten erfolgen soll, und ob dazu ein Rundfunk-Satellit (mit Direkt-Empfang) oder ein Fernmeldesatellit, dessen Programme dann in Kabelnetze eingespeist werden müßten, sinnvoller ist. Es sollen aber auch Erfahrungen gemacht werden, die "Voraussetzung für die Wahrnehmung von Exportchancen" für die Industrie darstellen, da insbesondere großflächige

Entwicklungsländer aus Kostengründen am Kauf von Rundfunksatelliten interessiert sein werden. Die Kosten für Bau, Start und Betrieb sind zwar hoch und ein Satellit hat nur eine Lebensdauer von 7 bis 10 Jahren, die Errichtung erdgebundener Sendernetze ist jedoch erheblich teurer.

In der sogenannten "präoperationellen" Phase von zwei Jahren wird sich der Empfängerkreis erst allmählich herausbilden. Die Bundespost hat zunächst die Errichtung von etwa 100 Antennen verschiedener Größe bei Institutionen aus Wissenschaft, Industrie, Rundfunk und Verwaltung vorsehen. Über die Teilnahme von privaten Empfängern wird in dem Bericht der "Arbeitsgruppe Satellitenrundfunk", der dem Beschluß der Ministerpräsidenten zugrundelag, nur gesagt, daß die Bundespost "für die Teilnahme privater Interessenten ein einfaches Verfahren für die Genehmigung von Empfangsantennen in Aussicht gestellt" habe.

ARD und ZDF haben ihre Vorstellungen von der zukünftigen Nutzung ebenfalls präzisiert. Man will auf der Grundlage des geltenden Rechts neue Formen der Kooperationen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit Dritten, beispielsweise aus dem Bereich der Printmedien oder des Films, erproben, wobei diese ihre Beiträge selbständig gestalten können, die Sendung aber im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Verantwortung liegt. Bei der ARD denkt man an Sendezeiten zwischen 18 und 20, beim ZDF eher zwischen 19.30 und 21.45 Uhr. ARD und ZDF wollen jeweils die rundfunkrechtliche Verantwortung für einen Satellitenkanal übernehmen. Erprobt werden sollen u.a. auch "Regionenprogramme" über Satellit. ARD und ZDF schätzen ihre jährlichen Programmkosten bei 2 1/4 Stunden täglicher Sendedauer auf 130 bis 140 Millionen DM.

Die Gesamtkosten für Bau und Start des Satelliten belaufen sich auf 280 Millionen DM.

Neben dieser "offiziellen" Satellitentä-

tigkeit gibt es Absichtserklärungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, sich mit Fernsehprogrammen am geplanten luxemburgischen Rundfunksatelliten, der große Teile Westdeutschlands mit abdecken wird, zu beteiligen. Auch dieser Satellit ist jedoch kaum vor 1986 zu erwarten, und überdies erscheint das Finanzierungskonzept nicht gesichert.

Im Bereich der Informationsabrufsysteme läuft ein Feldversuch mit Videotext, einem von den Rundfunkanstalten zusammen mit dem Fernsehsignal in dessen "Austastlücke" übertragener Textinformationsdienst, der mit einem speziell dafür anzuschaffenden Decoder empfangen werden kann (international hat sich hierfür der Name Teletext eingebürgert). Eine zentrale Videotext-Redaktion beim Sender Freies Berlin macht ein "Programm", das auf etwa 150 Text-Tafeln von inzwischen bundesweit 130.000 Empfängern abrufbar ist. Schwerpunkte des inhaltlichen Angebots sind neben Nachrichten, Wetter, Sport, Kultur-Veranstaltungskalender die Informationen zum Programm von Hörfunk und Fernsehen. Die Zeitungsverleger hatten dieses neue Medium wegen seiner Erscheinungsform in Schrift auf dem Bildschirm als Pressemedium für sich beansprucht, während die Rundfunkanstalten auf den Übertragungsweg hingewiesen und es daher als Rundfunk bezeichnet hatten. Der daraus resultierende Kompromiß bestand dann darin, daß mehrere große Zeitungen auf 15 Text-Tafeln eine Vorschau auf wichtige Beiträge ihrer Ausgabe des folgenden Tages gestalten dürfen. Unter solch restriktiven Bedingungen hatten jedoch die Zeitungsverleger zunächst das Interesse an diesem neuen Medium verloren, und die medienpolitische Kontroverse wurde neutralisiert. Kabel- und Satellitenfernsehen erscheinen auch als wesentlich lukrativeres Geschäft für zukünftige verlegerische Aktivitäten.

Die Begleitforschungsergebnisse haben bisher eine durchaus positive Akzeptanz des Videotextes durch die

Nutzer gezeigt. Am meisten abgerufen werden Nachrichten (vor allem die jeweils letzte Meldung) und Informationen zum Programm der Rundfunkanstalten, gefolgt von Sport-, Wetter- und Verbraucherinformationen. Der 1983 ins dritte Jahr gegangene Versuch ist kürzlich um ein weiteres Jahr verlängert worden, was auch ein Zeichen dafür sein kann, daß man noch nicht so recht weiß, was mit bzw. aus diesem Medium werden soll.

Der einzige Bereich, in dem bisher in größerem Umfang empirische sozialwissenschaftliche Begleitforschungsarbeiten durchgeführt worden sind, ist der Bildschirmtext (Videotext). Unter Übernahme des britischen Viewdata-Systems laufen seit 1980 in Düsseldorf und Berlin zwei Feldversuche mit Bildschirmtext, die 1983 zu Ende gehen. Beide Versuche werden mit jeweils 3.000 Teilnehmern durchgeführt, die ausführlich im Hinblick auf ihre Akzeptanz sowie eventuelle Auswirkungen auf Freizeitverhalten, Medienkonsum oder anderes befragt und beobachtet worden sind.

Zieht man ein Fazit der ebenfalls gegenwärtig abgeschlossenen Untersuchungen, soweit sie bisher bekannt geworden sind, dann ist die Akzeptanz durchaus als positiv zu bezeichnen. Allerdings differiert dies stark und wird in erheblichem Maße von den Kosten bestimmt. Geschäftliche Nutzer beispielsweise zeigen sich generell wesentlich mehr angetan als die privaten Nutzer, bei denen nach dem zunächst großen Interesse an der technischen Neuerung sich dieses doch relativ schnell abnutzt. Die Auswirkungen von Bildschirmtext sollen zwar nicht unterschätzt, dürfen sicherlich aber auch nicht überschätzt werden. Allgemein werden als die Hauptprobleme der Datenschutz und die langfristigen und nur im Verbund mit anderen Informationstechniken zu sehenden weiter gehenden Rationalisierungsmaßnahmen, die in Arbeitsplatzabbau münden werden, betrachtet.

Zur Rolle der Sozialwissenschaften bei der Evaluation der neuen Medien

Sozialwissenschaftler sind ebenso an der Begleitung und Auswertung der Bildschirmtext-Feldversuche beteiligt wie an der Erforschung der Akzeptanz von Videotext, und auch bei den Pilotprojekten zum Kabelfernsehen wird es Begleitforschungsarbeiten geben. Auch eine Kommission des Deutschen Bundestags hat sich mit den Fragen der Auswirkungen neuer Medien befaßt, und auch in deren Arbeit sind in erheblichem Umfang wissenschaftlicher Sachverstand und Auswertungen empirischer Forschungsarbeiten eingeflossen. Dennoch muß man konstatieren, daß die wesentlichen Beschlüsse über die Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechniken gefallen sind, ohne daß Ergebnisse der Begleitforschung vorlagen. So hatte noch die SPD/FDP-Regierung 1981 beschlossen, den Bildschirmtext (zunächst nur als Medium der Individualkommunikation) einzuführen, obwohl die Versuche damals gerade erst ein Jahr gelaufen waren.

Im gleichen Jahr war dann ferner die Entscheidung gefällt worden, ein integriertes Breitband-Kommunikationsnetz auf der Basis der optischen Nachrichtenübertragung über Glasfaserkabel aufzubauen. Diese Entscheidung für ein integriertes Netz als vorläufige Endstufe der Kommunikationssysteme, auf dem dann sämtliche Dienste von den einfachen Fernmeldediensten wie Telefon, Telex, Telefax und Teletext, zahlreiche Hörfunk- und Fernsehprogramme, die gesamte Datenkommunikation bis hin zum Bildtelefon übertragen werden, hat ja auch praktisch die Forderung nach "Rückholbarkeit" der Pilotprojekte, also nach einer Einstellung der Versuche, falls sich erweisen sollte, daß entweder die Kosten oder der Schaden größer sein würden als der Nutzen obsolet gemacht. Solche Entscheidungen wurden damit begründet, daß für die beteiligten Wirtschaftszweigen Planungs-

sicherheit geschaffen werden müsse, und die Sozialwissenschaft mußte akzeptieren, daß sie bei der Frage des "ob" einer Einführung neuer Kommunikationstechniken keine ausschlaggebende Rolle spielen konnte. Teilweise hat sie sich dies auch selbst zuzuschreiben, denn sie hat bisher den Nachweis, wirkliche Entscheidungshilfen liefern zu können, nur sehr partiell erbracht, teilweise lag dies aber sicherlich auch an fehlenden Arbeitsmöglichkeiten oder nicht gegebenen Finanzmitteln. Umso wichtiger, den

Anspruch aufrechtzuerhalten (aber auch zu erfüllen), daß der vermeintliche Zwang zu schnellen Entscheidungen nicht dazu führen darf, daß die bereits entstandene Kluft zwischen Technik und Sozialwissenschaft nicht noch größer werden darf. Letztlich gibt es bei allen Schwächen der sozialwissenschaftlichen Methoden und den Grenzen ihrer Aussage- und Interpretationsfähigkeit kein anderes Mittel, Entscheidungshilfen für eine planerisch gestaltete Kommunikations-Zukunft zu liefern.

Mr. Drs. F.W. Winkel

Massamedia en criminaliteit:

De invloed van televisiegeweld

The scientist is supposed to be sceptical and rigorous in his or her appreciation of uncertainty. Full disclosure of data and methodology is expected.

David L. Baselon
U.S. Court of Appeals,
1982.

Massamedia bieden het publiek op talloze wijzen informatie over criminaliteit, onder meer in de vorm van nieuws, voorlichting en ontspanning. Bij de politie- en rechtbankverslaggeving betreft die informatie vooral de ontdekking en opsporing van recent gepleegde delicten en de vervolging daarvan. Voorlichters maken ter verspreiding van hun boodschappen over de preventie van criminaliteit steeds vaker van massamedia gebruik. Sommige campagnes wijzen de burger op de gevaren van gelegenhedscriminaliteit en op de mogelijkheden om 'uitnodigingen' tot criminaliteit weg te nemen. Andere campagnes beogen de waarschuwbereidheid van omstanders, die van criminaliteit getuige zijn, te vergroten. Tot slot bieden talloze amusementsprogramma's, vaak onbedoeld, mede informatie over (fictief) crimineel gedrag, de opsporing en afhandeling daarvan: niet alleen valt te denken aan crimi's e.d., maar ook aan series, waarin acteurs geweld gebruiken om hun doel te realiseren.

De invloed, die van al dergelijke vormen van informatie uitgaat op de publieke perceptie van criminaliteit en het optreden van crimineel gedrag is onderwerp van studie in de criminologische communicatiewetenschap. In deze bijdrage zullen we enkele van die media-invloeden nader analyseren. Na een beknopte weergave van de belangrijkste inzichten over de relaties tussen media en publieke beeldvor-

ming wordt vooral ingegaan op de effecten van het aanbieden van geweldsscenes via de media op het optreden van geweld in de samenleving.

Criminologische massacommunicatie

Lange tijd hebben criminologen, zowel onderzoeksmatig als theoretisch, onvoldoende oog gehad voor de relaties tussen massamedia en criminaliteit. Vertrekkend vanuit deze constatering hield Garofalo¹⁾ nog maar onlangs een rijk gedocumenteerd pleidooi om de aandacht nadrukkelijker op dergelijke relaties te richten. Dit pleidooi is niet onbeantwoord gebleven, gezien het recent opduiken van termen als 'massacommunicatieve criminologie' en 'criminologische communicatiewetenschappen'.²⁾ Het aantal boeken en tijdschriftartikelen, waarin op de bedoelde relaties wordt ingegaan, groeit snel.³⁾ De teneur daarvan is overwegend negatief: de schadelijke effecten van het informatie-aanbod voeren de boventoon.

Schadelijke effecten doen zich voor op diverse niveaus. Op cognitief niveau bestaat een opmerkelijke parallel tussen de eenzijdige voorstellingen van de doorsnee Nederlander over criminaliteit, de toekomstige ontwikkeling daarin en het misdaadnieuws in kranten. Het publiek associeert criminaliteit vooral met dramatisch aflopende geweldscriminaliteit als moorden en doodslagen en verwacht doorgaans dat de criminaliteit zal stijgen. Van Dijk⁴⁾ wijst er op dat kranten disproportioneel veel aandacht besteden aan geweldsmisdrijven en de lezer nieuws zonder achtergrondinformatie bieden. Worden in een artikel wel speciale opmerkingen gemaakt dan "gaat het in 9 van de 10 keer om de constatering dat de misdaadcijfers en/of de

gevoelens van onrust groeien".⁵⁾ Dergelijk nieuws wordt bovendien opvallend aangeboden: vaker dan andere delicten op de voorpagina, voorzien van grotere en dikkere koppen.⁶⁾ De gesignaleerde parallel wordt door velen causaal geïnterpreteerd: "voor een groot deel is het aan de media te wijten dat het met deze feitenkennis zo lamentabel is gesteld".⁷⁾ Aan zo'n causale interpretatie geeft vooral het *agendasetting-concept* theoretische steun. Deskundigen, die een meer realistisch beeld onder de bevolking wenselijk achten, tonen zich dan ook voorstander van een veelzijdiger nieuwsaanbod. De kansen daarop zijn in het licht van de ruiltheorie en de uses and gratifications-benadering echter zeer gering.⁸⁾ Het misdaadnieuws in zijn huidige vorm wordt immers door grote delen van het publiek als een van de meest attractieve onderdelen van de krant getypeerd en journalisten spelen daarop in, mede uit 'lijfsbehoud'.

Ook op emotioneel niveau worden schadelijke effecten zichtbaar, met name in de vorm van angstgevoelens voor criminaliteit. De intensiteit van dergelijke emoties hangt theoretisch samen met twee componenten, namelijk de kans op slachtofferschap (subjectief victimisatie-risico) en de verwachte (im)materiële schade die daaruit voortvloeit.⁹⁾ Beide componenten kunnen door informatie over criminaliteit via massamedia negatief worden beïnvloedt. Een hoge frequentie van artikelen over geweldscriminaliteit stuwt het betrokken subjectief victimisatie risico op, terwijl een overaccentuering van de 'dramatische afloop' het verwachten van ernstig letsel in de hand werkt. Diverse onderzoeken geven empirische steun aan deze hypothese. Winkel¹⁰⁾ concludeert bij voorbeeld: "de groep, die het buiten onveilig vindt, bestaat voor 91,5% uit diegenen, die meer dan incidenteel horen of lezen over het optreden van criminaliteit via massamedia als kranten, radio en televisie".¹¹⁾

Nadelige invloeden van door de media aangeboden informatie over criminali-

teit kunnen ook op het gedragsniveau tot uitdrukking komen. Op dit niveau is relatief zeer veel onderzoek uitgevoerd naar de relatie tussen het aanbieden van geweldsscenes via de televisie en het optreden van agressieve criminaliteit. De geluiden dat er onder vakgenoten op dit niveau een consensus is bereikt, worden, in gevarieerde toonaarden, steeds sterker. Garofalo drukt zich nog het voorzichtigst uit, wanneer hij stelt dat het sociaal wetenschappelijk bewijs voor de hypothese dat het aanbod van geweldsscenes leidt tot gewelddadigheid in de samenleving sinds de jaren '60 eerder is toe- dan afgenomen.¹²⁾ Wiegman e.a.¹³⁾ antwoorden in een voorpublicatie uit hun boek op de vraag "leidt televisiegeweld tot geweld in de samenleving?" onder meer: "afgaand op de feiten, 'ja' ". Al in 1972 spreekt Liebert als zijn eindoordeel over de catharsistheorie uit: "that theory is considered false by almost all American social scientists and has been specifically rejected by a scientific committee appointed by the Surgeon General of the U.S.". ¹⁴⁾ Er lijkt, kortom sprake van een duidelijke consensus.

Publiek en mediageweld

Anekdotisch bewijsmateriaal

Opmerkingen, waarin een direct verband wordt gelegd tussen het optreden van een bepaalde gedraging en een recent daaraan voorafgaand gewelddadig gekleurd televisieprogramma – die zullen wel teveel naar 'X' geken hebben bijvoorbeeld – behoren in publieke conversaties zeker niet tot de uitzonderingen. Ook de massamedia zelf houden ons van tijd tot tijd dergelijke directe relaties voor: "moorden en andere misdrijven zijn, naar de kranten ons verzekeren, niet zelden uitgedacht op grond van een televisiefilm".¹⁵⁾ Middlebrook vangt haar beschouwingen over televisie en agressie aan met een wanstaltig misdrijf, waarbij de politie een dergelijk verband legt: "on oktober 2, 1973, a gang

of young men in Boston forced Evelyn Wagler to douse herself in gasoline and then set her afire. Police investigating the crime pointed out that a comparable burning had been shown on a local television program two nights before the real burning – strongly suggesting that the program has suggested or instigated the murder.¹⁶⁾ Volgens Middlebrook is het gegeven voorbeeld slechts één van de vele, waarbij een positief verband met televisiegeweld wordt gepostuleerd. Wat dichterbij huis is de recent in Duitsland gepleegde kindermoord door twee meisjes van 13 en 14 jaar. Ter zitting legden de verdachten een rechtstreeks verband tussen deze moord en de film "La partie de plaisir" van Chabrol, twee dagen eerder vertoond op televisie.¹⁷⁾ Tot slot wijst Schneider¹⁸⁾ op de vaak onrealistische wijze, waarop geweld op de televisie wordt uitgebeeld, en de mogelijke gevaren, die daaruit voortvloeien; "die Mediendarstellung der Folgen von Gewaltanwendungen hat viele Kriminelle vor Gericht zu der Behauptung verleitet, sie hätten die schweren Folgen der Verletzung ihres Opfers nicht voraussehen können".¹⁹⁾

Hoe meer anekdotisch bewijsmateriaal men aanvoert hoe groter de overredende werking. Hoe vaker men er mee in aanraking komt, hoe verleidelijker de indruk dat er inderdaad sprake is van een duidelijk rechtstreeks media-effect. De verdachten zeggen het nota bene zelf; wie is beter in staat hun geestesleven te doorgronden. Gelardeerd met enig wetenschappelijk cijfermateriaal wordt die indruk haast onomstotelijk. Het gemiddelde Amerikaanse kind wordt voor zijn 15e jaar met zo'n 14.000 moorden op t.v. geconfronteerd.²⁰⁾ Schramm c.s. inventariseerden 100 uur kindertelevisie. Een greep daaruit geeft als beeld: 12 moorden, 16 ernstige schietpartijen, 21 neergeschoten personen, 37 vechtpartijen, w.o. een poging tot moord met een hooivork, 2 wurgingen, 4 zelfmoordpogingen, een rugsteek met een slagersmes etc. etc.²¹⁾ Alleen al

om redenen van goede smaak mag het allemaal best wat minder en het spreekwoord zegt "overdaad schaadt".

Hoewel anekdotes en spreekwoorden de indruk versterken dat er een positief verband bestaat tussen het aanbieden van geweldsscenes en geweld in de samenleving is de harde bewijskracht, die ervan uitgaat zeer gering. Er zijn diverse alternatieve verklaringen mogelijk, die met behulp van dergelijk materiaal niet kunnen worden uitgesloten. In de eerste plaats zal iemand, die geweld pleegt zijn gedrag trachten te rechtvaardigen: in principe staan de betrokkene daartoe vele wegen open. Kunczik²²⁾ wijst er terecht op dat naarmate deskundigen vaker claimen dat televisiegeweld schadelijk is omdat het tot navolging leidt, de kans stijgt dat daders juist dat argument ter rechtvaardiging van eigen gedrag gaan aanvoeren. Anekdotisch bewijs laat zelden of nooit conclusies toe over de vraag of in een concreet geval bedoelde "rechtvaardigingsgrond" terecht of ten onrechte worden aangevoerd.

Een tweede zwakte betreft de causaliteit. Anekdotisch materiaal schept geen ruimte voor duidelijke conclusies over de richting van het verband. De omgekeerde causaliteit – gewelddadige personen prefereren en selecteren simpelweg gewelddadige programma's – kan niet worden ontkracht. Juist deze omgekeerde causaliteit zou goed passen in het raamwerk van de functionele benadering: programma-selectie vloeit i.c. vooral voort uit 'behoeften'. Een mogelijke relevante behoefte is bij voorbeeld het zoeken van een rechtvaardigingsgrond voor getoond gedrag.

Ten slotte kan men met behulp van anekdotisch materiaal geenszins aantonen dat het betreffende misdrijf achterwege was gebleven, indien men het gewelddadige programma niet had gezien. Waarschijnlijker is dat vrijwel alle bedoelde misdrijven toch door gang hadden gevonden, maar dat het zien van een televisiefilm de wijze van

uitvoering daarvan beïnvloedt. Anekdotisch materiaal kan de stelling niet weerleggen dat kijken naar televisiegeweld hoogstens leidt tot "vormverschillen", die voor het uiteindelijke resultaat van het misdrijf weinig relevant zijn.

Aangezien het anekdotisch bewijsmateriaal geen toereikende mogelijkheden biedt voor het trekken van duidelijke conclusies zijn we genoodzaakt uit te zien naar andere bewijsbronnen, bij voorbeeld de sociaal-wetenschappelijke.

Sociaal-wetenschappelijk bewijs

Het onderzoek naar de relatie tussen media-geweld en geweld in de samenleving is vrij omvangrijk. Veel is samengevat in overzichtsbundels en -artikelen.²³⁾ Gezien de overmaat moeten we volstaan met het schetsen van enkele grote lijnen. In het onderzoek rond de relatie toetst men één of meer van de volgende hypothesen: (a) er is geen relatie tussen mediageweld en geweld in de samenleving (nuleffect-hypothese) of (b) er is wel een dergelijke relatie, hetzij van stimulerende aard (mimesis-hypothese) hetzij van remmende aard (catharsis-hypothese) of (c) de relatie is causaal omgekeerd, in de zin dat geweld in de samenleving aan het mediageweld voorafgaat. Voor al deze hypothesen en daaruit afgeleide hypothesen is empirische steun. De kwaliteit daarvan verschilt zowel 'binnen' als 'tussen' hypothesen.

Methodisch maakt men gebruik van twee typen proefopzetten, namelijk correlatieve (van simpele tot gecompliceerde cross-legged designs) en experimentele (laboratorium en veld-experimenten). Onderlinge vergelijking van resultaten is niet goed mogelijk: experimenten betreffen meestal jonge kinderen, correlatieve studies vooral adolescenten en volwassenen. In meerderheid zijn de gevonden correlaties weliswaar positief, maar qua sterkte niet groot: de meeste variëren tussen 0 en .20-25).

Incidenteel stuit men op hogere corre-

laties: Eron²⁶⁾ bij voorbeeld vindt een (cross-legged) correlatie van .31 tussen voorkeur voor gewelddadige televisieprogramma's op 8-jarige leeftijd en (gerapporteerd) agressief gedrag op 18-jarige leeftijd. Met nadruk wijzen we erop dat die correlatie vrijwel verdwijnt (0.07), wanneer men controleert voor de houding van de ouders, met name bij die ouders die hun kinderen op het hart drukken dat ze hun vrienden niet te snel moeten slaan en dergelijke.²⁷⁾ Bovendien blijkt uit onderzoek van Dominick c.s.²⁸⁾ dat kinderen meer en vaker naar gewelddadige televisieprogramma's kijken, wanneer hun ouders dat goedkeuren.

De conclusies, die we aan het correlatieve onderzoek lijken te kunnen verbinden zijn: (a) dat de relatie nogal marginaal is; een factor, die nog geen 5% van de variantie in het optreden van agressief gedrag verklaart kan immers moeilijk als uiterst belangrijk worden getypeerd en (b) soms lijken de gevonden verbanden vrijwel te verdwijnen, wanneer men controleert voor andere (dan media) variabelen.

Evenals bij het anekdotisch bewijs blijkt ook bij het "correlatieve" bewijs onduidelijkheid te bestaan over de preciese richting van het verband tussen televisie geweld en geweld in de samenleving. Zelfs wanneer gecompliceerdere crosslegged designs worden gebruikt kan men zich moeilijk aan de indruk onttrekken dat men in wezen bezig is zich uit het causaliteitsmoeras te werken via de eigen haardos. Juist een experimentele opzet lijkt een geschikter middel om aan dat moeras te ontkomen. Onderzoeksresultaten, verkregen via een experimentele proefopzet wijzen echter veeleer in de richting van een omgekeerde causaliteit.

Fenigstein²⁹⁾ vat zijn experimentele resultaten aldus samen: "aggression fantasies in males, compared to non aggression fantasies increased the preference for viewing violence. Experiment 2, replicated the results of the first study and also found that men who were given an opportunity to aggress physically, compared to those

who had no such opportunity were more likely to choose to view films containing violent content".

Van een experimentele opzet wordt o.m. gebruik gemaakt in het onderzoek van Parke c.s.³⁰⁾, uitgevoerd op jeugdige geïnstitutionaliseerde delinquenten in België en de Verenigde Staten. De opzet is steeds zodanig dat een deel van de onderzochten wordt blootgesteld aan een zogenaamd 'agressief dieet', een ander deel aan een 'niet-agressief' dieet. Door middel van observatie wordt het al of niet optreden van agressief gedrag – onder meer fysiek geweld, lichamelijk en met woorden dreigen – vastgesteld. In alle drie gerapporteerde experimenten worden inderdaad verschillen waargenomen tussen degenen die aan een agressief en een niet-agressief dieet werden blootgesteld. Degenen, die aan een agressief dieet zijn blootgesteld tonen meer agressie. De verschillen zijn echter het duidelijkst bij diegenen, die reeds op een voormeting van agressief gedrag getuigden. Een predispositie tot agressiviteit lijkt bijna een noodzakelijke voorwaarde te vormen voor het vaststellen van duidelijke effecten.³¹⁾ Eysenck en Nias, die een overzicht bieden van een twintigtal veldexperimenten, komen tot een ongeveer gelijklopende conclusie: "with many of the above studies it was noted that the effects were more apparent for children who were initially high rather than low on aggression" en "what about its degree?; the evidence described suggests that it is slight."³²⁾

Kanttekeningen bij onderzoek

Gesignaleerd werd dat er zich een duidelijke consensus blijkt af te tekenen onder sociale wetenschappers, inhoudende dat televisiegeweld schadelijk is en het geweld in de samenleving stimuleert. Het plaatsen van een vraagteken lijkt op grond van de voorgaande, korte, analyse niet overdreven. Ten einde de omvang van deze bijdrage te beperken volstaan we met enkele kanttekeningen bij onderzoek.

Die kanttekeningen betreffen m.n. het onderzoek van Belson³³⁾ en dat uit de modeling-traditie; naar beiden wordt namelijk in een recente Nederlandstalige publicatie met nadruk verwezen.³⁴⁾

Het onderzoek van Belson

Op grond van het onderzoek van de Australier Belson, uitgevoerd onder zo'n 1500 Londense jongens (gefinancierd door een Amerikaans netwerk) wordt geconcludeerd:³⁵⁾ "jongens met een hoog agressiedieet bezondigden zich aan meer geweld dan degenen, die relatief weinig televisieagressie hadden geconsumeerd. Deze conclusie, het zij hier benadrukt, betreft niet een kortstondige beïnvloeding, maar een langdurige periode, waarin de jongens aan t.v.-geweld blootstonden". Belson acht sommige van zijn resultaten inderdaad "very strongly supportive" voor een dergelijke conclusie. Zinswendingen met een dergelijke strekking komen overigens aanmerkelijk minder vaak voor dan zinswendingen in de trant van "no meaningful support for the hypothesis" of iets dergelijks; voorts wordt regelmatig meegedeeld dat "omgekeerde" causale verbanden niet kunnen worden weerlegd. Anderzijds blijkt echter dat een bijzonder groot aantal hypothesen met behulp van het onderzoek wordt getoetst, nl. 556, waarvan 212 als methodologische check. Tot slot memoreren we nog dat soms uiterst gewelddadig gedrag wordt gerapporteerd: 21 jongens delen zaken mee als in het vuur gooien van een kat en het in brand steken van een groot gebouw. Opmerkelijk daarbij zijn de vaak hoge recidive-getallen: 1 jongen meldt zelfs 21 uiterst agressieve uitingen in het voorbije halve jaar.

Het onderzoek, stellig indrukwekkend en behorend tot één van de omvangrijkste van de laatste tijd, is op diverse plaatsen commentariseerd.³⁶⁾ Ik voeg hier twee "nieuwe" kanttekeningen toe van methodologisch karakter. Het onderzoek, op de boekomslog ge-

kenschetst als een 'doorbraak in onderzoeksmethodologie', is van het 'gecompliceerd' relationele type. Terrecht wordt ingegaan op een mogelijk alternatieve verklaring van de gevonden verschillen in (gerapporteerd) agressief gedrag, met name het effect van toch al aanwezige verschillen in achtergrondkenmerken van de vergeleken groepen. Ter ontkrachting van dit alternatief wordt gebruik gemaakt van 'gelijkschakeling op massieve schaal': "if the difference in violence level is simply due to original differences between them, then the close *matching* of these two samples in terms of all the correlates of violent behaviours, should, in principle, tend to eliminate the difference between them in terms of level of violent behaviour" ³⁷⁾ en "clearly *empirical matching* is central to the research strategy used in this enquiry, whether in relation to forward or to reserved forms of the hypothesis". ³⁸⁾

Gegeven deze opmerkingen is waakzaamheid geboden, te meer daar in het onderzoek geen randomisatie plaatsvindt. Randomisatie zou kunnen betekenen dat toevallige toewijzing van elementen uit de aselect getrokken steekproef aan de "manipulatie" plaatsvindt; in het onderzoek is echter sprake van een post-hoc-toewijzing aan de hoog- of laag agressief dieet-groepen op grond van de berekende blootstellingsscores. In deze situatie is nog een tweede alternatieve hypothese ter verklaring van de gevonden verschillen in het geding, namelijk die in termen van 'terugval naar het gemiddelde'.

Voor de beknoptheid omschrijven we eerst enkele concepten: onder "manipulatie" verstaan we de mate van blootstelling aan televisiegeweld (bijvoorbeeld een hoge- v.s. lage-dieet-groep); onder "predictor" verstaan we een mogelijk storende variabele (b.v. de houding van de ouders); onder "criterium" de te voorspellen variabele, in casu de mate, waarin agressief gedrag wordt gerapporteerd.

Achterliggend idee van "terugval naar

het gemiddelde" is dat, wanneer we een criteriumscore willen voorspellen m.b.v. een predictor, het altijd verreweg het beste is om te voorspellen dat betrokkene dichter ligt bij zijn groeps-gemiddelde op het criterium dan bij zijn groepsgemiddelde op de predictor. ³⁹⁾ We keren thans terug naar de "matching" procedure. Een onderzoeker "matcht" hoog en laag-blootgestelden zodanig dat steeds wordt vergeleken een 'A' uit de ene groep en een 'B' uit de andere, die een zelfde score hebben op de predictor. Hij beoogt hiermee het effect van de stoorzender "uit te schakelen". Hij toetst het verschil in criteriumscores en vindt een significant verschil in de verwachte richting: zijn conclusie is vervolgens dat televisiegeweld leidt tot agressief gedrag. Het gevonden verschil zou echter heel goed een regressie-artefact kunnen zijn ten gevolge van matching. Een getallenvoorbeeld: A komt uit een populatie, gekenmerkt door de volgende scores: gemiddelde op de predictor 110 met standaardafwijking 10; gemiddelde criterium-score is 60 met s.d. 5; de correlatie tussen predictor en criterium bedraagt 0.50. B komt uit een populatie met als resp. kenmerken: 90 met s.d. 10; 50 met s.d. 5 en een correlatie van 0.50. Vergelijken we nu A en B met dezelfde score op de predictorvariabele (vgl. matching) en berekenen we de criterium-scores voor hen in bijvoorbeeld een regressie-ievergelijking ⁴⁰⁾ dan is de score voor A 57.5 en voor B 52.5. ⁴¹⁾ Kortom, een verschil van 5 punten dat in casu volledig voortvloeit uit terugval naar het gemiddelde. Het gevolg van matching is derhalve dat we niet uit kunnen maken of de gevonden verschillen in agressief gedrag nu aan de "manipulatie" of aan regressie moeten worden toegeschreven.

Mellenbergh ⁴²⁾ typeert de matchings-procedure als volgt: "dat het in het algemeen niet aan te bevelen valt om met gematchte proefgroepen te werken. Dat was reeds bekend in 1942 (Thorndike, 1942), maar matching behoort nog steeds tot de standaard-

technieken van de methodologisch onbekommerde onderzoeker". Dessens en Jansen,⁴³⁾ die een gedetailleerde methodologische notitie over terugval naar het gemiddelde presenteren, concluderen o.m.: "de onderzoeker echter die meent de onmogelijkheid van randomisering te onderwerpen door te matchen op een aantal mogelijk versturende variabelen valt daarmee gegarandeerd in de valkuil van terugval naar het gemiddelde: matchen zonder randomisering is uit den boze!"

In het licht van de door de methodologen gewraakte kwaliteit van de matchingsprocedure is de conclusie voor de hand liggend dat de door Belson gemaakte interpretaties dat televisiegeweld het geweld in de samenleving stimuleert aan kracht zouden kunnen winnen wanneer de alternatieve hypothesen van terugval naar het gemiddelde kan worden uitgesloten. Een statistische heranalyse van zijn resultaten is daartoe noodzakelijk. Op zijn minst mogen we verwachten dat Belson deze alternatieve hypothese aan een kritische bespreking onderwerpt.

Een tweede kanttekening betreft het grote aantal hypothesen dat in het onderzoek aan toetsing wordt onderworpen. Er is sprake van vele honderden toetsen. Als zodanig kleeft daaraan weinig bezwaar. Men dient zich er echter terdege van bewust te zijn dat bij al dergelijke toetsingen steeds de kans bestaat op het ten onrechte verwerpen van de nul-hypothese. Het is, zeker in onderzoek dat mogelijk verstrekkende beleidsimplicaties kan hebben, van vitaal belang dat men zoveel mogelijk waarborgen inbouwt om die kans strikt in de hand te houden. In het bedoelde onderzoek ontbreken dergelijke waarborgen. Er wordt immers een bijzonder groot aantal (univariate) t-toetsen uitgevoerd. In zo'n situatie stijgt de kans op het ten onrechte verwerpen van de nul-hypothese al snel naar ongekende hoogten: "bij het uitvoeren van 3 toetsen, ieder op een univariaat significantieniveau van 5% bedraagt het multivariate significantie-

niveau 15%; bij 5 al 23% en bij 10 zelfs 40%. Vaak zullen derhalve bij het uitvoeren van meerdere toetsen tegelijkertijd *te snel* en *ten onrechte* significante bevindingen worden gerapporteerd".⁴⁴⁾

Aangezien Belson vele honderden univariate toetsen uitvoert, zonder zich iets van dit multivariate significantieniveau aan te trekken, is de waarde van zijn bevindingen nogal relatief. Ook op deze grond is statistische heranalyse van het materiaal wenselijk. Vooral een multivariate benadering biedt hier een "conservatieve" toetsingsmogelijkheid,⁴⁵⁾ die opportuun is vanwege de gesignaleerde beleidsimplicaties van het onderzoek.

De modeling-traditie

Een centrale veronderstelling binnen deze traditie is dat een individu agressief gedrag aanleert door dat bij anderen waar te nemen en vervolgens na te doen. Het waarnemen van agressief gedrag werkt a.h.w. aanstekelijk: het leidt tot imitatie. Onlosmakelijk verbonden aan deze traditie is de naam van Bandura; de meeste van zijn experimenten hebben betrekking op relatief jonge kinderen.⁴⁶⁾ Het onderzoek uit deze traditie kan worden aangemerkt als een van de belangrijke peilers onder de stelling dat televisiegeweld het geweld in de samenleving stimuleert. Ook bij deze traditie een enkele kanttekening.

Goranson⁴⁷⁾ biedt een uitgebreid overzicht van het experimentele onderzoek, verricht binnen deze traditie. Eén van zijn conclusies is dat het redelijk lijkt om uit dat onderzoek af te leiden dat nieuwe agressietechnieken, zoals het uitdelen van karateslagen en het gooien met messen, door jonge kinderen kunnen worden aangeleerd louter en alleen door dergelijke gedragingen op televisie of in de bioscoop te zien. Beide, door Goranson genoemde, gedragingen zijn weinig alledaags. Een terechte vraag is op welk bewijsmateriaal bij deze boude conclusie precies baseert.

De belangrijkste basis vormt het experiment van Bandura, Ross en Ross⁴⁸⁾ uitgevoerd op kinderen van een kleuterschool. In grote lijnen is dat zodanig opgezet dat een deel van de kinderen in de gelegenheid wordt gesteld te kijken naar een "model" onder meer via een film-opname; een ander deel krijgt die gelegenheid niet en fungeert als controle-groep.

In alle versies vertoont het model "bepaald" gedrag, namelijk "the model punched a large inflated doll in the face, kicked the doll and struck it in the face with a hammer"; onder begeleidende opmerkingen als "pow, kick en socko".⁴⁹⁾

Vervolgens werden de kinderen "mild gefrustreerd", een zinswending waarop men binnen deze traditie vaak "zo maar" stuit. De vraag is namelijk in wiens ogen sprake is van een milde frustratie: in die van de onderzoeker of in die van de betrokken kinderen? Zij wordt bewerkstelligd door de kinderen eerst te laten spelen met allerlei leuk speelgoed en zodra ze enige tekenen van betrokkenheid in dit spel tonen wordt daaraan abrupt een arbitrair einde gemaakt, door ze af te voeren naar de experimenteerruimte, waar ze vervolgens verder mogen spelen. In deze ruimte bevindt zich onder meer de plastic pop, aan de 'experimentele' kinderen bekend uit de "model-fase" van het onderzoek. In veel gevallen gaat degene die het kind begeleidde in deze ruimte achter een bureau zitten, met zijn rug gekeerd naar het kind: hij is onaanspreekbaar en vermijdt elk contact. Het gedrag dat het kind in deze ruimte ten toon spreidt wordt tot slot op subtiel wijze geobserveerd, eventueel met behulp van doorkijkspiegels. Zie hier: Alice in spiegelland. Uit de observatie-resultaten blijkt nu dat de experimentele kinderen zich anders gedragen dan de controle-kinderen en dat dit verschil vooral samenhangt met een directe imitatie van het gedrag van het (tv-) model.

Kortom, de conclusie dat kinderen met messen in het rond kunnen gaan gooien

en nadat ze iets dergelijks op televisie of in de bioscoop hebben gezien is gebaseerd op de waarneming dat de experimentele kinderen vaker een plastic pop de lucht in schoppen of iets dergelijks dan de controlekinderen.

Iedereen oordele voor zichzelf: zelf heb ik ze zelden zouter gegeten. Ik wil er geen enkel misverstand over laten ontstaan dat uitvoering van simulaties vaak nuttig en noodzakelijk is, zeker in gevallen dat experimenten met reëel crimineel gedrag zijn uitgesloten.⁵⁰⁾

Voorwaarde voor valide uitspraken over crimineel gedrag is dan wel dat de 'gesimuleerde situatie' en 'realiteit' elkaar zo dicht mogelijk naderen. Is zo'n dichte benadering niet mogelijk dan dient men dat met nadruk in zijn conclusies tot uitdrukking te brengen. De overeenkomst tussen een plastic pop – een populair attriboot binnen de traditie – en een karateslag lijkt mij in dit opzicht niet in aanmerking te komen voor een schoonheidsprijs.

Een tweede kanttekening betreft de vraag of het geïmiteerde gedrag als zodanig terecht of ten onrechte van het etiket 'agressief' wordt voorzien. We raken hier aan het probleem van de omschrijving van agressief gedrag. Beschouwen we het Wetboek van Strafrecht – waarin zich onder meer de delictsomschrijvingen bevinden van kennelijk afkeurenswaardig agressief gedrag – dan lijkt agressieve criminaliteit steeds iets te maken te hebben met 'opzettelijke leedtoevoeging' (m.u.v. de culpose omschrijvingen), met het opzettelijk benadelen van de geestelijke of lichamelijke gezondheid van een ander. Sommige sociaal-wetenschappelijke omschrijvingen nemen een dergelijk (innerlijk) element met nadruk op; andere daarentegen niet. Vooral in de modeling-traditie is zo'n bestanddeel afwezig: agressief gedrag is hier gedrag dat aan bepaalde uiterlijke vormkenmerken voldoet. Het gaat bij voorbeeld om gedrag, waarbij 'schoppen' en 'slaan' een rol spelen. Zo'n 'formele' definitie heeft zwakke kanten. Talloze gedragingen,

die in het geheel geen serieus te nemen schade aanrichten kunnen dan als agressief worden geëtiketteerd, ook al druist dat zelfs soms in tegen de common sense. Mijn zoontje van een half jaar vindt het bij voorbeeld prachtig met een houten pop langs de spijlen van zijn box te ratelen, liefst zo hardhandig mogelijk. Niemand uit mijn omgeving heeft mij nog beklaagd als vader van een 'agressieveling in de dop'. Integendeel. Dergelijk gedrag is evenzeer uiting van agressiviteit als zijn kraaiend graaien naar NRC-Handelsblad van belangstelling voor het wereldgebeuren getuigt.

Laten we pogen ons nog wat verder te verplaatsen in het 'gezichtspunt' van de onderzochte kinderen. Vrijwel steeds gaat het om erg jonge kinderen, weggehaald uit hun vertrouwde omgeving. Het ene ogenblik mogen ze gezellig spelen, plotsklaps moeten ze, als het echt leuk wordt, daarmee ophouden en weer elders doorgaan; sommigen zien bovendien nog een volwassene rare capriolen uithalen met een pop. Is het in deze context waarschijnlijk dat ze niet de flauwste notie hebben wat er nu precies van ze wordt verwacht. Geconfronteerd met de bekende pop in de experimenteer-ruimte ontstaat bij sommigen wellicht het idee dat schoppen en slaan in ieder geval tot de toelaatbare en wellicht gewenste mogelijkheden behoort. Er is in deze 'reconstructie' kortom ruimte voor een experimenteel artefact: de kinderen reageren vooral op door hen gepercipieerde verwachtingen. Een dergelijke hypothese wint aan kracht gezien de onderzoeksresultaten, waaruit blijkt dat imitatie meer voorkomt bij onzekere kinderen, die niet vertrouwen op hun eigen vaardigheden.

Sommigen hebben er op gewezen dat indien men de foto's van de kinderen in de experimenteer-ruimte aandachtig bekijkt, het schoppen gepaard gaat met vrolijkheid en glimlachen: sommige kinderen hebben er kennelijk plezier in. Niet dergelijke gelaatsexpressies, maar veeleer 'verstarde' uitdruk-

kingen worden doorgaans met agressie geassocieerd. Het opplakken van een etiket als 'ruw spel' (rough and tumble play) lijkt in casu meer voor de hand te liggen. Ook Vuyk⁵¹⁾ komt tot zo'n conclusie: 'maar de afbeeldingen maken duidelijk dat er veel wild spel is bij de responsen'. Ruw spel en agressie dienen volgens ethologen streng van elkaar te worden onderscheiden. Een puur formele definitie houdt vaak geen rekening met dergelijke onderscheidingen.

Een 'wild-spel' verklaring is plausibeler, wetende dat kinderen uit de onderzochte leeftijdscategorie een duidelijke voorkeur voor 'het doen van gekke dingen' aan de dag leggen.⁵²⁾

Het accent op de gedachtenwereld van de onderzochte kinderen vormt een rode draad in de voorgaande kanttekeningen. We tekenen daarmee verzet aan tegen een conceptie, waarin kinderen worden voorgesteld als passieve registrators van (media-)gedrag. De kinderen zijn geen lege emmers, die als het ware met het 'modelgedrag' worden volgegaten (vgl. injectienaaldmodel). Veeleer zijn zij 'actieve verwerkers' van externe informatie; de waarneming van het model activeert m.a.w. cognitieve processen.⁵³⁾ Het experimenteel onderzoek van Slife c.s. sluit goed aan op dit uitgangspunt; het vormt een 'uitgebreide replicatie' van het Bandura-onderzoek. De uitbreiding is vooral hierin gelegen dat het cognitieve construct 'affective assessment' wordt onderzocht. Met deze exotische term doelt men op de indruk, die een object (bijv. het speelgoed of het modelgedrag) op het individu maakt in termen van leuk, interessant, aardig, dan wel de pendant daarvan. Belangrijkste onderzoeksresultaat is dat imitatie vrijwel uitblijft, indien kinderen voor hen oninteressant speelgoed moeten gebruiken (op een imitatie-maat, variërend van 0 tot 20 scoren volgens gemiddeld 2.44; meisjes gemiddeld .81), indien ze het modelgedrag niet leuk vinden (jongens 1.0 en meisjes .88) of indien ze geen van deze beide elementen waarderen

(jongens 1.06, meisjes .63). Deze resultaten leiden tot de conclusie 'that children who are exposed to modeled behaviors that they find personally distasteful need not be expected to enact them, even though they know how to do so'.⁵⁴⁾ De veronderstelling dat kinderen die agressief gedrag vertonen ten slachtoffer zijn gevallen aan agressieve televisiebeelden typeren zij als een simplistische visie. De vraag of televisiegeweld agressie veroorzaakt beantwoorden zij ontkennend: 'the results suggest a negative answer to this question'.⁵⁵⁾ Mij rest slechts de opmerking dat kennelijk vooral de wens vader is van de stelling dat er onder sociale wetenschappers consensus bestaat over de positieve relatie tussen televisiegeweld en geweld in de samenleving.

Algemene kanttekeningen

Vaak wordt een standpunt over een gegeven relatie vooral bepaald door de (globale) achterliggende theoretische visie. Na de afbraak van het injectienaaldmodel en de doorbraak van het nul-effect-model baseerden sommigen hun standpunt dat televisiegeweld geen belangrijke nadelige effecten had bij voorbeeld op de theorie van Klapper. Massacommunicatie geldt in deze theorie noch als noodzakelijk, noch als voldoende voor effecten op het publiek: de media zouden hoogstens tot 'minor changes' kunnen leiden. In de massacommunicatietheorie hebben zich inmiddels diverse wijzigingen voorgedaan: er is bij voorbeeld een duidelijke overloop vanuit het (neo)-nuleffectkamp naar het krachtig-effect kamp.⁵⁶⁾ Weaver⁵⁷⁾ geeft daarvan als pregnante typering: 'in plaats van de conclusie van Klapper van zo'n 20 jaar geleden , kom ik m.b.t. de publieksagenda tot de conclusie dat massacommunicatie gewoonlijk functioneert te midden van en door een netwerk van intermedierende functies en invloeden, maar dat zij bovendien vaak functioneert als een noodzakelijke en voldoende voorwaar-

de voor effecten op het publiek'. Het idee van de 'krachtige media' is kortom duidelijk terug in de massacommunicatietheorie.⁵⁸⁾

Het agenderingsconcept lijkt gezien de inleidende opmerking een vruchtbare voedingsbodem te scheppen, waarop de hypothese dat televisiegeweld tot geweld in de samenleving leidt zou kunnen floreren.

Ter relativering dient er op te worden gewezen dat het concept zich niet in eerste instantie richt op gedragseffecten, maar veeleer op onder meer de hoeveelheid tijd, die men investeert in gesprekken over door de media benadrukte onderwerpen. Uiteraard kan sprake zijn van gedragseffecten, maar van indirecte. De volgende relatie getuigt daarvan: een hoge plaats ingeruimd voor geweldscriminaliteit in de media-agenda vergroot het aantal gesprekken daarover onder het publiek, hetgeen leidt tot toename van de onrustgevoelens over criminaliteit, welke tenslotte resulteren in een toename van 'vermijdingsgedrag'.⁵⁹⁾ Bovendien plaatst Verhagen⁶⁰⁾ diverse kanttekeningen bij de empirische houdbaarheid van het agenderingsconcept.

Een empirische opmerking tot slot. Onlangs zijn de resultaten bekend geworden van een onderzoek, waarin voor de eerste maal direct wordt onderzocht welke effecten verbonden zijn aan de introductie van televisie op het criminaliteitscijfer. Gebruik werd daarbij gemaakt van een quasi-experimenteel design, namelijk een onderbroken tijdreeks met wisselende replicaties.⁶¹⁾ Men speelde in op de gelukke omstandigheid dat de verspreiding van televisieaansluitingen in de VS schoksgewijs plaatsvond. Van 1949 tot midden 1952 is zelfs sprake geweest van een door de overheid opgelegde 'adempauze'. Door wisselende replicaties uit te voeren wint de tijdreeksanalyse aan verklarende kracht: 'if the introduction of tv caused an increase in crime the level of crime in the prefreeze communities should increase more than in postfreeze communities shortly after the prefreeze

communities began to receive television signals. . . . the level of crime in postfreeze communities should increase relative to that in prefreeze communities a few years later when the freeze was lifted and the post-freeze communities began receiving signals'.⁶²⁾ De in deze context, belangrijkste conclusie is dat de nulhypothese 'de introductie van televisie heeft geen invloed op de ontwikkeling van de gewelddadige criminaliteit' niet kan worden verworpen: 'in no case was the change in level parameter significantly different from zero'.⁶³⁾ Uiterst voorzichtig concludeert men tot de afwezigheid van consistent bewijs voor het idee dat de toename van de gewelddadige criminaliteit een gevolg is van de introductie van televisie in de onderzochte jaren. Ter relativering wijst men o.m. op de 'betrouwbaarheid' van de gebruikte FBI-indicatoren. Wat dit betreft is echter een hoopvol teken dat zich een steeds duidelijker herwaardering aftekent voor de misdrijfstatistiek; ⁶⁴⁾ anderzijds lijkt het dark number bij de betrokken criminaliteitsvormen relatief zeer klein. Op zijn minst is op basis van dit onderzoek twijfel mogelijk aangaande de houdbaarheid van het idee dat televisiegeweld het geweld in de samenleving stimuleert.

Tot besluit

De relaties tussen massamedia en criminaliteit zijn onderwerp van studie in de criminologische communicatiewetenschappen. In het bijzonder richt zij zich op de beoogde en onbeoogde invloeden van door de massamedia verzonden informatie over criminaliteit op de opvattingen, houdingen en gedragingen van het ontvangend publiek. Het aantal mogelijke relaties tussen media en criminaliteit is in principe zeer talrijk. Het voorgaande overzicht is derhalve selectief: slechts enkele relaties werden van commentaar voorzien. Gesignaleerd werd dat het misdaadnieuws in zijn huidige vorm een schadelijke invloed uitoefent op zowel de publieke beeldvorming over crimi-

naliteit, als op angstgevoelens voor criminaliteit. Ook het aanbieden van geweldsscenes lijkt op het eerste gezicht een schadelijk effect te sorteren, in die zin dat het geweld in de samenleving er door wordt gestimuleerd. Uit de bij deze relatie gemaakte kanttekeningen blijkt de door velen geclaimde consensus meer weg te hebben van quasi-consensus dan van werkelijke overeenstemming. Hier ligt een belangrijke onderzoekstaak voor de criminologische communicatiewetenschappen. Een noodzakelijke eerste stap daarbij is mijn inziens vooral een grondige inventarisatie van de methodische, statistische en theoretische problemen, die aan de claim dat televisiegeweld het geweld in de samenleving stimuleert ten grondslag liggen. Het aldus verkregen materiaal zou vervolgens aan deskundigen moeten worden voorgelegd met de vraag of de gebruikte oplossingen ook feitelijk de juiste of de beste zijn. De voorgaande analyses leveren aan die inventarisatie een eerste bijdrage. Een definitieve beantwoording van de vraag of televisiegeweld het geweld in de samenleving stimuleert of niet wordt steeds nijpender gezien onder meer de recente uitbarstingen van gewelddadigheid in steden als Amsterdam en Rotterdam. Het feit dat Jones ⁶⁵⁾ in zijn (analoge) analyse van dergelijke rellen in het geheel niet spreekt over televisiegeweld is voor de idee dat het mediageweld het geweld in de samenleving stimuleert, wellicht een teken aan de wand. Veeleer legt hij het accent op deprivatie-theorieën. Opmerkelijk is dat Hennigan c.s. ⁶⁶⁾ in hun analyse van media-effecten op de toename van de vermogenscriminaliteit ook zo'n deprivatietheorie centraal stellen. In dit licht lijkt voor het in toom houden van het geweld in de samenleving het ontwikkelen en uitvoeren van 'banenplannen' meer opportuun dan een regulering van het televisiegeweld. Het voorgaande onderzoeksvoorstel sluit daarop in zoverre aan dat het minstens één arbeidsplaats garandeert.

NOTEN

1. J. Garofalo, Crime and the massmedia: A selective review of research, in *Journal of Research in Crime and Delinquency*, juli 1981, 319-351.
2. W. Sarlee, De invloed van massamedia op de criminaliteit, in: *Panopticon*, 1982, 3, 307-317.
3. D. Howitt, *Massmedia and social problems*, New York, Pergamon, 1982.
- R.M. Liebert, J.N. Sprafkin, E.S. Davidson, *The early window, Effects of television on children and youth*, (2de ed.), New York, Pergamon, 1982.
4. O. Wiegman, E. Seydel, B. Baarda, *Agressie en criminaliteit*, Deventer, Van Loghum, 1982.
5. J.J.M. van Dijk, Publieke opinie en misdaad, in: *Justitiële Verkenningen*, 1978, 9, 4-41.
6. id, o.c., p. 23.
7. A.W.M. Coenen, J.J.M. van Dijk, *Misdaadverslaggeving in Nederland*, W.O.D.C., Den Haag, 1976.
8. Sarlee, 1982, o.c., p. 311.
9. L. Gunther Moor, Misdaadnieuws en het publiek, in: *Beleid en Maatschappij*, 1982, 6, 163-168.
10. F.W. Winkel, Angst voor Criminaliteit: verklarende modellen, in: *Tijdschrift voor Criminologie*, 1981, 6, 289-307.
11. F.W. Winkel, Onrustgevoelens: een empirische toetsing van enkele predictormodellen in: *Tijdschrift voor Criminologie*, 1983, 1, 40-53.
12. id, o.c., p. 44.
13. J. Garofalo, 1981, o.c., p. 334.
14. O. Wiegman, B. Baarda, E. Seydel, De invloed van televisiegeweld, in: *Psychologie*, 6, 1982, p. 12 e.v.; o.c., p. 12.
15. J.M.H.J. Hemels, Geweldsproblematiek in relatie tot massacommunicatie, in: *De bedreigde burger*, Van der Wolk, e.a., Intermediair, 1977, 386-428; o.c., p. 419.
16. P. Vroon, *Volkskrant*, 20 oktober 1982.
17. P.N. Middlebrook, *Social psychology and modern life*, New York, Knopf, 1980; o.c. p. 287.
18. G. Jauch, 'Veroorzaken de massamedia criminaliteit', in: *Justitiële Verkenningen*, W.O.D.C., 1980, 27-34.
19. H.J. Schneider, Massenmedien, in: *Handwörterbuch der Kriminologie*, Berlin, de Gruyter, 1979, 338-394.
20. id, o.c., p. 355.
21. Hemels, 1977, p. 421.
22. W. Schramm, J. Lyle en E. Parker, *Television in the lives of our children*, Stanford U.P., 1961.
23. M. Kunczik, *Gewalt im Fernsehen*, Keulen, Bohlau, 1975.
24. b.v. O.N. Larsen, *Violence in the mass media*, New York, Harper, 1968.
25. G.A. Constock, E.A., Rubinstein, J.P. Murray, *Television and Social Behavior*, Washington D.C., U.S. Government P.O., 1972, deel 2.
26. Recenter: zie noot (3).
27. Middlebrook, 1980, p. 288.
28. id, p. 288.
29. L.D. Eron, M. Lefkowitz, L. Huesmann, L. Walder, 'Does t.v. violence cause aggression?', in: *American Psychologist*, 27, 1972, 253-263.
30. Gepresenteerd wordt o.m. een correlatie-diagram. Daarin wordt geaccentueerd de 'kruislingse' correlatie tussen een voorkeur voor televisiegeweld op 8-jarige leeftijd en agressief gedrag op 18-jarige leeftijd van .31. In de eerste plaats kan men zich afvragen waarom verouderde statistische analyse-technieken op dat diagram worden losgelaten; een moderner Jöreskog analyse (Lisrel) lijkt op zijn minst eleganter. S.E. Huismans heeft het diagram op mijn verzoek geheranalyseerd. Inderdaad blijkt daaruit dat een model met zo'n correlatie beter past dan een model zonder zo'n correlatie. ($X^2(1) = 14.07$; $p < 0.001$). Bovendien blijken echter geen van de modellen, waarop zij hun eindconclusie baseren, statistisch passende modellen te zijn.
31. Overigens kan men zich nog steeds afvragen of bedoelde correlatie niet spurieus is. E. Kane (1969) merkt in zijn *Economic Statistics and Economics* (Harper) op p. 245 onder meer op: spurious correlations. . . often are responsible for making an unrealistic theory seem reasonable'. Vooralsnog acht ik vooral een op hol geslagen psycho-analyticus tot zo'n theorie ter verklaring van die correlatie in staat.
32. S.H. Chaffee, J.M. McLeod, 'Adolescent television use in the family context', in: Constock, c.s., *Television and Social Behavior*, deel 3, Washington D.C., U.S.P.O., 1972.
33. J.R. Dominick, B.S. Greenberg, 'Attitudes towards violence: The interaction of television exposure, family attitudes and social class', in: *Television and Social Behavior*, Washington D.C., U.S.P.O., 1972, deel 3.
34. A. Fenigstein, 'Does aggression cause a preference for viewing media violence', *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 12, 1979, 2307-2314; o.c. p. 2307.
35. R.D. Parke, L. Berkowitz, J.P. Leyens, S. West, R.J. Sebastian, 'Some effects of violent and non-violent movies on the behavior of juvenile delinquents', in: *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, 1977.
36. J.P. Murray, S. Kippax, 'From the early window to the late night show: international trends in the study of television's impact on children and adults', *Advances in Experimental Social Psychology*, 12, 1979.
37. H.J. Eysenck, D.K.D. Nias, *Sex, violence and the media*, Londen, M. Temple Smith, 1978; oc., p. 132-133.
38. W.A. Belson, *Television violence and the adolescent boy*, Hampshire, Saxon House, 1978.
39. O. Wiegman, 1982, zie noot 13.
40. id, p. 15.
41. b.v. Eysenck, 1978 en Murray en Kippax, 1979.
42. Belson, 1978, oc., p. 11.

38. id, o.c., p. 63.
39. vlg. W.L. Hays, *Statistics for the social sciences*, Londen, Holt, 1974, p. 627.
40. De vergelijking luidt: $Y' = a + bX$
 $P_{xy} (\bar{X} - \mu_x) + \mu_y$
41. De getallen zijn ontleend aan G.J. Mellenbergh, 'Bekend maar onbemind', deel 1, U.v.A., 1976.
42. id, p. 29.
43. J. Dessens, W. Jansen, 'Terugval naar het gemiddelde: een methodologische notitie', *Sociologische Gids*, 1982, 410-420; o.c., p. 417.
44. F.W. Winkel, 'Generale preventie: een generale preventie-experiment', in: *Tijdschrift voor Criminologie*, 23, 2, 1981, 21-31; o.c., p. 27.
45. T.J. Hummel, J.R. Sligo, 'Empirical comparison of univariate and multivariate analysis of variance procedures', in: *Psychological Bulletin*, 76, 1, 1971, 49-57.
46. E. Ribes-Inesta, A. Bandura, *Analysis of delinquency and aggression*. New York, Erlbaum, 1976, 203 e.v.
47. R.E. Goranson, 'Media violence and aggressive behavior; A review of experimental research', in: *Advances in Experimental Social Psychology*, 5, 1970, 2-28.
48. A. Bandura, D. Ross, S.A. Ross, 'Imitation of film-mediated aggressive models', in: *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 1963, 3-11.
49. Goranson, 1970, o.c., p. 6.
50. Z.J. Košč, F.W. Winkel, 'En leidt ons niet in verzoeking: een experiment rond gelegenheidscriminaliteit', in: *Tijdschrift voor Criminologie*, 1982, 115-125.
51. R. Vuyk, *Prekandidaatscollege*, Psychologisch Laboratorium U.v.A., o.c., o. 7-7.
52. od, o.c., p. 4-21.
53. F.W. Winkel, Voorlichting en schade: Het gevaar van averechtse campagne-effecten, *Sociologische Gids*, 1983, 2 (in druk).
54. B.D. Slife, J.F. Rychlak, 'Role of affective assessment in modeling aggressive behavior', in: *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 4, 1982, 861-868.
55. id, o.c., p. 867.
56. F.W. Winkel, id, noot (53).
57. D. Weaver, 'Media agenda-setting and media-manipulation', in: *Masscommunicatie*, 9, 5, 1981, 213-220; o.c. p. 220.
58. A.W. van den Ban, 'De mogelijkheden van massacommunicatie voor de gezondheidsvoorlichting', in: *G.V.O.-Preventie*, 3, 1981, 3-11.
59. F.W. Winkel, 'Angst voor criminaliteit: verklarende modellen', in: *Tijdschrift voor Criminologie*, 23, 1981, 289-307.
60. H. Verhagen, 'Het agenda-setting-concept: een inleidend overzicht', in: *Masscommunicatie*, 9, 5, 1981, 213-220.
61. K.M. Hennigan, M.L. Delrosario, L. Heath, J.D. Wharton, T.D. Cook, B.J. Calder, 'Impact of the introduction of television on crime in the U.S.: Empirical findings and theoretical implications', in: *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 3, 1982, 461-477.
62. id, o.c. p. 464.
63. id, o.c., p. 469.
64. J.G.H. van Oortmessen, 'Naar een herwaardering van de misdrijfstatistiek': een proeve voor Den Haag', in: *Tijdschrift voor de Politie*, 1982, 358-371.
65. T. Jones, 'Oorlog in Babylon: de onlusten in Engeland', in: *Sociologische Gids*, 5, 1982, 366-386.
66. id, noot (61).

Boekbesprekingen

O. Scholten, KRANT EN DEMOCRATIE, een studie naar politieke informatie in landelijke dagbladen, VU Boekhandel/Uitgeverij, Amsterdam 1982, ISBN 90.6256.422.4, 419 blz, prijs f 39,50.

"Massamedia vervullen... de rol van intermediair tussen 'aktive' en 'passive Oeffentlichkeit', tussen politieke top en politieke basis", stelt Scholten nadat hij uitgelegd heeft dat zijn uitgangspunt van visie en betoog ligt in een ideaaltypische democratie-opvatting: "...vasthouden aan het ideaal van de rationele burger, wikkend en wegend, openstaand voor andere opvattingen dan de eigen. Vanuit dat ideaalbeeld analyseren we de functies van massamedia in een democratisch stelsel, vanuit dat ideaalbeeld proberen we te komen tot criteria die gesteld kunnen worden aan de wijze waarop media de functies vervullen". Die intermediaire rol, de functie-vervulling waar Scholten op doelt is zeker niet gering te noemen. Het gaat om de volgende trits:

- *informatie*; massamedia informeren de burgers over het beleid van de overheid.
- *expressie*; massamedia informeren de overheid over wat er leeft onder de bevolking ten aanzien van het gevoerde en te voeren beleid.
- *kritiek*; massamedia oefenen kritiek uit op de inhoud van het beleid en de beleidsvoornemens.

Het is dan ook nogal bevreemdend dat Scholten in zijn studie getiteld *Krant en Democratie*, onder andere bij wijze van inleiding vaststelt, dat, hoewel de onmisbaarheid van de massamedia in de moderne democratie vaststaat, het thema 'massamedia-democratie' nog altijd 'stiefmoederlijk' be-deeld is onder de nederlandse politologen.

Bedoelt de auteur nu hiermee dat, gezien de importantie van dit thema vaderlandse politologen hun werk niet altijd even goed doen..., of suggereert hij dat andere disciplines bijvoorbeeld de communicatiewetenschap het zoek-

licht al eerder en uitdrukkelijker op de relatie massamedia en democratie gericht hebben. Gezien de literatuurlijst in Scholtens proefschrift en hetgeen verder over massamedia, openbare communicatie en democratie is gepubliceerd, kan men vaststellen dat er al heel wat werkstukken op dit terrein verschenen zijn. Men is dan ook geneigd te veronderstellen dat Scholten wat heimelijk naar de stand van zaken in de communicatiewetenschap heeft gezien.

Hoe het ook zij Scholten roert als politicoloog een fundamentele zaak aan. De centrale probleemstelling van het onderzoek komt neer op de volgende vraag: "Kan de politiek parlementaire berichtgeving in Nederlandse dagbladen geacht worden een adequate bijdrage te leveren aan de meningsvorming van burgers over politieke aangelegenheden in een democratisch staatsbestel en zo ja in welke mate?" Een vraag waarmee Scholten zijn boek *Krant en Democratie* begint en die in voldoende mate prikkelt om geboeid aan het lezen te slaan.

De verantwoording van het gekozen democratiemodel is een voortvloei-sel uit een aardig betoog van de zijde van de auteur en we weten meteen voor de rest van het boek in welke denkraditie we hem moeten plaatsen. Evenzo geldt dat we weten dat we onze democratische mede-participanten en onszelf moeten beschouwen als in aanleg 'rationele burgers', welke belangstelling hebben voor en kennis van de publieke zaak en op grond hiervan politieke keuzen bepalen in overeenstemming met het algemeen belang.

Oorspronkelijk waren deze eigenschappen beperkt tot de 18de eeuwse gegoede burgerij, maar heden ten dage komen dergelijke verworvenheden

toe aan de hele bevolking van 18 jaar en ouder. Scholten geeft overigens voor de nauwkeurigheid wel aan dat het ideaalbeeld van voor elkaar openstaande burgers, gekenmerkt door tolerantie, positieve houding ten opzichte van veranderingen enzovoort nooit geheel opgeld doet. En hij heeft daar ook gelijk in. Maar toch is in zijn visie op 'algemeen belang', 'Öffentlichkeit' en 'openbare mening' wel degelijk sprake van een vooringenomenheid die voor de onderzoeksresultaten nogal vergaande konsekwenties heeft. Wanneer Scholten voor de beschrijving van deze zaken zich (meer) ingelaten had met andere auteurs, ik denk hierbij bijvoorbeeld aan Habermas en zijn werk 'Strukturwandel der Öffentlichkeit', dan was de promovendus misschien wel met een heel ander uitgangspunt naar voren gekomen: Habermas ziet onze staatsingezetenen historisch gegroeid als een soort gevangenen in een geprefabriceerde, een 'hergestelde' of 'quasiöffentlichkeit', een sfeer van openbaarheid die niets meer met het aanvankelijke burgerlijk-liberaal ideaalbeeld van doen heeft. Het hedendaagse 'Lesepublikum' te complimenteren met het predikaat 'kritisch rasonierend' moet ook in de oren van Scholten twijfelachtig klinken.

Nu gaat het niet aan Scholten te verwijten dat hij geen Habermas is, ik wil alleen aangeven dat wanneer de onderzoeker zijn beeld van de democratische burgerij in een ander milieu van vooronderstellingen had getrokken het besluit van zijn onderzoek (zij het met 'terughoudendheid') anders had geluid dan dat 'Nederlands en Reformatorisch Dagblad de meest adequate bijdrage aan meningsvorming leveren.' Dat De Telegraaf vanuit een 'maatschappijkritische' optiek evenals nu, ook 'heksesluiter' of iets dergelijks zou zijn geweest valt op voorhand moeilijk te betwijfelen, maar de argumentering daarvoor zou van een andere orde zijn geweest.

Aan deze wetenschapstheoretische discussie voorbijgaand en gedachtig

aan het standpunt en de opvatting van de onderzoeker vallen er zonder moeite een aantal positieve vermeldingen over het verrichte onderzoek van de auteur te maken.

Het onderzoek is helder uiteen gelegd in drie delen: Een theoretische verhandeling; een verslag van een uitgebreide inhoudsanalyse van politieke informatie in landelijke dagbladen en een verslag van een beperkt ontvangersonderzoek, gehouden onder lezers van landelijke dagbladen.

Om de vraag te kunnen beantwoorden of massamedia bijdragen aan 'geinformeerd zijn, redelijkheid versterken, openheid van geest en tolerantie bevorderen', heeft de onderzoeker er zich niet met een Jantje van Leiden vanaf gemaakt. Integendeel. De studie valt op door uitgebreidheid, m.n. daar waar het gaat om beschrijving van 'relevante inhoudskenmerken' van dagbladen. In dit onderdeel van het onderzoek waarin bekeken wordt wat er van de parlementaire discussies (Bestek '81 debat) in de landelijke dagbladen is afgedrukt bestudeert Scholten deze op een zevental dimensies: (1) aandacht voor politiek nieuws, (2) leesbaarheid van politiek nieuws, (3) politieke opstelling, (4) gegrondheid, (5) generaliserend taalgebruik, (6) aandacht voor niet parlement gebonden politiek, (7) volledigheid/objectiviteit.

De kracht van het werk van Scholten is niet zozeer gelegen in het feit dat hij per onderzoekselement analyseert en beschrijft, om uiteindelijk naar een goed onderbouwde en doortimmerde slotconclusie toe te werken. Men is als lezer bijna verplicht Scholten's meer dan 100 (sub)paragraafjes tellende boekwerk door te nemen, om allerhande bevindingen en conclusietjes tegen te komen. Evaluerende opmerkingen blijken wel degelijk aanwezig te zijn en daarin zal de niet doorknede methodoloog, beter gezegd geïnteresseerde leek de informatie-waarde van het boek moeten onderkennen. Als recensent ben je er dan ook haast aan ge-

houden op deze plaats een aantal van dergelijke aspecten behorend bij genoemde dimensies naar voren te brengen:

1. De aandacht voor politiek nieuws loopt sterk uiteen. Sommige kranten besteden bijna de helft van hun totale aandacht aan politiek nieuws (Reformatorisch Dagblad, Nederlands Dagblad en De Waarheid), andere halen de 20% nog niet (AD, de Telegraaf en het Vrije Volk).

2. Op basis van de (door velen sterk bekritiseerde, TM) leesbaarheidsformule van Flesch wordt naar voren gebracht dat "Het gemiddelde leesbaarheidsniveau van landelijke dagbladen – of het nu om het Algemeen Dagblad (AD) of om de Volkskrant gaat – is afgestemd op een 'middelbaar opleidingsniveau', hetgeen inhoudt dat voor 6 van de 10 Nederlanders landelijke dagbladen moeilijk leesbaar zijn. Politieke informatie is nog moeilijker toegankelijk". Het meest opmerkelijk is het verschil in toegankelijkheid tussen 'politieke informatie' en 'overige informatie' in De Telegraaf. Geen enkel artikel in deze krant met politieke informatie heeft een leesbaarheidsniveau corresponderend met lager onderwijs, ruim veertig procent van de artikelen 'overige informatie' valt in deze opleidingscategorie."

3. De Waarheid heet het meest progressief te zijn, de Telegraaf het minst. Opvallend is verder dat De NRC veel progressiever is dan zijn lezers. AD is het meest open in de zin van in evenredige mate de politieke opvattingen van de bevolking vertegenwoordigend. De Waarheid is het meest gesloten.

4. De mate waarin dagbladen beweringen voorzien van motiveringen en van ondersteunende informatie wordt uitgedrukt in 'gegrondheid'. NRC, Nederlands Dagblad (ND) en Trouw scoren het hoogst qua motiveringsdichtheid, Het Vrije Volk, De Telegraaf en De Waarheid het laagst. In deze laatste krant bestaat 3/4 van alle uitspraken uit beweringen. ND is uitermate gegrond.

5. Generaliserend taalgebruik (het doen voorkomen alsof een oordeel overal, altijd en voor iedereen geldt), komt het meest voor in de Volkskrant en Het Parool, het minst in Trouw en ND.

6. ND en Trouw besteden verhoudingsgewijs het meest aandacht aan niet-parlement gebonden politiek.

7. De vergelijking: werkelijkheid versus beeld van de werkelijkheid: NRC, ND en de Volkskrant staan zeer sterk met betrekking tot de kwantitatieve weergave van waargenomen feiten. De Volkskrant wordt zelfs gecompliceerder met het feit dat ze aan alle politieke partijen aandacht besteedt en dat kan niet van iedere krant gezegd worden.

Scholten plaatst dan op basis van deze dimensies (de inhoudskenmerken) de dagbladen op een ranglijst van 1 tot 10

Nederlands Dagblad	2.7
Reformatorisch Dagblad	3.4
NRC/Handelsblad	4.3
Trouw	4.4
de Volkskrant	5.6
Het Parool	5.7
Het Vrije Volk	6.3
De Waarheid	6.9
Algemeen Dagblad	6.9
De Telegraaf	8.8

1 = krant haalt op alle inhoudskenmerken van belang voor meningsvorming de hoogste rangorde

10 = krant haalt op alle inhoudskenmerken van belang voor meningsvorming de laagste rangorde

"Het belang dat gehecht wordt aan meerdere meningen voor het functioneren van een democratie (openheid van lezers)", zo stelt Scholten "wordt beïnvloed door alle inhoudskenmerken, soms in positieve, soms in negatieve zin.

Alle interesse gaat dan ook uit naar het gepleegde ontvangersonderzoek. Hierin zou worden nagegaan welke samenhang bestaat tussen de inhoudskenmerken van de dagbladen

en lezerskenmerken van belang, voor meningsvorming over politiek. Evenwel, in de inleiding van dit onderzoeksgedeelte constateert Scholten al dat dit te gering van opzet is om met behoorlijke uitspraken te komen en hij heeft daar gelijk in. Toch komen er een paar saillante punten naar voren: "Hoe belangrijk het informatie-motief en 'krant als bron' zijn, als het gaat om inhouds- en lezerskenmerken, wordt heel fraai geïllustreerd bij de samenhang tussen gegrondheid en openheid. Indien én het informatie-motief én 'krant als bron' belangrijk wordt gevonden, is er sprake van een positief effect van gegrondheid op openheid: hoe gegronder de krant, des te groter de openheid. Is dat niet het geval dan constateren we een negatief effect van gegrondheid op openheid..."

Als schrijver van deze recensie zie je dan onmiddellijk een paradox opdoemen: Als nu AD en De Telegraaf hun relatief wat minder informatie gemoti-

veerde abonnees méér gegronde informatie aanreiken, dan zal dit leiden tot minder openheid van zo'n miljoen mede-democraten. Echter als we niets aan de dagbladen veranderen, dus kwalitatief de tweedeling, zoals Scholten die noemt (NRC-Volkskrant-Trouw-politiek-geïnteresseerden en anderszits Telegraaf-AD-Vrije Volk-minder-politiek betrokkenen) in stand houden, dan doemt op macro-niveau onmiskenbaar het anti-democratisch spook van de kenniskloof op. Of moeten we het democratisch heil verwachten van de zijde van 'klein rechts' SGP en GPV, die tenslotte nauwe banden hebben met Reformatorisch Dagblad en Nederlands Dagblad, de kranten die "de meeste adequate bijdrage leveren aan de meningsvorming"? Scholten zegt het zelf al: zonder uitgebreider ontvangsonderzoek vallen allerlei vragen niet op te lossen en zullen vragen vragen blijven.

Toon Möller

Ed van de Beek, Godfried Engbersen, Romke van der Veen, DE REGELS VAN DE JOURNALISTIEK, een onderzoek naar de boodschapper van 30 april. Sociaal Instituut Leiden 1982, 330 blz.

Het kon niet uitblijven, en het is er nu dan ook: een studie naar de berichtgeving rondom de kroning en de rellen in Amsterdam op 30 april 1980. Regelmatig wordt de berichtgeving over bijzondere gebeurtenissen zoals bedrijfsbezettingen, stakingen, demonstraties en dergelijke, met name in afstudeerprojecten doorgelicht. Dat is een goede zaak, want ook de journalistiek, die uiteindelijk van zichzelf zegt dat ze de gebeurtenissen in de maatschappij kritisch volgt, dient kritisch te worden gevolgd.

Vaak gaat het bij dit soort onderzoek om inhoudsanalyses, die de berichtgeving ordent en analyseert op wat je zou kunnen noemen 'tendentieuze karaktertrekken'. Geen methodologische of theoretische hoogstandjes, maar

keurige descriptieve analyses binnen omschreven kaders. Kortom, 'een poging tot...'. Ook de studie van de drie Leidse sociologen naar wat zij noemen 'de boodschappers van 30 april' is 'een poging tot ...'. Op het eerste gezicht een poging die wat belooft, zowel theoretisch als methodologisch. Tenminste als we de cover van het 330 pagina's tellende boek mogen geloven. De visies van een aantal bekende onderzoekers zullen worden besproken (Gans, Tuchman, Halloran, Morin, Habermas, Weber, 'om er enkele te noemen'), gevolgd door een kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse van artikelen in een aantal belangrijke dag- en weekbladen, evenals uitzendingen van de NOS en VARA-STAD-Amsterdam. Tenslotte zijn, nog steeds

volgens de cover, een veertigtal interviews afgenomen van hoofdredacteurs, redacteurs en verslaggevers.

Waar gaat het nu allemaal om? Journalisten verschaffen interpretaties van gebeurtenissen in de werkelijkheid, en deze interpretaties worden als kennis in (nieuws)verslaggeving doorgegeven. Dit is een gegeven dat veel recente studies naar nieuwsproductie tot uitgangspunt nemen. Zo ook het leidende onderzoek. Voor hen is journalistiek een specifieke kennisvorm, waarbij kennis tot stand komt via de eigen professionele normen en waarden en regels en methoden van de journalistiek. Zij willen deze regels, principes en methoden die journalisten hanteren bij de productie van nieuws achterhalen. De verslaggeving over de gebeurtenissen op en rond 30 april is de case die het empirisch materiaal levert dat tevens aan een inhoudsanalyse wordt onderworpen.

Het boek bestaat uit drie delen, die maar liefst 14 hoofdstukken herbergen. Deel 1 is een theoretische uiteenzetting die begint met een introductie in het denken over massamedia. De schrijvers merken op dat dit hoofdstuk zelfstandig staat ten opzichte van de rest van het boek. Je vraagt je dan ook af waarom het is opgenomen. Het bevat een opsomming van verschillende (cultuurcritische) theorieën die de verhouding tussen massacommunicatie (massamedia) en maatschappij belichten. Het blijft echter bij een opsomming die niet aansluit bij de oorspronkelijke vraagstelling over het journalistiek handelen. De cultuurtheoretische benadering wordt niet doorgezet, en dat is spijtig, want waarom zou bijvoorbeeld een uiteenzetting over de cultuurindustrie niet kunnen worden geëxtrapoleerd naar het karakter van de openbaarheid waarbinnen de journalistiek functioneert?

In de volgende hoofdstukken van het eerste deel wordt het begrip nieuws bepaald. De auteurs gaan uit van een interactionistische benadering die de betekenisverlening in het (hier journalistiek) handelen voorop stelt. Hun be-

langrijkste vraag luidt: hoe komt het dat journalistieke producten veelal voorbijgaan aan het geven van een 'interne toekenning van betekenis'. Met name onderzoek naar berichtgeving over ordeverstoring laat zien dat media niet verder komen dan een 'vluchtig, weinig diepgravend en conformistisch beeld van de ordeverstoringen'. Daarom is inzicht in het productiesysteem van nieuws geboden. De onderzoekers onderscheiden drie elementen in dat productiesysteem die elk in een afzonderlijk hoofdstuk aan een beschouwing worden onderworpen.

Er is volgens hen allereerst het systeem van regels dat de journalistiek hanteert, vervolgens de organisatie waarbinnen de journalistieke productie plaatsvindt, en tenslotte het soort medium dat als drager van de boodschap fungeert. Alle drie bepalen als beperkende omstandigheden de wijze waarop nieuws wordt geproduceerd. Het hoofdstuk over het journalistieke regelsysteem bevat een weergave van de gatekeepertheorie en nieuwswaardetheorieën, en een ordening van opvattingen uit de 'news-studies' van Gans (deciding what's news). Daarnaast wordt kort de theorie van de sociale verantwoordelijkheid van de pers uit de doeken gedaan.

De volgende vraag is die naar de invloed van het nieuwsbedrijf op de journalistieke arbeid. De onderzoekers verwijzen hier naar de industriële organisatiestructuur en commerciële principes van mediaorganisaties als factor enerzijds, en de condities voor nieuwsproductie binnen redactionele organisaties (de problematiek van keuze, tijd en ruimte) anderzijds.

Tenslotte wordt de eigensoortigheid van de verschillende media in hun nieuwsverslaggeving besproken. De overeenkomsten tussen de media liggen, zo zou je de uiteenzetting kunnen samenvatten, vooral in de nieuwsdefiniering en de professionele maatstaven van waaruit nieuws wordt benaderd. De verschillen zitten vooral in de selectie (tijd/ruimte) en de aard van de presentatie van het nieuws vanuit een

professionele setting.

De theoretische oriëntatie in deel 1 wordt afgerond met een methodologische verantwoording van de inhoudsanalyses van de berichtgeving rondom 30 april en de interviews met de journalisten, die in respectievelijk deel 2 en 3 aan de orde zijn. De onderzoekers proberen aan te geven dat hun interactionistische benadering ook een eigen methodologie vereist.

Zij leunen daarvoor sterk op de opvattingen van de Engelse socioloog Anthony Giddens, en daarmee lijkt dit hoofdstuk eerder een vluchtige kenistheoretische oriëntatie dan een methodologische adstructie. De onderzoekers hangen, mede vanuit hun vraagstelling zeer aan dit kader.

Het zijn vooral de 'processen van betekenisgeving' die volgens deze methodologie onderzocht moeten worden, en wel volgens een 'interpretatieve methode' die tracht te komen tot een interne beschrijving van deze processen' (p. 85). Een en ander dient dan wel te worden getransformeerd naar 'de categorieën van de sociale wetenschappen'.

In feite gaat men vervolgens in deel twee over tot een descriptieve inhoudsanalyse waarbij op een gebruikelijke wijze wordt nagegaan welk beeld er uit de verslaggeving naar voren komt ten aanzien van de ongeregelheden, en hoe de media met de (uitzonderlijke) gebeurtenissen omspringen. De hypothese dat media niet toekomen aan een 'interne toekenning van betekenis' (zoals in de vraagstelling geformuleerd) wordt niet operationeel getoetst, en de auteurs moeten in een wat vlotte samenvatting van hun bevindingen vaststellen dat men nauwelijks een conclusie kan trekken. De beschrijving zelf echter geeft een aardig beeld van de verslaggeving van met name de ongeregelheden op 30 april.

Hetzelfde geldt voor deel drie, dat 'de regels van de journalistieke benadering van het nieuws' onderzoekt. Ook hier is in feite niet sprake van een analyse van 'processen van betekenisgeving', maar worden we geconfronteerd

met een ordening van uitspraken in interviews over zaken als; wat is nieuws, de onvermijdelijke objectiviteit-problematiek, het principe van hoor-wederhoor en de scheiding van feiten en commentaar. Men beperkt zich wederom tot een beschrijving van het onderzochte materiaal, dat bestaat uit interviews met 38 journalisten, die met een open vraagstelling zijn benaderd.

In de uitwerking komt dat neer op meer dan 100 pagina's citaten die via korte conclusies aan elkaar worden geschreven.

Samenvattend kunnen we zeggen dat deze studie een interessante benadering van journalistieke verschijnselen weergeeft. Interessant met name vanwege de toepassing van een specifiek begrippenapparaat. Menig methodoloog echter zal op sommige punten zijn wenkbrauwen fronsen.

Het is daarentegen jammer dat deze benadering niet wordt geconfronteerd met een traditie van onderzoek op dit terrein zoals die in Engeland bestaat, en waar onder andere de Glasgow University Media Group (Bad News; More Bad News) een exponent van is. Zij worden in het hele boek niet vermeld, evenmin als de op dit terrein wel haast klassieke studie van Halloran cs. uit 1970; *Demonstrations and Communications*.

Een korte schets van deze traditie was nuttiger geweest dan het uitvoerige exposé over de verhouding massacommunicatie-maatschappij.

Er zijn meer verwijzingen naar niet direct relevante literatuur, en daardoor raakt men af en toe het spoor van de eigen vraagstelling bijster. Cees Hamelink bijvoorbeeld heeft inderdaad ook iets gezegd over de commerciële invloed op het selectieproces bij nieuws (hoofdstuk 4). Maar dat is toch geen reden hem uitgebreid te citeren om vervolgens te stellen dat men met zijn uiteenzetting over de concentratie van internationale organisaties niet veel opschiet binnen het eigen onderzoek. Bovendien getuigt het van niet al te veel vlijt wanneer ook nog zonder

aanvulling een tabel met concentratiecijfers van de Nederlandse pers uit 1976!! van Hamelink wordt geleend. Belangrijkste conclusie van de studie is dat het de journalistiek ontbreekt aan analytisch vermogen. Gehanteerde regels zijn daar mede oorzaak van. De journalist is 'een tolk van de samenleving' (p. 310). Hij 'vertaalt wat groepen mensen 'bezielt'. Dat is het alternatief voor de spiegeltheorie zoals dat de onderzoekers voor ogen staat, en die zij afleiden uit het eigen kennis-theoretisch kader. Voor de onderzoekers stond daarbij centraal welke regels (zij spreken van een 'systeem van regels') invloed uitoefenen op de betekenisverlening door journalisten. Dat systeem van regels zelf wordt helaas onvoldoende geproblematiseerd. Wat draagt nou bij tot de typische journalistieke betekenisverlening; een systeem van regels dat door de journalist wordt gehanteerd, of een regelsysteem dat de journalist beheerst? Uiteindelijk is ook journalistiek handelen genormeerd gedrag, een normering die binnen de samenleving en vanuit de be-

roepsgroep zelf plaatsvindt. Juist de herrie om de verslaggeving van de VARA en STAD-Amsterdam op 30 april toonden dat aan. Journalisten opereren binnen het systeem van de maatschappelijke orde, zoals ook Gans in zijn studie betoogde. Afwijkend gedrag wordt gesanctioneerd, en deze sanctionering heeft vaak regulerende invloed op het gedrag.

Dan beheersen de regels als systeem het handelende subject, en is er, Giddens ten spijt, eerder sprake van een regelsysteem in Durkheimiaanse zin. De onderzoekers lijken verder te pleiten voor een journalistieke methode. Het is nog maar de vraag of de journalistiek daar mee gediend is, gezien de methodologische discussies die in de sociale wetenschappen gevoerd worden. Van de andere kant blijft het interessant de verschillende kaders met elkaar te vergelijken, en in die zin is 'de poging tot ...' van deze leidse studie een goede poging.

Wiel Schmetz

Michael Crone, HILVERSUM UNTER DEM HAKENKREUZ, KG Sauer Verlag, München 1983, 350 blz., DM 56,—.

In het voorjaar verscheen het boek 'Hilversum unter dem Hakenkreuz' met de verklarende ondertitel: 'Die Rundfunkpolitik der Nationalsozialisten in den besetzten Niederlanden 1940-1945'. Het is het 15e deel in de wetenschappelijke reeks 'Kommunikation und Politik'. Het werk is de in boekvorm geredigeerde dissertatie waarmee de politicoloog Michael Crone (35) in december 1980 cum laude zijn doctorsbul verkreeg aan de universiteit van Münster. Zijn promotor was de internationaal bekende hoogleraar in de communicatiewetenschappen prof. dr. W.B. Lerg.

De studie verdient ook onze belangstelling, niet alleen omdat een Duitse auteur van de na-oorlogse generatie

een belangrijke episode behandelt uit de Nederlandse geschiedenis, maar ook omdat we een inzicht krijgen in de achtergronden van de organisatie en de werkwijze die de Nazi's in de rol van bezetters toepasten in het gebruik van het medium radio. Crone toont aan hoe voor het totalitaire regiem de omroep een essentieel bestanddeel vormde van het politiek handelen. In de opvatting van Hitler en Goebbels was de radio een 'Werkzeug der Staatsführung': 'het allernieuwste en machtigste middel om de massa te indoctrineren buitenlandse propaganda te voeren'. (Goebbels). Vandaar dat terstond na de machtsovername in 1933 het Duitse omroepbestel omgevormd werd tot het 'Reichs Rundfunk

Gesellschaft' (RRG) die de beide taken te vervullen had: intern, in het 'Dritte Reich' om het Duitse volk zover te krijgen dat het 'ja' ging zeggen tegen alles wat der Führer deed en zei, en extern, om via propaganda de basis te leggen voor de expansieve politiek tot de vestiging van het Groot Germaanse Rijk. De RRG beschikte over een binnenlands zendernet en over korte-golfzenders die de programma's uitstraalden tot ver over de grenzen. In dit kader speelde de radio dan ook een belangrijke rol bij de oorlogsvoorbereidingen en werd ze in de Tweede Wereldoorlog een geducht wapen in de strijd tegen de vijand. Crone noemt in dit verband de ether zelfs het Vierde front, naast het land, de zee en de lucht.

Aan de inval en de bezetting van Nederland ging, zoals gebruikelijk, een 'propaganda veldtocht' vooraf: een taak die toebedacht was aan 'Radio Bremen'. Intussen werd de 'Propaganda Staffel Holland' geformeerd om Radio Hilversum in handen te krijgen. Na de capitulatie van Nederland in mei 1940 werd deze instantie de befaamde 'Rundfunk Betreuungs Stelle' (RBS). Haar taak was, kort gezegd het Nederlandse vrije en pluriforme omroepbestel te liquideren en te vervangen door een naar Duits model georganiseerde staatsomroep die mettertijd als 'buitenpost' geïncorporeerd moest worden in de RRG. Het verslag van dit annexatieproces vormt de kern van het boek. Over de schouder van Crone volgen we het verloop ervan in de feiten die hij kundig analyseert. Om enkele items te noemen:

- de tactiek van de 'kleine Schritte' die de RBS toepaste om het 'blutnahe' en 'stammverwandte' volk voorzichtig naar het doel te loodsen;
- de, zoals Crone het kwalificeert, 'opportunistische Bereitschaft' van de omroepverenigingen tot samenwerking met de RBS. Een samenwerking die, toen het te laat was, omsloeg in een houding van vergeefs verzet;
- de concentratie van de omroepen tot de 'Rijksradio-omroep De Neder-

landse Omroep' met alle intriges daaromheen, mede als gevolg van de onderlinge machtsstrijd tussen belangrijke bezettingsinstanties om invloed in en sturing van het nieuwe instituut;

- de marionettenrol die het eveneens nieuwe departement onder leiding van dr. T. de Goedewagen in het totaal kreeg toebedeeld;

- de wantrouwende houding, vooral van de RBS, tegen de NSB-leiding van de NO die feitelijk een knechtenrol behoorde te vervullen, maar dit niet wens- te. Mussert's beweging gold in Duitse ogen als politiek ondermaats en niet van feitelijk belang;

- de ergernis van de bezetters om de invloed van Radio Oranje op de bevolking, vooral toen de krijgskans keerde ten gunste van de geallieerden;

- de woede-reactie die leidde tot het bevel aan de Nederlanders om hun radio-toestellen in te leveren, een maatregel die het moest afleggen tegen de vindgrijpheid van het volk om toch naar Londen te blijven luisteren.

Crone konstateert dat de bezetter met de oekas toegaf dat zijn radiopropaganda hopeloos gefaald en zijn omroeppolitiek eigenlijk een echec was. De RBS gaf, om zich in Berlijn te rechtvaardigen, de schuld aan de leiding van de NO, die nu als zondebok fungeerde. De NO werd langzaam aan ontmanteld en een van de Hilversumse zenders werd als 'Europa-sender' ingeschakeld in het RRG-net.

Dolle Dinsdag met zijn paniek en chaos in september 1944 maakte niet alleen een einde aan de NO maar in feite ook aan de gerichte Duitse propaganda.

Zelfs de paar quasi-illegale zenders konden geen redding meer brengen. Ze werden snel ontmaskerd. Op 5 mei 1945 was Hilversum verlost van het Hakenkruis. Crone schreef niet alleen een boeiend maar ook degelijk wetenschappelijk gefundeerd boek. Voor zijn onderzoek beschikte hij over overvloedig bronnenmateriaal dat in Nederlandse archieven (o.a. bij het RIOD, het ministerie van CRM (nu WVC) de PTT en de omroep) en in

Duitse (Bundesarchiv Koblenz, Militärarchiv Freiburg, Politisches Archiv des Auswärtigen Amtes in Bonn en het Berlin Document Center in Berlijn) aanwezig is. Hij kreeg alleen geen toegang tot het Deutsches Zentralarchiv in Potsdam (DDR), een weigering zonder afaaf van redenen. Voorts verrichte hij een uitgebreid en diepgaand literatuuronderzoek, ook van Nederlandse publikaties (hij leest onze taal) en had indringende gesprekken, "ein tändiges Nachbohren" noemde hij het, met voormalige machthebbers, betrokken bij het bezettingsgebied in Nederland. Een aanhangsel van plusminus 75 pagina's bevat, naast een uitgebreid notenapparaat, het overzicht

van alle nagespeurde bekende en van tot nu toe niet openbaar gemaakte bronnen, voorts een lijst van alle geraadpleegde publikaties. Het wordt gekompleteerd met de afdruk van een zestal relevante Duitse dokumenten en met een personenregister. Crone's studie vormt een waardevolle aanvulling en soms zelfs korrektief op wat Nederlandse auteurs als dr. L. de Jong, dr. Hans v.d. Heuvel en Dick Verkijk over deze episode uit onze geschiedenis hebben gepubliceerd. Een Nederlandse uitgave ware gewenst.

Heinz Joosten

O. Wiegman, B. Baarda, E. Seijdel: AGRESSIE EN CRIMINALITEIT, Van Loghum Slaterus, Deventer, 1982, ISBN 9060017943, 184 blz., f 34,50.

Het boek "Agressie en Criminaliteit" heeft slechts voor een beperkt deel direct betrekking op het object van studie van de communicatiewetenschap. Het betreft hier een deel van het tweede hoofdstuk over "de invloed van omgevingsfactoren op agressie" met name "De media als model", evenals een deel van het hoofdstuk "Beoordeling en beleving van agressie en criminaliteit" i.c. "Beeldvorming door de media". Verder worden verspreid over het hele boek opmerkingen gemaakt over media en film, meestal in relatie tot bepaalde laboratoriumexperimenten. Het gaat dan meer om psychologische experimenten dan om communicatie-onderzoek.

Het grootste probleem bij het lezen van het boek is dat het niet duidelijk is waar de schrijvers naar toe willen en voor welke doelgroep dit boek bedoeld is. Een duidelijke vraagstelling ontbreekt waardoor het onduidelijk is hoe de verschillende delen zich tot elkaar verhouden.

Het doel van het boek is weliswaar in het voorwoord gegeven: "vanuit psychologisch perspectief een beter in-

zicht te krijgen in het verschijnsel agressie en criminaliteit in onze samenleving"; maar is te algemeen om als leidraad te kunnen dienen. Zo behandelen Wiegman c.s. in een meer theoretisch hoofdstuk o.a. Freud, Lorenz, Berkowitz, maar komen zij in latere hoofdstukken niet meer terug op inzichten rond frustratie-agressie, instrumentaliteit, activatie, het sociaal leren, het belang van de sociale context in relatie tot criminaliteit of geweld binnen het gezin. Concentreren we ons op de thematiek in "De media als model", dan valt op dat hier slechts een beperkt en weinig systematisch overzicht wordt gegeven van de voorname theorieën m.b.t. televisiegeweld. Wiegman c.s. noemen de 'catharsis-hypothese' en 'de theorie van het sociaal leren'. Scott Andison noemt in zijn uitstekend overzichtsartikel in Public Opinion Quarterly uit 1977, door de schrijvers in andere publicaties wel, maar hier niet aangehaald, drie theoretische posities, terwijl in een inleiding, als die van Cassata en Asante 'Mass Communication, principles and practices' (1979), in slechts enkele pa-

gina's een zeer goed overzicht wordt geboden en een indeling in een viertal hoofdstromen wordt gemaakt. Het betreft hier 'catharsis hypothesis', de 'agressive cues theories', de 'observational learning theory' en de 'reinforcement theory', waarbij de centrale assumpties en hypothesen zeer helder zijn weergegeven.

Juist zo'n overzicht wordt in het boek van Wiegman c.s. niet geboden. De behandeling van verschillend onderzoek doet eclectisch aan, terwijl bij sommige belangwekkende conclusies uit het onderzoek niet aangegeven wordt waar deze vandaan komen. Zo wordt gesteld dat aangetoond is dat agressieve televisieprogramma's juist bij kinderen een nadelig agressieverhogend effect kunnen hebben, zonder dat het onderzoek waar men zich op baseert genoemd wordt (p. 84). De lezer kan slechts terug grijpen op een veel algemenere uitspraak dat door talloze onderzoekers aangetoond is dat agressieve voorbeelden vooral op kinderen aanstekelijk werken (p. 45).

In het boek komt het volgende aan de orde: de twee hiervoor al genoemde theorieën, Belson's onderzoek naar geweldconsumptie en agressie bij jongens in Londen; en het belang van het realiteitsgehalte van het geweld zoals door de media geboden wordt. Vervolgens wordt aandacht besteed aan Wober's onderzoek naar geweldconsumptie en aan de vraag of juist de mate van geweld de populariteit van programma's bepaald en of dit weer leidt tot nog meer consumptie van televisiegeweld. In het laatste deel wordt specifiek aandacht besteed aan

agressie op de Nederlandse beeldbuis.

Wat dan pregnant naar voren komt is dat er eigenlijk heel weinig recent Nederlands onderzoek bestaat naar de relatie tussen televisie-aanbod en de bijdrage daarvan aan het denken en het gedrag van kinderen. Terwijl het hier toch gaat om een materie die, zeker waar het geweld betreft, veel ouders zorgen baart. In het boek wordt slechts onderzoek van van der Voort en Wiegman zelf genoemd. De concrete suggesties die Wiegman doet, enerzijds aan de omroepen om minder geweld in hun programma's te stoppen, anderzijds om een continue inhoudelijke evaluatie van het op de televisie gebodene op te zetten, zijn op zich zinvol maar lijken moeilijk te realiseren. En wel omdat de omroepen sterk afhankelijk zijn van aanbod waarin geweld veelal een centrale plaats inneemt en weinig van zins zijn om zich serieus met televisie voor kinderen – veelal een sluitpost op de begroting – bezig te houden.

Een evaluatiesysteem is een zeer kostbare aangelegenheid, zeker gezien de brede taakstelling die Wiegman suggereert.

Concluderend kan gesteld worden dat het boek onduidelijk opgebouwd is: de ratio achter de in de verschillende hoofdstukken behandelde onderwerpen, hun samenhang, wordt niet duidelijk gegeven.

Voor degenen die thuis zijn in massacommunicatie literatuur heeft dit boek weinig nieuws te bieden, wellicht vallen ze buiten de doelgroep.

Harry Bouwman

Het eerste deel van dit boek geeft een globaal overzicht van een post-academische cursus aan de Theologische Hogeschool te Amsterdam, gewijd aan massamedia en levensbeschouwing. Het handelt over zes werkbijeenkomsten. In het tweede gedeelte wordt eerst gereflekteerd vanuit de communicatie-wetenschap, met een toespitsing op massa-communicatie, kerk en pastoraat. In het derde deel worden enkele thema's uitgewerkt voor verdere studie: (A) Algemeen menselijke waarden en de christelijke werkelijkheidsinterpretatie, (B) de omroep als vrije gestaltegeving van katholieke identiteit, (C) het omroeppastoraat en de omroepparochie, (D) de werkwijze van het identificatiemodel, (E) journalistieke vrijheid en confessionele binding. Er worden twaalf bijlagen toegevoegd, die vooral betrekking hebben op analyse-schema's van radio- en televisie-programma's, die in behandeling werden genomen.

Prof. W. Tillmans, hoogleraar in de systematische theologie, noteert in het voorwoord, dat het een lange weg is voor de theologie om zich bezig te houden met zo'n complex fenomeen als de audiovisuele massamedia. Kennisname, analyse en detaillering nemen al heel wat tijd in beslag en daarna komt, zoals bekend aan theologische faculteiten, de moeizame weg van de interdisciplinaire benadering, die vooral in de zogenaamde pastorale of praktische theologie gegarandeerd schijnt te zijn. Men is de lange weg toch met veel geduld gegaan. Tillmans schrijft waarom: "Het belang immers van de massamedia in onze maatschappij, ook in religieus opzicht, is onmiskenbaar en steeds meer komen stemmen op, die vragen om theo-

logische reflectie". Het is geen afgeronde studie – dan zouden trouwens 64 pagina's afgezien van de bijlagen niet volstaan. Men wil vooral prikkelen tot nadere studie. De K.R.O. werkte bijzonder mee in het tot standkomen van de cursus en de reflectie.

Het bijzondere van deze cursus was, dat men niet begon met abstracte uiteenzettingen. Op een gerichte, "exemplarische" manier werden een aantal te bespreken programma's gekozen, niet het gehele programma-pakket, maar enkele concrete uitzendingen. Deze werden bekeken c.q. beluisterd en na een korte beleavingsanalyse werden vragen gedefinieerd. Er kwam gerichte informatie van deskundigen, eventueel ook buiten de kring van de deelnemers. Tenslotte werden mogelijkheden bestudeerd tot verder onderzoek en tot het ontwikkelen van een strategie voor de samenwerking van media en pastoraat, zodat men tenslotte weer terugkeert bij de theologie en de toegepaste, meer praktische theologie.

Men stelt zich vragen, die bijvoorbeeld voor levensbeschouwelijke omroepen, die een zogenaamde "stroming" vertegenwoordigen en in dit geval in het bijzonder voor de KRO van wezenlijke betekenis zijn en binnen deze omroep onder andere door het studie-centrum onder leiding van Drs. Henk Smets, die ook in deze cursus participeerde, veel aandacht krijgt, stellig meer dan bij welke omroep-organisatie ook. In de eerste vraag wordt gesteld, dat in de katholieke kerk eerst ná het Tweede Vatikaans Concilie journalistiek in deze kerk mogelijk is geworden. Het is wel juist, dat er dan een meer bewust samenspel op gang komt tussen kerkelijk gezag (bisschoppen), wetenschap (vooral theologie) en massame-

dia c.q. redacteuren en journalisten. Naarmate deze drie sectoren elkaar in een kritische dialoog vinden is er ruimte voor vernieuwing en contact met de creatieve elementen in het publiek. Naarmate zij steeds distanter ten opzichte van elkaar komen te staan en de afzonderlijke sectoren intern gesplitst worden (conflikten tussen bisschoppen in een bepaald land, diskwalificatie in het publiek van bekende theologen en het alleen bevoorrechten van bepaalde "kerkelijk goedgekeurde" massamedia en diskwalificatie van andere media) treedt er regressie op. De dynamiek in de wisselwerking tussen deze drie polen vormt de boeiende geschiedenis van de R.K. Kerk na Vaticanum II. Maar vóór die tijd? Meer bewustwording betreffende dit samenspel na Vaticanum II was er stellig, maar over hoe de journalistiek in de kerken en met name in de R.K. kerk functioneerde waren al veel studies verschenen. In het handboek "Comment propager nos idées" uit 1932, worden alle media, behalve televisie, al besproken "à l'usage des hommes d'action", in 487 bladzijden. E. Flipo kwam met zijn brochure van de "Action Populaire" over "Techniques modernes et influence chrétienne" direct na de oorlog in 1945. Dr. P. van Gorkum zou met zijn boek over "Kerk en Voorlichting" (Kampen, 1963) in dat jaar niet verschenen zijn als er al geen jaren van reflectie over massamedia en levensbeschouwing aan vooraf waren gegaan.

Een van de praktische vragen, die verder worden uitgewerkt in het laatste hoofdstuk, heeft betrekking op journalistieke vrijheid en confessionele bin-

ding. Men gaat daar wel een beetje "braaf" met de werkelijkheid om. Insiders bij de KRO weten heus wel, dat de relatie met de bisschoppen regelmatig tot moeilijkheden heeft geleid en in de toekomst zeker nog zal leiden. De K.R.O. staat dan voor de vraag hoe haar commerciële positie te rijmen valt met de binding aan een breder publiek dan alleen maar de praktiserende katholieken.

Op blz. 36 staat: "De audiovisuele media televisie en film beschikken over een eigen taal en expressiemogelijkheden, die door kerk en theologie nog nauwelijks in hun betekenis voor het wekken en verdiepen van geloofservaringen en geloofshoudingen zijn onderkend en benut. Hier opent zich een studieveld, dat dringend meer aandacht verdient". De kerk heeft die uiteraard al veel langer ontdekt. Men denke aan de "Biblia pauperum" in de oude kathedralen, al waren dit geen bewegende beelden. In feite is het vraagstuk steeds actueler, want het grote publiek wordt steeds meer gegrepen door de mediacultuur. In deze studie worden de implicaties daarvan zeer zorgvuldig onderzocht, mede aan de hand van literatuur, vooral na 1970. Sinds Mei van dit jaar vormt "Communicatie en levensbeschouwing" een doctoraal-studie-onderdeel aan de Theologische Hogeschool te Amsterdam. H. Smets schreef een brochure over "Kerk temidden van de media" (Hilversum, 1982) en "Praktische Theologie" wijdde aflevering 2 dit jaar aan pastoraat en media.

Walter Goddijn

Eric Hulsens, KINDERTELEVISIE OP DE BRT, een kritisch essay. Infodok, Leuven, 1981, ISBN 90 6565 033 4.

Eric Hulsens (ed.), SLAAP KINDJE SLAAP, JE MOEDER IS EEN SCHAAP....., over kindercultuur. Themanummer Heibel XVII, 1, 1982, ISBN 90 6565 046 6.

Het eerste boek betreft een verhandeling waarin kindertelevisie, het productie-apparaat en de konkrete programma's onder de loep worden genomen. Is de situatie rond kindertelevisie in Nederland weinig vrolijk, in België is het helemaal een ramp, althans als we op het betoog van Hulsens afgaan. Een betoog dat uitgaat van een socialistisch-feministische visie en dat veelal een emotionele ondertoon heeft.

Het gebrek aan distantie en vooral empirische kwantitatieve onderbouwing leidt er toe dat Hulsens kritiek, die op zich zinvol is, te gemakkelijk afgedaan kan worden als subjectief.

Dit geldt eveneens voor de bijdragen in het themanummer over 'kinder cultuur' van het tijdschrift "Heibel". Daarin wordt een grote diversiteit aan onderwerpen behandeld, die soms sterk op eigen ervaring gebaseerd zijn. Zulke persoonlijke ervaringen spelen een grote rol in de artikelen over de functie van tekenen en liedjes maken en zingen bij het verwerken van bepaalde

ervaringen. Ook in een verhandeling over het verdringen van de oorspronkelijke cultuur- en klassegebonden taal van kinderen door een midden-klassetaal op scholen en hoe dit voorkomen kan worden, speelt de eigen ervaring van de schrijver een grote rol. Aandacht wordt verder besteed aan kinderliedjes en onderzoek van Borneman; aan kinderliteratuur waar het omstreden boek 'Sterke Jan' door schrijver en illustrator verdedigd wordt, Lea Dasberg wordt geïnterviewd en haar omstreden studie 'Het kinderboek als opvoeder' wordt besproken onder de titel 'Verslag van een mislukking'. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan kinderradio en kindertheater.

Beide boeken zijn prettig leesbaar, hebben weinig, en helemaal al geen wetenschappelijke, pretenties. Kortom leuk voor mensen die zich in de praktijk met dit soort problematiek bezighouden.

Harry Bouwman

Joan Hemels, MASSAMEDIA ALS MEDESPELERS TOT HET STUDIEVELD VAN DE MASSACOMMUNICATIE, Utrecht/Antwerpen: Spectrum (Aula-Paperback; 74), 1982 375 p., bibliografie. ISBN 90 274 6227 5 f 39,50.

De steeds groter wordende groep belangstellenden voor en betrokkenen bij het mediagebeuren, de belangrijke rol van de media in het maatschappelijke leven en in ieders persoonlijk leven vormen de motivatie voor de uitgave van dit naslagwerk. Het wil een breed publiek van geïnteresseerde leek tot beroepsbeoefenaren, meer inzicht en greep op dit gebeuren geven door het verschaffen van wetenschappelijk verwoorde informatie. In het eerste gedeelte gebeurt dat door een aantal beschouwingen over een aantal thema's en in het tweede deel door een poging

de lezer wegwijs te maken in de publicaties die over de massamedia zijn verschenen.

De beschouwingen over de massamedia zijn thematisch opgezet. Een fundamentele beschouwing over de massamedia behandelt de synthese in de theorievorming rond een aantal kernbegrippen, zoals communicatie en informatie, openbare communicatie en communicatiemiddelen.

In een 'contextuele beschouwing' staan het ontwikkelingsproces van de communicatietechnologie en de uitbreiding van het aantal communicatie-

middelen centraal. Daarbij wordt ook ruim aandacht besteed aan de massamedia in de 'Derde Wereld'.

Als de massamedia 'intentioneel' beschouwd worden komen vooral de positieve uitwerking, invloed, gevolgen of effecten van de massamedia en de boodschappen, die zij beschikbaar stellen, aan bod.

In de laatste, 'structurele beschouwing' wordt vanuit de actualiteit en met het oog op de toekomst gekeken naar de structurele aspecten van pers en omroep, waarbij ook aandacht wordt besteed aan het op elkaar afstemmen van het functioneren van deze media in een geïntegreerd beleid.

Waarschijnlijk door de gerichtheid op een breed publiek hebben de verschillende bijdragen een globaal, 'feitelijk' vaak historisch karakter.

Het tweede deel van het boek geeft bibliografische informatie voor een nadere bestudering van het gebied der communicatiewetenschap. De eerste vier hoofdstukken daarvan vormen een bibliografische handleiding, het vijfde en laatste hoofdstuk is een bibliografie van ongeveer 3000 titels van belangrijke publicaties op het gebied der massacommunicatie.

Uit onderzoek onder gebruikers van wetenschappelijke informatie is gebleken dat velen onbekend zijn met bestaande informatiediensten en m.n. met bibliografische hulpmiddelen. Daarom verdient het waardering dat Hemels opnieuw en nu voor een breder publiek, de literatuur op het gebied van de massacommunicatie toegankelijk probeert te maken. Vergelijken we de eerste vier hoofdstukken met de 'Bibliografische Handleiding...' uit 1974 ¹⁾ dan zien we dat een aantal rubrieken zijn weggelaten o.a.: algemene bibliografische naslagwerken, bibliografieën op aangrenzende gebieden en het snel verouderende adresmateriaal van instellingen en organisaties. De gehandhaafde en geactualiseerde rubrieken zijn: Algemene en Speciale Bibliografieën, Bibliografieën m.b.t. enkele massamedia,

Naslagwerken en Tijdschriften. Door het weglaten van de genoemde rubrieken is de logische opbouw en structuur van de indeling enigszins verloren gegaan. De nu gehanteerde structuur houdt ook geen verband met de opbouw van het eerste deel van het boek, waardoor beide delen los van elkaar komen te staan. Evenwel zal de gemotiveerde lezer of gebruiker er met enige inspanning veel bruikbare informatie in kunnen vinden.

Toetsen we de bibliografie aan het criterium van G. van der Lek. De werkelijk verdienstelijke speciale bibliografieën zijn de analytische, beredeneerde kritische, die zowel iets van de inhoud van de boeken zeggen als een waardeoordeel daarover geven" ²⁾ dan voldoet hij daaraan niet geheel.

Hoewel velerlei selectiecriteria meegespeeld hebben bij de samenstelling van de bibliografie zijn deze bij de afzonderlijke publikaties niet terug te vinden. Annotaties zijn uit angst voor subjectiviteit weggelaten, vindplaatsen worden jammer genoeg niet vermeld. De gebruikers van de bibliografie waren gebaat geweest met meer informatie van de 'volbeschreven systeemkaarten', dan de nu weergegeven beknopte titelbeschrijvingen.

De alfabetisch geordende bibliografie is met behulp van de index nader op onderwerp ontsloten. Het blijft onbegrijpelijk dat in de index niet naar de afzonderlijk genummerde publicaties wordt verwezen. Men wordt verwezen naar een pagina en moet zelf maar uitzoeken welk van de daar weergegeven publikaties over het betreffende onderwerp gaan (gaat).

Algemeen verdient het aanbeveling bij literatuurverwijzingen m.n. voor studenten, de regels van titelbeschrijving en de toekenning van hoofdwwoorden te hanteren die bij de meeste universiteits- of instituutbibliotheken worden gebruikt. Dan zijn die verwijzingen ook via de catalogi terug te vinden. Hemels gebruikt bijv. nog al eens corporatieve auteurs (organisaties, instellingen) als hoofdwwoord, die in universiteitsbibliotheken niet als hoofdwwoord

worden aangemerkt en waar ook niet altijd verwijzingen naar gemaakt worden.

Ondanks de beperkingen zoals het ontbreken van annotaties en beoordelingen in zowel de bibliografische handleiding als de bibliografie en het ontbreken van voldoende toelichting bij de bibliografische handleiding, een belangrijke bijdrage aan het toege-

lijk maken van de literatuur op het gebied van de communicatiewetenschap.

1. Joan Hemels, BIBLIOGRAFISCHE HANDLEIDING VOOR DE STUDIE VAN MASSACOMMUNICATIE. Nijmegen 1974.²⁾
2. G.J. van der Lek, BIBLIOGRAFIE, Amsterdam 1976,¹³⁾ p. 17.

Cees Hopstaken

J.G. Stappers, A.D. Reijnders, W.A.J. Möller en L.A.Th.M. Hesp, WETENSCHAP ALS GEMEENGOED; een studie van de wetenschapsvoorlichting in Nederland, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1983.

In opdracht van de minister voor wetenschapsbeleid is in de periode na jaar 1980 – zomer 1982 een studie uitgevoerd naar de wetenschapsvoorlichting in Nederland. Men zou het verslag hiervan kunnen beschouwen als een (voorlopige) balans: waar staan we in ons denken over de wetenschapsvoorlichting, na een eerste golf van publicaties vanaf ongeveer 1970? Het lijkt erop dat met de toegenomen kennis het aanvankelijke optimisme over wetenschapsverbreiding is verdwenen. De vier auteurs staan niet zonder scepsis aan de kant en noteren de effecten van wetenschapsvoorlichting. Die zijn weinig bemoedigend.

In hoofdstuk 1 behandelen ze de communicatiewetenschappelijke aspecten van (wetenschaps-)voorlichting. Ze onderscheiden daarbij een agologische benadering van voorlichting, met de nadruk op hulpverlening, en een communicatiewetenschappelijke, met de nadruk op informatie-overdracht. De laatste benadering wordt het vertrekpunt, waaruit volgt dat wetenschapsvoorlichting omschreven wordt als, 'het verschaffen van informatie over wetenschap, wetenschapsontwikkeling en wetenschapsbeleid aan het grote publiek (hetzij direct, hetzij indirect)'. Wetenschapsvoorlichting plaatsen de auteurs in een massacom-municatief kader. Trefwoorden: de nieuwsaarde, selectieprocessen bij ontvangers, de kennis-kloof-hypothe-

se, functies van de media voor de ontvangers, de agenda-setting door de media. Vertrouwde begrippen voor wie dit kader ook maar enigszins kent. Hoofdstuk 2 schildert hoe het denken over wetenschapsvoorlichting is geëvolueerd. De auteurs signaleren in de Nota Wetenschapsbeleid (1974) het nut van wetenschapsvoorlichting 'voor de democratische besluitvorming op allerlei niveaus'. Van recentere datum is de nadruk op de functie van voorlichting in de wetenschapsmarketing: kennis en expertise ten gunste van het middelgroot- en kleinbedrijf.

In hoofdstuk 3 volgt een inventarisatie van het hier en elders verrichte onderzoek. De 232 literatuurverwijzingen zijn de vrucht van een intensief literatuuronderzoek, dat zender- en ontvanger factoren categoriseert en een idee geeft van de te verwachten effecten. 'Uit verschillende onderzoeken blijkt dat de media vooral succesvol zijn in het ter kennis brengen (awareness) van wetenschappelijke gebeurtenissen of ontwikkelingen. Een verdieping van het inzicht in wetenschap, het overbrengen van gedetailleerde kennis lijkt via de massamedia nauwelijks mogelijk'.

Hoofdstuk 4 bevat de resultaten van een veldonderzoek onder wetenschapsvoorlichters bij instellingen die bij onderzoek betrokken zijn en onder wetenschapsjournalisten bij de nieuwsmedia en enkele bladen met

veel wetenschap in de rubrieken (Kijk, Het Beste, Aarde en Kosmos). Zij zeggen zich te richten op 'het grote publiek' of 'de geïnteresseerde leek', besteden weinig aandacht aan 'intentionele hulp' en geloven ook niet erg in een definitie van wetenschapsvoorlichting waar dit laatste vooropstaat, noch in een definitie die het accent legt op de mogelijkheid om betrokken te raken bij wat in de wetenschapsbeoefening gaande is.

De respondenten stellen eenstemmig dat de wetenschapsvoorlichting nauwelijks of geen bijdrage heeft geleverd aan de toegenomen mondigheid van burgers.

In hoofdstuk 5 wordt geïnventariseerd welke cursussen wetenschapspopularisatie zijn georganiseerd en bespreekt men de betekenis van deze cursussen. In hoofdstuk 7 volgt tenslotte de conclusie en worden enkele aanbevelingen gedaan, zowel voor het beleid als voor onderzoek.

Hoe moeten we de studie waarderen? Binnen de gekozen opzet valt er veel goeds over te melden. De auteurs zijn 'baas op hun terrein' en weten de algemenere literatuur uit de massacommunicatiewetenschap uitstekend met het thema wetenschapsvoorlichting te verbinden. Wie het met hun uitgangspunt eens is, kan beslist tevreden zijn. Voor hen is de studie een geschikte introductie, zowel als een bruikbaar naslagwerk. De getoonde wetenschappelijke scepsis is op zijn plaats en een verademing. De pretenties van wetenschapsvoorlichting zijn te vaak te hoog opgeschroefd.

Moeilijker heeft het de lezer die in het wat bredere kader van wetenschapsbenutting ook andere media en ande-

re zenders voor ogen heeft dan de vier auteurs. Ik denk bijvoorbeeld aan de uitgebreide en diverse wereld van de vakbladen of aan de talloze populair-wetenschappelijke boeken op allerlei gebied, waar al dan niet ten behoeve van beroepsuitoefenaren wetenschap bruikbaar wordt gemaakt.

Wetenschap in de nieuwsmedia krijgt te maken met een criterium als 'nieuws waarde' en het criterium 'voor velen interessant', waardoor maar weinig wetenschappelijke verworvenheden in aanmerking komen. De 'decisional utility' van deze journalistieke produkten is doorgaans gering. Wie dit wil verhogen moet zoeken naar deelpublieken die, anders dan bij de nieuwsmedia, tijd willen investeren in het verwerken van de informatie. We komen dan vanzelf bij de vakbladen en boeken (en, buiten de sfeer van de massamedia, bij twee- en groeps gesprekken). Vanuit het oogpunt van wetenschapsbenutting is dit terrein aanmerkelijk belangrijker dan wat de auteurs nu hebben onderzocht. De conclusies uit hun studie leveren hiervoor slechts extra argumenten.

De gekozen gezichtshoek is overigens best te verdedigen en niet alleen op grond van de achtergrond van de auteurs. Wetenschapsvoorlichting is in de ogen van velen nu eenmaal beperkt tot de op een breed publiek gerichte media. Daar zijn verwachtingen geformuleerd, gelden besteed, cursussen gegeven. Dus daar past een evaluatie. Nu we zover zijn, en gezien de uitkomsten, verdient het aanbeveling de aandacht te richten op wat hier onbesproken bleef.

Kees van Woerkum

Overheidsvoorlichting op een breukvlak is een uitgave bij de 1e lustrum jaargang van het voorlichtersblad "Voorlichting", een periodiek van de Vereniging van Voorlichtingsambtenaren van lagere publiekrechtelijke lichamen. Er staan 5 bijdragen in van auteurs met verschillende wetenschappelijke en/of praktische achtergronden.

P. Thoenes heeft een bijdrage geschreven vanuit een sociologische visie op het maatschappelijke gebeuren, zoals de individualisering, de demokratisering en de mogelijke verrechtsing. Deze verschijnselen hebben invloed op de praktijk van de voorlichting, die hij schetst als een nieuwe periode waarin de voorlichtingsfunctionarissen hun dienstverlenende werk van uit dit besef kunnen verrichten, met de overtuiging dat de nieuwe periode nog veel heeft dat nog niet is ingevuld.

R. Crinice le Roy beschrijft de ontwikkeling van de overheid (de Rijksdienst) waarin de reorganisatie van het bestuur centraal staat.

De deregularisering, zo stelt hij, zal de slagkracht van het openbaar bestuur effectueren met de vanzelfsprekende effecten op de ambtelijke diensten. Juist hierin, zegt hij, ligt een taak voor de overheidsvoorlichter die als trait-d'union tussen politiek en publiek te maken zal krijgen met komende spanningen betreffende de zwijgplicht, de informatieplicht en de vrijheid van meningsuiting.

Wim H. Nijhof schrijft in zijn bijdrage over de relatie tussen overheidsvoorlichting en politiek waarbij hij een viertal functies van de overheidsvoorlichting de revue laat passeren: de socialisatie functie (politieke en bureaucratische socialisatie), de Radar- en artikulatie functie, de functie inspraakbevor-

dering en de implementatieve functie. Hij stelt dat het doel van de overheidskommunikatie is het leveren van een wezenlijke bijdrage aan het vergroten van de politieke participatie in het parlementaire systeem door middel van de vier functies. J.G. Stappers schrijft in zijn bijdrage over de nieuwe media. Daarbij stelt hij twee hoofdproblemen n.l. het overwinnen van het ruimteverschil en het tijdsverschil. Beide zijn al voor een groot deel overwonnen, de technologie heeft wat dit betreft gezegevierd. Wat betreft de voorlichting beïnvloeden deze ontwikkelingen de tendens naar grootschaligheid, de tendens naar kleinschaligheid en de groei van de konsultatiemogelijkheden. De kleinschalige media, als ze inderdaad toenemen, maken het bereik van specifieke doelgroepen gemakkelijker. J. Katus beschrijft de problemen van de overheidsvoorlichting vanuit de andragologische discipline (voorlichting als hulpverlening), waarbij veel meer vanuit de ontvanger dan vanuit de zender wordt geredeneerd. Het belang van de cliënt staat voorop. Hierbij tracht de auteur aan te tonen dat het wat dit betreft aan de huidige overheidsvoorlichting wat mankeert.

De meeste bijdragen (behalve die van Stappers en Katus) handelen meer over het breukvlak dan over de overheidsvoorlichting.

Over de "nieuwe" overheidsvoorlichting zijn de auteurs zeer voorzichtig en bieden nauwelijks informatie. Misschien zijn de voorlichters en de wetenschappers nog niet zover maar het is wel noodzaak dat voorlichters en wetenschappers gecoördineerde studie op dit terrein moeten verrichten en daarover moeten publiceren.

Jan Both

Stichting Onderzoek Massacommunicatie

Het plan voor stimulering van massacommunicatie onderzoek

In "Massacommunicatie" 1983 nr. 2 werd bericht dat de SOM een bemiddelaarsrol wil gaan spelen tussen onderzoekers en financieringsbronnen.

In het in dat nummer gepubliceerde "Plan voor stimulering van massacommunicatie onderzoek" werd geschetst hoe de SOM het stimuleren, organiseren en begeleiden ter hand wil nemen van beleidsrelevant onderzoek van meer algemeen belang. Wat hiermee bedoeld wordt, was in de toelichting omschreven.

Het artikel meldde ook, dat de SOM deze taak in een aantal fasen wil realiseren, namelijk:

- verzamelen van onderzoeksuggesties;
- vaststellen van prioriteiten;
- het uitwerken c.q. beoordelen van uitgewerkte onderzoeksvoorstellen;
- het opstellen van een lijst van prioriteiten voor uitgewerkte onderzoeksvoorstellen;
- bevorderen van de financiering van de op die lijst opgenomen voorstellen;
- het begeleiden van de uit te voeren onderzoeksprojecten;
- het evalueren van de onderzoeksresultaten met het oog op de beleidstoepassing;
- het begeleiden en bevorderen van de vertaling van de onderzoeksresultaten in beleidsmaatregelen.

Aan de uitnodiging tot inzenden van voorstellen is door enkele onderzoekers gehoor gegeven. Deze voorstellen worden nu overeenkomstig de boven beschreven procedure verder behandeld.

Er zijn verschillende motieven te veronderstellen die andere onderzoekers tot dusverre hebben weerhouden van het insturen van een voorstel. De SOM wil hen hierbij opwekken alsnog in te gaan op de uitnodiging.

Het zou bijzonder worden toegejuicht als deze voorstellen zouden liggen op het terrein van de acculturatie problematiek. Het probleem van de etnische minderheden in Nederland treedt steeds meer op de voorgrond. Welke bijdrage kan massacommunicatie onderzoek op dit gebied leveren?

Voor toetsing in een tweede beoordelingsronde – waarvoor geen datum is vastgesteld – behoeven voorstellen echter niet beperkt te blijven tot het hier aangeduide probleemgebied.

Uitnodiging

Potentiële onderzoekers en potentiële gebruikers van onderzoeksresultaten worden hierbij nogmaals uitgenodigd voorstellen in te dienen, welke aansluiten bij de prioriteiten die zijn omschreven in het advies "Onderzoeksprioriteiten", gepubliceerd in "Massacommunicatie" 1982, X, 1, pag. 1-6. Voor de voorwaarden waaraan inzendingen dienen te voldoen, wordt verwezen naar nr. 2 (1983) van dit tijdschrift.

Mocht dit niet beschikbaar zijn, dan zijn een fotokopie van dit artikel, meer uitgebreide instructies en een overdruk van de prioriteiten op verzoek verkrijgbaar bij de secretaris van de SOM, C. Eweg, Van Alkemadelaan 700, 2597 AW Den Haag, tel.: 070-26 43 41.

Vereniging voor Studie en Onderzoek van Massacommunicatie

Secretariaat: van Alkemadelaan 700, 2597 AW Den Haag, telefoon 070 - 26 43 41, telex 32626

Eén jaar VSOM

28 Oktober: de vereniging voor Studie en Onderzoek van de Massacommunicatie houdt haar tweede Algemene Leden Vergadering. Bij zo'n gelegenheid wordt de balans opgemaakt. Wat is het resultaat van het eerste jaar verenigingsactiviteit? In het eerste jaar zijn vier studiebijeenkomsten belegd, die steeds door 30-40 leden zijn bezocht. En er werd een aantal werkgroepen opgericht. Ter herinnering: het doel van de werkgroepen is mensen uit onderzoek en praktijk samen te brengen zodat de onderzoekers beter weten welke vragen er in de praktijk leven en de mensen uit de praktijk beter op de hoogte worden gesteld van de resultaten van wetenschappelijk onderzoek.

Tijdens de bestuursvergadering van 14 september werd vastgesteld dat drie groepen goed functioneren (Informeel massacommunicatie, Massacommunicatie en GVO, Reclamebestedingen), de werkgroepen Wetenschapspopularisatie en Economische vs Cultureel-politieke benadering van Media-ontwikkelingen functioneren minder goed.

Het ledenaantal van de VSOM is in het eerste jaar gegroeid tot 160 en de financiële positie is gezond.

De plannen?

Na de tweede Algemene Leden Vergadering van oktober – met als studietema: de medianota – zal er in december een studiedag worden georganiseerd over "minderheden en media". Waarschijnlijk zal deze bijeenkomst weer in Utrecht worden gehouden. Tenslotte een probleem.

Door een communicatiestoornis (...) tussen bestuur en uitgever van het blad Massacommunicatie is een aantal leden opgescheept met een dubbelabonnement (het eigen en het VSOM-abonnement). Het is de bedoeling dat VSOM-leden dat eigen abonnement opzeggen. VSOM-leden krijgen korting en hun (lager) abonnementsgeld is 'n onderdeel van de verenigingscontributie. Wanneer VSOM-leden hun eigen abonnementsgeld geheel of gedeeltelijk rechtstreeks aan Gianotten hebben betaald, zal dat worden gerestitueerd.

Tijdens een eerste informele bijeenkomst te Nijmegen is de Werkgroep "*Informele Massacommunicatie*" geformeerd door:

W.J.M. Evers; Massacommunicatie; KU Nijmegen

J.W.L. Jonker; Neerlandistiek; GU Amsterdam

J.P. van Schravendijk (contactpersoon); Commerciële Beleidsvorming;

Erasmus Universiteit Rotterdam,

Postbus 1738, 3000 DR Rotterdam,

Tel. 010-525511, toestel 3039.

Deelname staat in principe open voor diegenen die actief bezig zijn in onderzoek op het gebied van de informele massacommunicatie, interpersoonlijke communicatie, sociale communicatie, conversatie e.d.

Gegevens over de auteurs

Prof. Dr. W.F. van Raay is als hoogleraar in de economische psychologie verbonden aan de Erasmus Universiteit van Rotterdam.

Prof. Dr. J. Tonnemacher is als docent Publizistik werkzaam aan de Vrije Universiteit van Berlijn. Bovendien is hij als wetenschappelijk medewerker bij het 'Heinrich-Herz-Institut für Nachrichtentechnik' in Berlijn.

Mr. Drs. F.W. Winkel is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan de vakgroep sociale psychologie van de Vrije Universiteit in Amsterdam.