

# Massacommunicatie

*Wetenschappelijk Kwartaal tijdschrift  
voor Communicatie en Informatie*

James Stappers

Culturele indicatoren: Een literatuurstudie rond een  
paradigmawisseling

Martine Vergeer

De doden van ver: Geografische reikwijdte van informatie  
interesse en het gebruik van lokale media

Brechtje Hermans & Leo van Sijpenburg

Nieuws-gierigheid van vrouwen: Een interpretatief  
onderzoek naar de wijze waarop vrouwen omgaan  
met het televisienieuws

Wilbert Mitsuers

Pictures on the screen and in our heads:  
Cultivatie en seksereotypen door televisiekijkers

Aanke Vrijet

Is het gemeenschappelijke kenmerk van stereotypen  
dat zij moeilijk te veranderen zijn?



Bohn Stafleu Van Loghum

Massacommunicatie richt zich op de communicatiewetenschap en haar verwante wetenschapsgebieden. Massacommunicatie wil een platform zijn voor degenen die geïnteresseerd zijn in wetenschappelijke informatie over openbare communicatie, voorlichting, public relations, reclame, mediabeleid en -regelgeving, journalistiek, uitgeverij en bibliotheek, cultuurstudies, persgeschiedenis en methoden van onderzoek.

### Redactie

prof. dr. W.F. van Raaij, *hoogleraar Economische Psychologie, Erasmus Universiteit Rotterdam*  
prof. dr. J.G. Stappers, *hoogleraar Communicatiewetenschap, Katholieke Universiteit Nijmegen*  
dr. J. Wieten, *universitair hoofddocent Communicatiewetenschap, Universiteit van Amsterdam*  
prof. dr. C.M.J. van Woerkum, *hoogleraar Voorlichtingskunde, Landbouww Universiteit Wageningen*

### Redactieraad

prof. dr. J.C. Arnbak, *Technische Universiteit Delft*  
prof. dr. J. Th. M. Bank, *Erasmus Universiteit Rotterdam*  
prof. dr. E. de Bens, *Universiteit Gent*  
drs. J. Bierhoff, *European Journalism Centre, Maastricht*  
dr. H. de Bock, *Interview/Burke, Amsterdam*  
prof. dr. ir. J.L. Bordewijk, *Technische Universiteit Delft*  
prof. dr. L. Boone, *Katholieke Universiteit Leuven*  
mr. H.J.M. Boukema, *Advocatenkantoor Geerling, Amsterdam*  
dr. H. Bouwman, *Universiteit van Amsterdam*  
prof. dr. J.J. van Cuilenburg, *Universiteit van Amsterdam*  
prof. mr. E.J. Dommering, *Universiteit van Amsterdam*  
prof. dr. G. Fauconnier, *Katholieke Universiteit Leuven*  
prof. dr. J.C. Hamelink, *Universiteit van Amsterdam/Institute of Social Studies, Den Haag*  
drs. P.M. Hendriksen, *Audience Research International, Hilversum*  
prof. dr. G.J. Kok, *Rijksuniversiteit Limburg, Maastricht*  
prof. dr. K. Renckstorf, *Katholieke Universiteit Nijmegen*  
drs. A.A.M. Rennen, *Hogeschool Katholieke Leergangen, Tilburg/Katholieke Universiteit Nijmegen*  
dr. N. Röling, *Landbouww Universiteit Wageningen*  
dr. O. Scholten, *Universiteit van Amsterdam*  
prof. dr. G.A.I. Schuijt, *Rijksuniversiteit Leiden/Universiteit van Amsterdam*  
prof. dr. J. Servaes, *Universiteit Antwerpen/Katholieke Universiteit Nijmegen*  
prof. dr. G.M. van Veldhoven, *Katholieke Universiteit Brabant, Tilburg*  
prof. dr. T.H.A. van der Voort, *Rijksuniversiteit Leiden*  
prof. dr. A.A. Wentink, *Katholieke Universiteit Brabant, Tilburg*  
prof. dr. O. Wiegman, *Universiteit Twente, Enschede*

### Redactiesecretariaat

drs. Coen van der Linden  
Postbus 258  
6500 AG Nijmegen  
Tel. (080) 61 57 23/61 23 72

### Uitgever

drs. Freek Talsma, Bohn Stafleu Van Loghum,  
Postbus 246, 3990 GA Houten,  
tel. (03403) 9 57 11.  
Voor België: Michel Libens, Bohn Stafleu  
Van Loghum, Excelsiorlaan 18,  
1930 Zaventem, tel. (02) 7 19 15 11.

# Inhoud

<i>James Stappers</i>	
Culturele indicatoren. Een literatuurstudie rond een paradigmawisseling	82
<i>Maurice Vergeer</i>	
De doden van ver. Geografische reikwijdte van informatie-interesse en het gebruik van lokale media	102
<i>Liesbeth Hermans &amp; Leo van Snippenburg</i>	
Nieuws-gierigheid van vrouwen. Een interpretatief onderzoek naar de wijze waarop vrouwen omgaan met het televisienieuws	120
<b>Discussie: cultivatie en seksestereotypen</b>	
<i>Wilbert Mutsaers</i>	
'Pictures on the screen and in our heads'. Cultivatie en seksestereotypen door televisiekijkers	136
<i>Anneke Vrugt</i>	
Is het gemeenschappelijke kenmerk van stereotypen dat zij moeilijk te veranderen zijn?	148
<i>Boekbesprekingen</i>	
– E. Noam (1991). <i>Television in Europe</i> ; besproken door Jean-Claude Burgelman	152
– B. Moddy (1991). <i>Designing messages for development communication</i> ; besproken door Kees Epskamp	154
– T. Ensink (1992). <i>Jenninger: de ontvangst van een Duitse rede in Nederland</i> ; besproken door Fred Wester	155
– R. Pieters & W.F. van Raaij (1992). <i>Reclamewerking</i> ; besproken door Jan Bosman	158
– G. Franzen (1992). <i>Hoe reclame echt werkt</i> ; besproken door Arie den Boon	162
– R. Pieters & W.F. van Raaij (1992). <i>Reclamewerking</i> ; besproken door Arie den Boon	162
– J. Knecht & B.G.J. Stoelinga (1992). <i>Mediaplanning</i> ; besproken door Tom van Hulst	168
– A.K. den Boon & J.W. van Niekerk (1992). <i>Bereiksonderzoek en mediaplanning</i> ; besproken door Marcel Spijkerman	171
Ingezonden publikaties	174
Gegevens van de auteurs	175

## Culturele indicatoren

### Een literatuurstudie rond een paradigmawisseling<sup>1</sup>

*'You seem to have been referring to mass communication and taking the emotion out of this term and examining it in a scientific way, yet when you talk to the public (whoever they are) about mass communication they get very emotional. They can't talk about it rationally'*<sup>2</sup>

#### Inleiding

De 'culturele indicatoren'-benadering van George Gerbner is al enige jaren voorwerp van aanhoudende kritiek en discussie. Naar onze mening is dat vooral een gevolg van de complexe aard van deze benadering. Gerbner stopt in zijn aanpak niet alleen veel inhoudsanalyse – en dat roept kennelijk meer discussie op dan ander sociaal-wetenschappelijk onderzoek, maar hij combineert deze inhoudsanalyse ook nog eens met publieksonderzoek. Zijn aanpak wijkt op twee punten af van de gebruikelijke: het is de introductie van een nieuw soort indicatoren, en het is een nieuwe theorie over de werking van massamedia. Met name dat laatste is nieuw en vernieuwend omdat het van geheel andere vooronderstellingen uitgaat dan vroegere (en nog steeds voorkomende) opvattingen over de effecten van de media. Het wil ons voorkomen dat veel van de kritiek op Gerbners aanpak een gevolg is van het feit dat de critici de stap naar het nieuwe, het andere van de aanpak niet willen of kunnen maken. Blijkbaar is het anders: old paradigms never die, they don't even fade away.

Nu staat de theorie van Gerbner natuurlijk niet boven kritiek, maar het is opmerkelijk dat zijn critici hem niet bestrijden op het niveau waarop hij opereert. Iedere aanpak en iedere theorie dient op zijn eigen pretenties beoordeeld te worden, en niet eerst verkeerd verstaan en daarna veroordeeld op basis van die onjuiste interpretatie. Terwijl toch Gerbners opvattingen uit wat hij eerder publiceerde en uit wat hij en zijn collegae in discussies als verdediging aanvoerden genoegzaam afgeleid kunnen worden, zoals uit de navolgende reconstructie blijken zal. We willen deze reconstructie tot enkele hoofdzaken beperken; relatief recente ontwikkelingen als de invoering van de concepten mainstreaming en resonance komen niet aan de orde; daarbij gaat het meer om het specificeren van effecten dan om het benadrukken van televisie als cultuurfactor. Evenmin

komt de 'Institutional Process Analysis' aan de orde; dienaangaande is zo weinig gepubliceerd dat er weinig over te discussiëren valt. Het gaat ons om de aard van Gerbners aanpak en om de aard van de kritiek die op die benadering wordt uitgeoefend. Buiten beschouwing blijft daarbij alle puur onderzoekstechnische kritiek, zoals op de omvang van de steekproef (Coffin & Tuchman, 1973; Blank, 1977a, 1977b) of op de significantie van de gevonden uitkomsten (Hirsch, 1980b, 1981a, 1981b).<sup>3</sup> Het gaat ons om de theoretische uitgangspunten, het achterliggende conceptuele model. En dat wijkt zodanig af van de oude opvattingen dat men van een nieuw paradigma kan spreken: een aanpak die het gebruikelijke wetenschappelijk denken doorbreekt. Veel critici bestrijden niet zozeer Gerbners concepten en theorieën, maar plaatsen de door hem gebezigde terminologie over naar hun eigen ideeën en verwijten zodoende Gerbner eigenlijk dat hij niet hetzelfde onderzoek doet als zij doen.

Tot rond 1940 leefde men, ook wetenschappers, in de zekerheid dat massamedia machtige instrumenten waren die, mits slim toegepast, het ermee beoogde doel geheel of grotendeels bereikten. Omdat empirisch onderzoek die zekerheid niet ondersteunde, en precieze voorspellingen over eventuele effecten niet konden worden gedaan, moesten de sociale wetenschappers andere veronderstellingen gaan formuleren. Dat bleek echter moeilijk. Zijn media dan al niet machtig, dan-toch een beetje machtig, of op bepaalde gebieden of in bepaalde omstandigheden. Pas in het midden van de jaren zestig kwamen andere ideeën op, waarbij meer dan voorheen de invloed van de media op lange termijn en op brede schaal betrokken werd: McLuhans *The medium is the message*, Noelle Neumanns Schweige Spirale, Gerbners cultivation-hypothese en de agendasetting hypothese van McCombs en Shaw (Voor een uitvoeriger beschrijving van deze ontwikkelingen vgl. Stappers et al., 1990).

#### De voorgeschiedenis van culturele indicatoren

Het verhaal gaat dat in 1895, toen bij de eerste filmvertoning door de gebroeders Lumière een filmpje vertoond werd waarop een trein het station binnenkomt, toeschouwers verschrikt zich uit de voeten maakten, zo echt werd door hen de binnenkomst van de trein beleefd. Deze echtheid of bijna echtheid heeft sindsdien de aandacht weten vast te houden, tot in het heden, nu High Definition Television met een beeldkwaliteit als die van de gangbare bioscoopfilm de plaats van de gewone nog te grofgerasterde televisie moet gaan innemen. Werd van televisie gezegd dat het een venster op de wereld bood, terwijl de film al in staat was een deur naar de wereld te openen, straks zal televisie niet alleen meer een raam zijn waardoor men kan zien wat er aan de andere kant van de muur zich afspeelt, maar een verschuifbare wand die toegang verleent tot wat aan de andere kant van de muur ligt.

De mensen en dingen in de namaak-echte wereld aan 'de andere kant' van film-doek of tv-scherm worden soms ook behandeld als echte mensen en echte dingen. Als in een tv-serie gezinsuitbreiding voorkomt worden kleertjes en zelfs complete uitzetten aan de nieuwe 'wereldburger' (?) gezonden. Wie door tv-optreden een bekende Nederlander is geworden moet zich laten welgevallen dat hij of zij op straat niet alleen wordt nagegaapt maar ook toegesproken als een bekende over wie men alles weet en die men goede raad kan geven. Acteurs en actrices krijgen fanmail waarin ze worden behandeld alsof ze 'echt' de personages zijn die ze uitbeelden, en krijgen cadeaus en vermaningen die bij hun rol, niet noodzakelijkerwijs bij hen zelf passen. Er is dus zeker reden voor onderzoekers om de schijnwerkelijkheid van film en televisie te onderzoeken en met onze dagelijkse werkelijkheid te vergelijken. In veel van de eerste onderzoeken wordt inhoudsanalyse gepleegd en beschreven alsof men een gewone werkelijkheid beschrijft, hoewel de personen in die ongewone werkelijkheid natuurlijk nooit beproefd noch geïnterviewd kunnen worden en de observatie van die ongewone werkelijkheid nooit participerende observatie kan zijn.

Tot de eerste onderzoeken behoren dat van Kracauer naar de opkomst van het nazisme in de film, *Von Caligari bis Hitler* (1947) en dat van Wolfenstein en Leites dat *Movies, a Psychological Study* (1950) heet. In deze studies zijn de hoofdkenmerken van een bepaald soort onderzoek terug te vinden: enerzijds is de film een instrument waarin de (recente) ontwikkelingen in de samenleving weerspiegeld worden en anderzijds is ze een factor waarvan de invloed met argwaan bezien wordt; dat doet ze door een werkelijkheid voor te zetten die net als de gewone bestudeerd kan worden. Mirror en moulder tegelijk, waarbij 'mirror' tamelijk letterlijk genomen wordt. De inhoudsanalyse van Wolfenstein en Leites is in strikte zin natuurlijk niet een psychologische studie, eerder een praeter-, post- of pseudopsychologische. Niet het gedrag van mensen wordt bestudeerd, maar dat van verzonnen personages. Het onderzoek bestudeert de film-inhoud als een soort uitgedijde en uitgegroeide dagdromen en vergelijkt Amerikaanse speelfilms uit de periode tussen 1945 en 1949 met Europese, in diezelfde tijd in New York uitgebracht. Wolfenstein en Leites onderkennen in de Amerikaanse films een groot aantal stereotiepe figuren, bij voorbeeld the good-bad girl, de jonge vrouw die contacten met veel mannen onderhoudt, zodoende slecht althans lichtzinnig of gemakkelijk-van-zeden lijkt; daardoor is ze interessant, maar ze blijft intussen zo braaf dat iedere jongeman haar met een gerust hart aan zijn moeder als zijn bruid zou kunnen voorstellen. Zulke stereotypen had de toneelschrijver Elmer Rice in zijn roman *A Voyage to Purulia* (1930) ook geschilderd. Hij beschrijft in een science-fiction verhaal hoe ruimte-reizigers op een vreemde planeet aankomen waar alles film is, dat wil zeggen wat op die planeet gebeurt is dezelfde soort werkelijkheid die Rice in de Amerikaanse film zag. Zijn helden treffen dus niet alleen jonge meisjes aan die

passen bij de beschrijving die Wolfenstein en Leites aan de good-bad girl zouden geven; ook zij constateren het ontbreken van een overgang van jonge vrouw naar oude vrouw of van maagdelijkheid naar moederschap. De beschrijvingen van de filmwerkelijkheid, en de in die tijd ook frequente lijstjes met opsommingen over de inhoud van films (zoveel moorden, zoveel misdaden, zoveel onzedige handelingen), dienden kennelijk vooral om bezorgdheid over de invloed van de film levendig te houden of te legitimeren. De oorsprong van veel van de lijstjes was onhelder, noch werd duidelijk wat ze precies telden. Daarom was het ook een positieve ontwikkeling dat vooraan in de jaren vijftig de National Association of Educational Broadcasters systematisch kwantitatief onderzoek liet doen naar de inhoud van tv-programma's, en wel speciaal naar wat gezien werd als het specifiek eigene van televisie (Smythe, 1953, p. 134). Dat was minder eenvoudig dan het nu lijkt, want in die tijd was er nog geen bruikbare manier van videorecording, dus alle inhoudsanalyse moest worden verricht terwijl het programma zich aan de onderzoekers voor het beeldscherm vertoonde. Een aantal onderzoeken (Smythe & Campbell, 1951; Horton et al., 1951; Smythe, 1952, 1953a, 1953b; Remmers & Mainer, 1954) registreerde de inhoud van steeds een week televisie zoals die tussen 1951 en 1954 uitgezonden werd in New Haven, Los Angeles, Chicago en – viermaal – New York; de meeste van deze onderzoeken zijn verricht of medeverricht door Dallas W. Smythe, destijds hoogleraar aan de University of Illinois in Urbana. In zijn voorwoord bij het tweede New Yorkse onderzoek schrijft Merton '(...) Smythe uses neither blackening nor whitewash in presenting this purely quantitative account of what passes over the television screens in this important locality. In accord with the policy of the Association, there is no editorializing in this report – not even the adroit or the inadvertent kind that results from the biased inclusion of some facts or the omission of other, countervailing facts' (1952, p. iii). Wat Merton hier signaleert is achteraf te beschouwen als de geboorte van culturele indicatoren.

In de onderzoeken worden veel statistische gegevens over de televisieprogramma's gepresenteerd, waarbij ook de hoeveelheid tijd besteed aan reclame en het voorkomen van geweld(daden) bijzondere aandacht krijgen. De definitie van geweld die wordt gebruikt is ruim: 'Violence is defined to include physical or psychological injury, hurt, or death, addresses to living things. An "act" is defined as an episode of whatever duration which concerns the same agent and the same receiver. Thus a battle scene would be one act; a chase scene with a posse pursuing a man would be one act, even if interrupted by flashbacks or other scenes; an attack by one person on a second, in the course of which a third person attacks the first, would be two acts. A "threat" is defined as any manifest threat to commit an act of violence' (Smythe, 1952, p. 45). Vanaf 1952 wordt er onderscheid gemaakt naar de context waarin het geweld zich afspeelt: humoris-

tisch of niet humoristisch; in 1954 kwam er een driedeling: 1: met spanning verhogende toevoegingen zoals muziek, geluid, licht (of beter gezegd juist veel schaduw), angstuitdrukkingen en dergelijke; 2: zonder zulke toevoegingen, maar wel echt, zoals het routinegeweld in de western; 3: neggeweld of humoristisch geweld, zoals de komiek die een smak maakt (Remmers & Mainer, 1954, p. 37). Zulke nadere specificatie was (sociaal) gewenst omdat het meeste geweld aan te treffen was in kinderprogramma's, zoals tekenfilms met honden, katten en muizen. Gemeten aan de hand van deze definities werd in de jaren zestig ook in het Nederlandse tv-aanbod veel geweld gevonden en ook vooral in kinderprogramma's (Stappers & Manschot, 1964; 1966).

In 1969 begint George Gerbner, die rond 1950 een van de medewerkers van Adorno was geweest ten tijde van diens *How to look at television* (1954), en die later associate professor was geweest in Urbana, in dezelfde tijd dat Smythe en McLuhan daar doceerden, inmiddels dean en professor aan de Annenberg School in Philadelphia met (opnieuw) jaarlijks onderzoek naar steeds een week televisie, in prime time door de drie grote netwerken uitgezonden programma's. Dat onderzoek kent, vergeleken met het eerdere onderzoek van Smythe en anderen belangrijke uitbreidingen. Wat Gerbner méér doet, komt neer op het voorleggen aan de kijkers van de zelfde vragen die in de inhoudsanalyse aan het televisieprogramma worden gesteld. Deze combinatie van inhoudsanalyse en publieksonderzoek vloeit voort uit een theorie over de rol van televisie als beïnvloedingsfactor in de samenleving, die essentieel afwijkt van de effecttheorieën die eerder gangbaar waren.

### Gerbners opvattingen

Inzake een thema waarover onophoudelijk wordt gediscussieerd, namelijk de definitie van communicatie, neemt Gerbner al vroeg een duidelijk standpunt in. Communicatie is voor hem interactie door middel van boodschappen (1967b, p. 430). Boodschappen zijn hulpmiddelen waaruit conclusies kunnen worden getrokken over zaken, toestanden of relaties, die men niet direct kan waarnemen (1960, p. 6). Zo opgevat is communicatie een typisch menselijke aangelegenheid, door communicatie wordt the humanization of homo sapiens bewerkstelligd (1963, p. 102).

Massacommunicatie is publieke communicatie. Het gaat niet om massa's maar om het algemene bereik van de boodschappen. Gemakkelijk wordt over massacommunicatie gedacht als over boodschappen waarbij iemand aan anderen iets wil vertellen, en waarbij het van belang is om er op toe te zien of hij daarin ook is geslaagd. De massamedia echter kunnen niet, of in elk geval niet alleen op die manier bekeken worden. Kranten verschijnen dagelijks, radio en televisie zenden vele uren per dag uit, en dat is allemaal allang van tevoren vastgesteld

en aangekondigd. Het gaat niet louter om de spontane behoefte iets mede te delen; men moet massacommunicatie derhalve niet vergelijken met een briefwisseling waar iemand zich tot een beoogde ontvanger richt omdat hij iets te zeggen heeft. De massamedia opereren ook omdat dat hun werk is. In een hoog-geïndustrialiseerde samenleving als de Amerikaanse zijn de media een van de belangrijkste takken van de industrie, en de productie van boodschappen is consumptie- en marktgericht. In landen waar de media (nog?) niet op die manier deel uitmaken van de industrie, is dat veel minder het geval (1967b, p. 432).

Wat massamedia – industrieel of niet – doen, is 'publiceren'. Het proces waarbij privé-kennis wordt tot publieke kennis is het proces van publication (1967b, p. 435), het creëren van 'gedeelde betekenissen' (hier gaat door vertaling veel verloren: shared meanings). De overeenkomst tussen Gerbners denken over massamedia en dat van de Duitse grondleggers van de Publizistikwissenschaft, is opvallend. De dubbele betekenis van Öffentlichkeit, namelijk zowel een publiek gemaakt geheel van gedachten en gevoelens, als het publiek dat van deze publieke gevoelens en gedachten kennis neemt, er deel aan heeft, komen terug in een gedachtengang die onder Amerikaanse communicatiewetenschappers op zijn zachtst gezegd ongewoon is. Voor Gerbner gaat het om 'publication', dat is 'public-making'. Massamedia zijn belangrijk omdat ze dat kunnen: 'publiek maken' in de dubbele zin van het woord, zowel het publiek maken van kennis als het creëren van publieken. Het besef dat een bepaald item informatie publiek bezit is, dat wil zeggen dat het niet alleen maar bekend is aan velen, maar dat het algemeen bekend is dat het bekend is aan velen, maakt collectief denken en handelen mogelijk (1969, p. 140). Zodoende kunnen de massamedia de discussiepunten bepalen, de sociale taakstellingen aanreiken (1967a, p. 45). Men maakt zich wel druk over de 'effecten' van communicatie, maar, zo meent Gerbner, misschien is een specifieke verandering van houding of gedrag wel de minst belangrijke aanwijzing voor 'effect', behalve wanneer die verandering deel uitmaakt van een algehele transformatie van de boodschapproductie en beeldvorming, en dus ondersteund en versterkt wordt door de veranderende omstandigheden. Om die boodschapproductie en beeldvorming gaat het: 'The cultivation of dominant image patterns is the major function of the major communication agencies of any society' (1967, p. 53; 1966, p. 102). In plaats van 'effect' gebruikt Gerbner in deze liever 'cultivation' om aan te geven dat niet informatie, educatie, overreding of welk ander direct communicatie-'effect' dan ook zijn eerste zorg is (1969, p. 139), anders gezegd, de soort effecten waarin hij geïnteresseerd is zijn niet die welke in een simpele stimulus-responsituatie aan te wijzen zijn.

### De media als storytellers

Wellicht de oudste vorm van geïstitutionaliseerde publieke acculturatie is wat

we tegenwoordig 'religie' noemen. Twee recente vormen zijn vruchten van de industriële revolutie: het onderwijs en de massamedia (1967b, p. 431). Dat die laatste tegenwoordig wel eens de belangrijkste zou kunnen zijn, is niet ver gezocht. En dan zeker de televisie, het moderne medium bij uitstek. Het is het in de geïndustrialiseerde wereld meest geconsumeerde medium geworden, doch het zou een vergissing zijn het alleen maar simpelweg als het nieuwste medium te midden van vele media te behandelen. Televisie is een ander medium dan de andere; het levert ervaringen van de wieg tot het graf, vergt geen formele scholing, neemt veel meer tijd en aandacht dan de andere ooit deden, en biedt een organisch samenhangende synthetische symbolische structuur, die aan alle mensen een totale wereld van betekenissen biedt (1976, p. 5). Televisie heeft een rol die het best vergeleken kan worden met die van de kerk in de middeleeuwen. Geen keizer of paus had er van kunnen dromen de preekstoel in alle huiskamers te hebben, met een onuitputtelijk areaal voorhanden van charismatische priesters (1979, p. 215).

Als gevolg van de industriële productie en het commerciële karakter van de Amerikaanse televisie, die maakt dat de producent een produkt wil hebben dat qua kijkdichtheid kan concurreren met andere televisieprogramma's (in de Verenigde Staten is het kijkpubliek nagenoeg geheel verdeeld onder drie concurrerende televisienetwerken, CBS, NBC en ABC), zijn die boodschappen allemaal variaties op het zelfde thema. De structuur van de boodschappen is verschillend, maar ze zijn uit de zelfde elementen opgebouwd. Daarbij bestaat het aanbod vooral uit fictie, want dat trekt de meeste kijkers. Die fictie onderzoekt Gerbner in zijn *Message System Analysis*. Het gaat niet om de afzonderlijke boodschappen maar om de wetmatigheden van het boodschappensysteem. De fictieve werkelijkheid kan worden onderzocht als een gewone werkelijkheid, en het onderzoek levert punten op aan de hand waarvan men werkelijkheden met elkaar kan vergelijken: het aantal mannen en het aantal vrouwen dat er in voorkomt, het aantal jongeren en ouderen, het aantal bakkers, artsen, politieagenten, kleurlingen, buitenlanders, zieken, armen. Voor de zware televisiekijker, die in de VS best acht uur per dag voor de buis kan doorbrengen, is televisie het middel om te leren wat er in de wereld gebeurt. Naast de genoemde tijd blijft er weinig ruimte over om van andere media kennis te nemen. Kenmerkend voor de meeste kijkers is dat ze niet zozeer programma's selecteren maar tijdstippen, en dan kijken wat er te zien valt (1976, p. 4).

Televisiekijken is typisch een niet-selectieve bezigheid. Dit uitgangspunt van Gerbners opvattingen is niet door hemzelf ontdekt of ontwikkeld, maar een algemeen bekend feit, dat door televisiestations steeds opnieuw wordt vastgesteld, en waarop hun programmapolitiek gebaseerd is. Goodhardt, Ehrenberg en Collins stelden het vast voor zowel Engeland als de Verenigde Staten (Goodhardt, 1966; Goodhardt et al., 1975), en ook onderzoeksgegevens van de Nederlandse televisie wijzen in dezelfde richting (Hendriksen, 1979).

Recentelijk legde een kijk-en-luister-onderzoeker uit dat alle kijkers zelfstandig een op unieke overwegingen gebaseerde keuze maakten, maar dat ze allemaal dan hetzelfde kozen. Waarnaar vooral gekeken wordt is voor allerlei subcategoriën van kijkers vrijwel hetzelfde, of men nu muziekliefhebbers, sportliefhebbers, VARA-leden of academisch geschoolden neemt.

Tegenstanders van Gerbners opvattingen doen alsof door hem de kijkers 'passief' worden genoemd, de vrije wil wordt ontkend of het feit dat individuele kijkers oprecht menen dat ze keuzes maken. Feit is echter dat ondanks al die keuzes, het kijken naar een televisieprogramma vooral correleert met het gekeken hebben naar het programma dat er aan voorafging (het 'inheritance effect'), en ook wel het programma dat daarna komt ('sandwich formule'). Naar programma's met een kleine kijkdichtheid wordt niet zozeer gekeken door de liefhebbers van het genre als wel door degenen die überhaupt veel televisie kijken. Kijkers vragen om een vaste planning, willen op bepaalde tijdstippen per week bepaalde programma's zien, en dat leidt tot de beschreven gevolgen. De non-selectiviteit van de kijker is niet een of ander theoretisch of ideologisch uitgangspunt maar een empirisch gegeven; er zijn aanwijzingen dat de non-selectiviteit (onder invloed van 'time-shifting' met behulp van video-recorders?) iets afneemt (Barwise et al., 1982), maar het bestaat nog steeds. De meeste mensen kijken naar televisie zoals ze vroeger ter kerke gingen, alleen doen ze dat kijken veel gewetensvoller (Gerbner, 1979, p. 216).

Waar het in de wereld om draait leren we uit de lessen die we krijgen; die lessen leiden we af uit de verhalen die ons verteld worden, want dat is de geeignende manier om te vertellen hoe de vork in de steel zit. Een oude strategie, de parabels zijn inmiddels wel het meest voor de hand liggende voorbeeld, maar ook sprookjes zijn verpakkingen van diepere wijsheden. Multatuli en Swift verkonddigden hun maatschappijkritiek in verhaalvorm, Shakespeare schreef de koningsdrama's en legitimeerde zodoende de troon. Uit verhalen leren we 'zo zit het' en 'zo hoort het'. Voor de Amerikaanse 'zware' televisiekijker, die immers vooral fictie voorgeschoteld krijgt, is televisie zeker datgene waaruit hij leert hoe de wereld in elkaar zit: televisie is de storyteller van onze tijd. Daarbij moet men niet denken aan de afzonderlijke verhaaltjes die verteld worden, maar om de constante in al die verhalen, de opbouw van de wereld die ons in de televisie wordt voorgehouden. Daaruit leren we wat er bestaat als publieke kennis, waaraan aandacht wordt gegeven; wat belangrijk is, wat nadruk krijgt, hoe de zaken zijn geordend; wat juist is en wat onjuist, wat recht en wat onrecht, wat goed is en wat slecht, kortom, om welke waarden het gaat; en hoe het een zich verhoudt tot het andere, wat met elkaar samenhangt, door nabijheid of op grond van andere verbanden. In de woorden van Gerbner: 'The cultivation of assumptions about life, society, and the world; the production and perception of messages bearing man's notions of what *is*, what *is important*, and what *is right*'

(1963, p. 102; 1967, p. 41). Het hoeft daarbij niet te gaan om de intriges van het verhaal dat verteld wordt. Zo simpel moet men zich de werking van deze invloed niet voorstellen. Kijkers 'weten' bij voorbeeld hoe het in een rechtszaal of operatiekamer toegaat, en dat weten ze omdat ze dat op de televisie gezien hebben. Om zulke beïnvloeding gaat het, niet of ze het 'plot' geloven of niet (Gerbner & Gross, 1979, p. 224).

Om deze veronderstelde samenhang te onderzoeken is nodig dat de televisie-inhoud op dit systeemkarakter onderzocht wordt, *Message System Analysis*, en moet vervolgens worden nagegaan of de zware kijker, die jarenlang geconfronteerd wordt met de televisiewerkelijkheid ook inmiddels opvattingen heeft, die kloppen bij de hem vertelde lessen, *Cultivation Analysis*.

In de *Message System Analysis* wordt nagegaan waaruit de wereld bestaat. Door inhoudsanalyse komen de onderzoekers tot constatering dat ze kwantitatief vastleggen: verhoudingsgetallen, indices, kortom een nieuw type indicatoren, dat al spoedig 'cultural indicators' genoemd ging worden naar analogie van de economische indicatoren en de sociale indicatoren. Of ze werkelijk in hetzelfde rijtje thuishoren valt te betwijfelen (vgl. Stappers, 1984), maar de naam hebben ze nu eenmaal. Onze gemeenschappelijke symbolische omgeving is aan het veranderen en we hebben behoefte aan 'culturele indicatoren' om de vinger aan de pols te houden en aard en tempo van die verandering op te nemen (Gerbner, 1969, p. 138): 'These indicators will not necessarily tell us what people think or do. But they will tell us what most people think or do something about and in common, and suggest reasons why' (Gerbner, 1970, p. 81).

Televisie verschaft zeker aan de 'zware kijker' het milieu bij uitstek waarin hij met een zekere voorkeur verkeert. En het milieu, daaraan herinnert ons McLuhan (McLuhan & Fiore, 1967, p. 84), is dat wat je niet ziet, maar wat jou wel beïnvloedt. Zoals de eskimo woont in zijn arctisch milieu, zo leeft de zware televisiekijker in de televisiewerkelijkheid. De invloed van televisiewerkelijkheid op de zware kijker moet worden vergeleken met de invloed die de eskimo van zijn omgeving ondervindt. De door Gerbner bedoelde invloed van de televisiewerkelijkheid op de kijkers, vooral de zware kijkers, die hij 'cultivatatie' noemt, is dus niet op te vatten als een stimulus-responsinvloed; er moet dan ook op een andere wijze onderzoek naar gedaan worden dan het stimulus-responsmodel voorschrijft. Hoe de kijker een afzonderlijke boodschap heeft ontvangen en ondergaan is niet onbelangrijk, maar zegt niet veel over cultivatie; Men kan een eskimo vragen of hij een bepaalde vis lekker vond of niet, maar het antwoord op die vraag verklaart niet waarom eskimo's meer levertraan consumeren dan de indianen in de amazone-delta. Zo kan men ook niet de vraag stellen hoe een bepaald programma 'overkwam' om de cultivatieanalyse te ontcrachten of te ondersteunen.

In de *Cultivatatie Analyse* vergelijken Gerbner et al. de opvattingen en verwach-

tingen van 'lichte' kijkers en 'zware' kijkers aan de hand van de uitkomsten van de *Message System Analysis*. Idealiter door aan de beide soorten kijkers vragen voor te leggen die willen achterhalen 'hoe groot is, denkt U het percentage van de beroepsbevolking dat bij wetshandhaving betrokken is?' en 'hoe groot schat U de kans dat U slachtoffer wordt van een overval?'; de inhoudsanalyse heeft geleerd hoe groot het percentage in de 'televisie'-werkelijkheid is, de officiële statistieken vertellen hoe groot het in de 'gewone' werkelijkheid is. Gerbner et al. vinden dat de antwoorden van de lichte kijkers dichter bij het 'gewone werkelijkheid antwoord' liggen, die van de zware kijkers dichter bij het 'televisie-antwoord'. Licht en zwaar zijn relatieve categorieën, omdat verondersteld mag worden dat het gaat om relatief meer beïnvloeding door het kijken. Gezien de hoge kosten van veldonderzoek moet vaker worden volstaan met secundaire analyses van de antwoorden van lichte en zware kijkers over allerlei onderwerpen.

Was de discussie over geweld op televisie meestal gericht geweest op de vraag of het om mimesis dan wel catharsis ging, Gerbner en Gross zijn van mening dat tot de opvallende uitkomsten hoort dat de kijkers zich eerder identificeren met de slachtoffers van het geweld dan met de plegers ervan. Populair gezegd, zware televisiekijkers zijn bang om overvallen te worden dan personen die wonen in buurten waar dergelijke overvallen vaak voorkomen, 'the scary world of TV's heavy viewer' (1976). Deze uitkomsten van onderzoek die door Gerbner en Gross aan cultivatie worden toegeschreven, worden vaak vertaald als 'zware televisiekijkers zijn bang'. Dat dunkt ons een ernstig misverstand: als zware televisiekijkers zware kijkers zijn omdat ze bang zijn, is er geen sprake van cultivatie; als ze bang zijn omdat ze veel televisie kijken hoeft er ook nog geen sprake te zijn van cultivatie. Er is pas sprake van cultivatie als zware televisiekijkers bang zijn, (of anderszins specifiek reageren) op grond van het veel kijken naar het veel geweld bevattend aanbod, zoals het Amerikaanse. Anders gezegd, wanneer het causaal verband kan worden aangetoond tussen televisiekijken en angst, wantrouwen etc. in de zin dat het eerste het gevolg is van het laatste hoeft men niet aan cultivatie te denken; anderzijds, wanneer de zware kijker niet bang is, en ook bij zijn zware kijken niet met het angstverwekkende message system is geconfronteerd geweest, wordt daardoor niet de cultivatiehypothese ontcracht. Wanneer Seydel (1989, p. 104) stelt dat hij de vraag niet kan beantwoorden hoe het causaal verband zou liggen tussen veel tv-kijken en angst voor ziekte, dan is zijn verwijzing naar Gerbners cultivatietheorie of ten onrechte of verkeerd geplaatst. Ten onrechte, want de cultivatiehypothese postuleert wel degelijk dat de angst 'veroorzaakt' wordt door het veel kijken en niet andersom; verkeerd geplaatst, want er zijn geen aanwijzingen dat ziekte meer voorkomt in de 'televisiewerkelijkheid' dan in de 'echte' werkelijkheid. Eerder zijn Seydels bevindingen uit te leggen als een indicatie dat Gerbners theorie niet opgaat, want ondanks het feit dat er weinig ziekte in het tv-programma is

(dat even anterieur aan inhoudsanalyse aangenomen), zijn zware kijkers daar bang voor.

Wober zocht naar cultivatieverschijnselen bij de Britse televisiekijkers want, zo redeneerde hij, wanneer televisie de 'mainstream' van de hedendaagse cultuur is, zoals Gerbner beweert, dan moeten de effecten ook in Brittannië bespeurbaar zijn. Daar vond hij ze echter niet. Als er dan al geen bewijs is voor een 'paranoid effect' van televisie op Britse kijkers, ziet hij daarvoor twee verklaringen: de ene is dat wat in Amerika waar is, nog niet waar hoeft te zijn in Brittannië; de andere dat Gerbners thesis nog steeds niet overtuigend is aangetoond in Amerika en dat het effect daar noch in Brittannië bestaat (1978, p. 320). Er zijn echter nog andere verklaringen, zoals ook Gerbner en Gross et al. opmerken. Op de eerste plaats heeft Wober een afwijkende definitie van geweld gehanteerd, enkel al daardoor kan het onderzoek geen replicatie genoemd worden, en voorts heeft Wober geen vergelijkbare inhoudsanalyse uitgevoerd, maar de gewelddadigheid van televisieprogramma's afgeleid uit de beschrijvingen in programmabladen en de adviezen van ervaren programmamakers (niet van co-deurs!). Bovendien zegt hij dat slechts vijftien procent van het aanbod Amerikaans is, dus van het type dat verantwoordelijk zou zijn voor de cultivatie, en slechts vijftien procent gewelddadig. Als de meerderheid van de Britse televisie inderdaad niet-gewelddadig is, dan is het zeker onwaarschijnlijk dat televisie een 'paranoid effect on viewers' zou hebben, en kunnen zijn bevindingen in feite wel eens onze hypothese ondersteunen, menen Gerbner et al. (1979, p. 123-124).

De logica is hier aan Gerbners kant, en het is dan ook onbegrijpelijk dat Morgan niet inziet dat de replicatie van Gerbners onderzoek in Nederland, dat aantoonde dat de in Nederland vertoonde dramaproducties dezelfde kenmerken hadden als het Amerikaanse aanbod, maar dat cultivatie-effecten niet aanwezig waren (Bouwman & Stappers, 1984; Bouwman, 1984, 1987), juist omdat de Nederlandse zware kijker in die periode minder tv te zien kreeg dan de Amerikaanse, en omdat het overgrote deel van het aanbod geen drama was, eerder steun voor Gerbners hypothese was dan het tegendeel. Was in Nederland het televisieantwoord bij de zware kijker significant vaker aangetroffen, dan zou dat niet uit het tv-aanbod verklaard kunnen worden. Morgans neiging dit als een 'half vol/half leeg' interpretatieprobleem op te vatten (1990, p. 230) getuigt niet van veel vertrouwen in de achter de cultivatiehypothese liggende theorie over televisie als de storyteller van heden.

Gerbners theorie staat, zo blijkt hier nogmaals, dicht bij de agenda-setting opvatting. Al in 1967 beweerde hij van de media: 'They structure the public agenda of existence, priorities and values' (1967b, p. 434), en we releveerden hierboven reeds dat (1970) volgens hem de culturele indicatoren ons vertellen waar de mensen over denken. Het artikel van McCombs en Shaw (1972), dat algemeen

wordt beschouwd als het startpunt van het agenda-setting onderzoek, is van later datum. Gemeenschappelijk aan beide benaderingen is *a* dat het om lange-termijn gevolgen gaat, bij agenda-setting om weken tot maanden, bij culturele indicatoren om jaren. En *b* dat het niet directe beïnvloeding van opvattingen of houdingen betreft, maar thematisering. Beide benaderingen blijven zodoende ver van het stimulus-responsdenken. De basisgedachte is trouwens helemaal niet nieuw; Gerbner verwijst naar wat de Schotse patriot Andrew Fletcher of Saltoun (1655-1716), in 1704 schreef over een wijze man die geloofde dat 'if a man were permitted to write all the ballads, he need not care who should make the laws of the nation' (1972, p. 447; 1972, p. 153).

#### Wat indiceert de indicator?

Tot de eerste critici van het culturele-indicatorenonderzoek hoorden nogal wat personen uit de omroep: Coffin en Tuchman van de onderzoeksafdeling van NBC en Blank van CBS. Met name Gerbners bijdrage (1972) aan het rapport *Television and Social Behavior* uit 1972 voor de Surgeon General wekte verzet op in kringen van de televisie-industrie. Coffin en Tuchman protesteren, niet onbegrijpelijk, omdat Gerbners 'violence index' werd gezien als het antwoord op de in de maatschappij levende vraag naar een beleidsinstrument om de gewelddadigheid in televisieprogramma's op te sporen en in te dammen. Zij vergelijken Gerbners bevindingen met die uit vier andere publikaties, die (ongeveer) terzelfder tijd verschenen, en die lagere cijfers opleverden. Nu waren de uitkomsten waarover in die publikaties werd bericht maar moeilijk vergelijkbaar; sommige betroffen systematisch wetenschappelijk inhoudsanalytisch onderzoek; die echter heel andere aspecten onderzochten, andere vroegen naar meningen van televisiekijkers, weer andere waren inventarisaties van beoordelingen door televisiecritici. Coffin en Tuchman bespreken vooral het feit dat Gerbner meer programma's als gewelddadig rekent dan de andere onderzoekingen doen. Zij wijten dit aan twee oorzaken: *a* Gerbner laat veel programma's buiten beschouwing, met name niet-drama programma's en die bevatten minder geweld, dat kan oplopen tot meer dan een kwart; *b* Gerbners definitie is veel te ruim, ongelukken en humoristisch geweld telt hij gewoon mee. De andere door hen genoemde onderzoeken zijn wel niet zo 'wetenschappelijk' maar hanteren een definitie van geweld die veel dichterbij de 'common sense' opvatting staat. Dat komt omdat Gerbner sociological indicators ontwierp, maar de verleiding is groot om ze te gebruiken als violence ratings, wat het volgens Coffin en Tuchman niet zijn. Volgens hen is het effect van verschillende uitbeeldingen van geweld op de kijkers van belang, en moet zo'n rating schadelijke uitbeeldingen van geweld tellen, want juist daarop spitst de bezorgdheid in de samenleving zich toe (1973a, p. 19).

Door hun van de 'common sense' opvatting afwijkende telmethode rekenen

Gerbner et al. heel wat programma's aan als geweld-bevattend, die dat volgens Coffin en Tuchman niet zijn, zoals de *Beverly Hillbillies*, *Daktari*, *De Vliegende Non* en *De Dief van Washington*. Het weerwoord van het Cultural Indicatorsteam luidt dat Coffin en Tuchman niet alleen sinaasappels met appels vergelijken, maar ook nog het meten van het percentage aan mineralen met uitspraken over hoe het fruit smaakt. De kritiek wijzen ze af, omdat volgens hen onderzoek moet beginnen met eerst vaststellen wat de inhoud van televisie is, en vervolgens nagaan welke effecten zulks heeft. Men mag geen uitspraken doen over inhoudsanalyses op basis van veronderstelde effecten (Eeley et al., 1973b, p. 34). Natuurlijk moet het uiteindelijk gaan om een distinctie te kunnen maken tussen 'schadelijke' en 'onschadelijke' televisie-inhoud, maar niet door alleen te kijken wat 'men' al wel weet dat schadelijk is. Daarin zit het verschil tussen de chemicus en de alchemist. 'For example, the speculation that violence in a humorous context has no serious effect is not borne out in any research. To weigh slapstick violence less heavily than serious dramatic violence may seem to be conventional wisdom, but in fact it is scientifically unacceptable. Humor may be the best vehicle for the cultivation of certain definitions, images and attitudes' (Eeley et al., 1973a, p. 30). Voor Coffin en Tuchman moet de definitie van geweld corresponderen met die effecten waarover men zich zorgen maakt, schiet- en steekpartijen en zo (1973b, p. 32), maar bij voorbaat is het verband tussen symbolisch geweld en angst, of leren hoe een slachtoffer te zijn, niet meer of minder waarschijnlijk, en dat moet niet van onderzoek uitgesloten worden (Eeley et al., 1973b, p. 34). 'We are all children of our culture, and only to the extent that we can critically examine its axioms will our research elucidate its dynamics and structure' (id., p. 35).

Enige jaren later komt Blank, een omroep-official van CBS, met overwegend dezelfde problemen, en hij spitst daarbij zijn bezwaren toe naar de maten: violence index en risk ratio. Volgens hem zijn dat geen echte maten, want niet de hoeveelheid violence wordt gemeten, maar het is een 'arbitrarily weighted set of arbitrarily chosen measures of aspects of violence on television, whose meaning is totally unclear' (1977a, p. 273). Voor zover Blank de maten als zodanig aanvalt, kan hij ongetwijfeld enige argumenten aanvoeren (zij het dat de afzonderlijke elementen van de formules zeker niet 'zomaar willekeurig' genoemd kunnen worden, de samenvoeging wellicht wel), door de feitelijke bewoording en argumentatie van zijn aanval, overdrijft hij echter. Geweld, zo meent hij, moet worden geteld omdat het mogelijkserwijs potentieel daartoe geneigde jeugdigen op het slechte pad zou voeren. De taart in het gezicht uit een *I Love Lucy* show, of ongelukken in aardbevingen of orkanen wenst hij daarmee niet op een lijn te stellen. 'None of these, we think, are included in what reasonable citizens would consider to be potentially harmful dramatic forms' (Blank, 1977, p. 275). Bovendien telt Gerbner dubbel: wanneer twee mannen slaags raken in een res-

taurant, en een van hen slaat bij een ontsnappingspoging de ober neer, dan telt Gerbner dat als twee geweldsacties, Blank vindt het er maar een, want hij wil niet dat de telling van geweld moet worden vertekend door 'extraneous social theories'.

Het Cultural Indicators-team antwoordt hierop (nogmaals) dat hun indicatoren geen effecten veronderstellen, en dat niet speculaties over ongrijpbare jeugdigen, maar empirisch onderzoek moet aantonen wat nu schadelijk is en wat niet. CBS is trouwens niet consequent. Ze vinden dat komisch geweld – wat in kinderprogramma's heel veel voorkomt – niet meegerekend dient te worden. Tegelijk geven ze een brochure uit over de opvoedkundige waarde van hun kinderprogramma's (*They Learn While They Laugh*). Terecht, want onderzoek heeft aangetoond dat een komische context een erg effectieve vorm voor het overbrengen van serieuze lessen is. Maar als CBS wil volhouden dat van hun comedies alleen dat geleerd wordt wat zij willen dat er van geleerd wordt, moeten ze dat maar eens aantonen. De taart in het gezicht wordt een flauw argument; geteld wordt 'only the credible indication or actual infliction of overt physical pain, hurt, or killing'. Enkel als een taart in het gezicht aan die beschrijving beantwoordt, wordt ie meegeteld (Gerbner et al., 1977a, p. 281).

Ook de andere bezwaren zijn niet terecht. Er zijn geen 'ongelukken' in de zin van 'an act of God' wanneer we het over fictie hebben, elke gebeurtenis is door iemand bedacht en is dus een act of man (id., p. 282). Net zo min kan er sprake zijn van echt toeval, ook dat is een manier om geweld en slachtoffering te presenteren (1977b, p. 297). En, hoewel Gerbner et al. die opmerking niet maken, datzelfde argument kan ook gebruikt worden tegen Blanks bezwaar dat elk nieuw personage dat optreedt in de bestaande geweldsact er voor zorgt dat er een nieuwe geweldsact geteld wordt. De schrijver van het stuk had er immers ook een vredestichter van kunnen maken. De validiteit van een indicator voor tv-inhoud is niet afhankelijk van de vraag of de betekenis ervan als zodanig tot het bewustzijn van de kijkers is doorgedrongen (1977a, p. 286). Wanneer Hirsch dan ook in de introductie van zijn 90 bladzijden kritiek enkele jaren later begint met 'Conceptually, this article begins at that point where Gerbner et al. seek to impose their categories for purposes of content analysis onto the interpretive mind of the viewer' (1980a, p. 407) en in de bijbehorende voetnoot verwijst naar de lange discussie over de samenhang van specifieke boodschappen enerzijds en het bewustzijn of de impact ervan op de toeschouwer anderzijds, en op het problematische karakter van de reuze-injectienaald opvatting wijst, dan is van het vervolg niet direct een begrip voor de conceptuele aanpak van de culturele-indicatorenbenadering te verwachten.

Trouwens niet alleen tv-functionarissen vinden dat het criterium van wat geweld is op televisie een kwestie is van gezond verstand. Uit het feit dat 'love stories' op uurbasis net zo veel geweld bevatten als 'crime stories' leidt Van der Voort af dat er aan Gerbners definitie van geweld iets schort (1984, p. 241). Het

is heel wel mogelijk dat hij daarin gelijk heeft, maar niet bij voorbaat; men zou zich ook af kunnen vragen wat voor een samenleving dat is waarin zelfs de love stories zo veel geweld bevatten. Deze vraag is niet ver gezocht, want het is prima facie duidelijk dat Amerikaanse tekenfilms (hoofdbestanddeel van het tv-menu voor kinderen) veel en veel meer geweld bevatten dan de Oosteuropese. Draait het verhaal bij de eerste soort om verhalen van de eeuwige strijd tussen kat en muis, die elkaar bij voortdurend door de eiersnijder en soortgelijke contracties kunnen halen, zonder overigens daarvan langdurige gevolgen te ondervinden, in de laatstgenoemde beleven mol en egel veel zachtaardiger avonturen. Het is begrijpelijk dat men bij voorbaat vermoedt dat de niet slecht aflopende avonturen niet op één lijn gesteld moeten worden met de realistische uitbeelding van geweldpleging; maar het is niet redelijk om te veronderstellen dat het geen invloed heeft op kinderen wanneer ze alle dagen vele uren worden blootgesteld aan verhalen waarbij de vanzelfsprekende intrige is elkaar 'te grazen te nemen', althans dat zulks geen andere invloed zou hebben dan wanneer de verhalen tenderen naar vriendelijk gedrag en samenwerking van ongelijksoortige individuen. Natuurlijk niet in die zin dat kinderen die overwegend blootgesteld zijn geweest aan de gewelddadige televisiefilms à la *Tom & Jerry* daardoor agressiever zouden zijn of juist hun agressiviteit al zouden hebben kunnen botvieren in het kijken en kinderen die met de meer vriendelijke en milde films zijn opgegroeid aardige mensen zouden zijn geworden. Zo eenvoudig zal het vast niet zijn. Maar wat wel geleerd kan worden is dat geweld een manier is om problemen op te lossen, of dat geweld iets is waarmee je overal en altijd moet rekenen. Blank wil dat alleen geteld wordt wat 'zinvol' is en het criterium van meaningfulness is voor hem 'that which reasonable citizens consider harmful'. Maar, zo vragen Gerbner et al., waarom juist dat? Hoe weet Blank dat dat de goede vraag is? Waarom niet 'what reasonable citizens consider helpful? Is that less meaningful?' (1977b, p. 297).

### Ten slotte

De culturele-indicatorenbenadering is niet boven kritiek verheven; integendeel. Maar wanneer de thans zo veelvuldig aan te treffen kritiek eens daar zou beginnen waar de benadering staat, en dan zou toetsen waar het bij message system analysis en cultivation analysis werkelijk om gaat, dan zou er wellicht meer inzicht in de onderzochte verschijnselen gewonnen kunnen worden. Dat is nu niet het geval. Het belangrijkste probleem zou wel eens kunnen zijn dat er een zo nieuwe theorie achter schuilt dat voorshands de instrumenten om die uit te testen ontoereikend zijn. Maar het wonderlijke is dat de kritiek veelal op twee elementaire punten neerkomt:

1 De indicatoren zijn te neutraal, en passen niet in een vooronderstelling. Nu zullen indicatoren 'sec' altijd iets beperkts hebben. Ook ter zake van econo-

mische en sociale indicatoren kan men gemakkelijk betogen dat 'inkomen' in geld nog niet alles zegt over 'welstand' en 'godsdienst' niet over 'godsvrucht'. Maar dat zijn geen redenen om deze variabelen bij onderzoeken en tellingen buiten beschouwing te laten.

2 Het is blijkbaar moeilijk om cultivatie te zien als iets anders dan de respons die op de stimulus volgt. Misschien is het wel moeilijk om communicatie te zien als iets anders dan een stimulus-responsproces.

Niemand zou zich er over verbazen wanneer een onderzoeker in een gemeenschap waar het enige boek de statenbijbel is (of was) ontdekt dat daardoor het taalgebruik en het normbesef beïnvloed zijn, zonder dat daarmee bewezen is of zelfs maar gesuggereerd wordt dat de 'blijde boodschap' effectief is overgekomen. Maar zodra een andere onderzoeker in een situatie waar het medium toch zeker tot meer contacten heeft geleid een soortgelijke conclusie wil trekken, vallen de critici vol onbegrip over hem heen.

In Nederland wordt vaak naar kritiek op Gerbners opvattingen verwezen, zonder dat de antwoorden op die kritiek ook maar vernoemd worden. 'De belangrijkste kritiek hierop (op de cultivatietheorie - J.S.) is dat Gerbner totaal voorbijgaat aan de individuele verschillen in kijkgedrag en -attitude, die mede de invloed van televisieboodschappen bepalen' zeggen Valkenburg en Vooyoys (1991, p. 88). Zij horen blijkbaar tot degenen die - hun goed recht - onderzoek naar individuele verschillen belangrijk vinden. Maar zulke invloeden zijn nog geen cultivatie. Ook tussen individuele eskimo's bestaan verschillen, desondanks is het mogelijk om in het algemeen iets te zeggen over invloed van een koude omgeving op mensen. 'Individuen blijken wel degelijk te verschillen in hun programmakeuze en voorkeur. (...) Juist het kijken naar programmatypen waarin geweld een belangrijke plaats inneemt, lijkt dus cultivatie-effecten in de hand te werken.' (idem). Een belangrijke tegenvraag is of die verschillen in keuze ook leiden tot een heel andere tv-consumptie. Gerbner et al. constateren in het Amerikaanse *Message System*, waar de kijkers zich al kiezend verdelen over vooral de drie grote networks, grote overeenkomsten die als algemene kenmerken worden geformuleerd, en zij relateren die aan cultivatie. Elders in de wereld moeten we volstaan met te constateren dat het aanbod ongetwijfeld afwijkt, maar beschikken we niet over voldoende inhoudsanalyses om te zeggen hoe het er dan uitziet. Opmerkingen als dat het verschil maakt of men een crime-programma ziet of een kookprogramma, hoe waar ook, zeggen niets over cultivatie: daar gaat het er om waarmee de kijker wordt geconfronteerd tot wel acht uur per dag, zeven dagen per week, twee en vijftig weken per jaar enkele tientallen jaren lang, en dat is in het Amerikaanse aanbod dan onvermijdelijk enorm veel 'drama' en bijgevolg enorm veel geweld. (Zou er een zware kijker te vinden zijn die al 30.000 uur kookprogramma's gezien heeft?). Het is gemakkelijk in Nederlandse verhoudingen na te rekenen: een voetbalfanaticus zal misschien op

zijn scherm gemiddeld twee wedstrijden per week kunnen zien, en nog eens drie uur aan samenvattingen in het weekeinde. Zelfs al zou hij deze (hooggeschatte) getallen via videorecorder en kabelaansluiting kunnen verduubbelen, dan nog keek hij niet meer dan gemiddeld twee uur per dag. Om een zware kijker te zijn moet men heel wat van de programma's die een hoge kijkdichtheid halen gezien hebben.

Vrugt en Buys menen (1992, p. 315) dat Gerbners cultivatiehypothese stelt dat de visie van zware kijkers op de sociale werkelijkheid sterk bepaald wordt door de werkelijkheid zoals die op de televisie naar voren komt, en ook dat het niet hoeft te verwonderen dat de samenhang tussen seksestereotype en televisiekijken gering is, omdat personen die veel televisie kijken niet naar dezelfde (seksestereotype-)activerende programma's hoeven te kijken. Mocht dat laatste juist zijn (en waarom dit deel van de Gerbners theorie niet onderzocht en toch betwijfeld wordt krijgt geen verklaring), dan is er volgens de cultivatiehypothese geen reden om cultivatie-effecten te verwachten. Bovendien laten deze onderzoekers om het onderzoek niet te moeilijk te maken jongeren klassikaal naar een deel van één programma kijken, en worden bij hun analyse zware en lichte kijkers niet onderscheiden. Dat een experiment waarbij proefpersonen een kort filmpje wordt voorgezet andere resultaten krijgt dan een onderzoek waar de gevolgen worden nagegaan van boven beschreven lange tijd en vele uren geconfronteerd worden met bepaalde opvattingen, is niet verwonderlijk, maar zegt niets over de cultivatietheorie.

Onderzoek onder eskimo's wordt niet bestreden door bij een sneeuwbuui in Nederland te gaan enquêteren. Toch zou het de aandacht verdienen om te onderzoeken of de cultivatiehypothese opgaat in Europa. Doch om een onderzoek te repliceren, om een theorie te roetsen of te weerleggen dient men van de uitgangspunten van die theorie uit te gaan, of er minstens kennis van te nemen. Kennelijk is er toch een hardnekkigheid in het vasthouden aan oude paradigma's: de media zijn instrumenten, ten goede of ten kwade of neutraal, maar altijd in termen van de achterliggende opzet. Dat de media niet instrumenten zouden zijn maar een synthetisch en symbolisch milieu, is blijkbaar moeilijk te vatten. Zo'n benadering wordt dan ook bestreden met argumenten in de 'ieder een kan toch zien dat de zon in het oosten opgaat'-klasse. Studenten, die een 'beter inhoudsanalytisch instrument' dan Gerbners CI-instrument ontwikkelen (niet moeilijk natuurlijk), of anderen die cultivatie toch maar een gewoon effect vinden, leven waarschijnlijk nog steeds in de periode van een pre-galileiaansche communicatiewetenschap.

#### NOTEN

1 Dit artikel is een herziene en geactualiseerde versie van een eerder door de auteur gepubliceerd manuscript. Vgl.: Stappers, J.G. (1991). Cultuur en culturele indicatoren; een paradigmawisseling. In A.J.A. Felling & J. Peters (Eds.), *Cultuur en Sociale Wetenschappen* (pp. 107-126). Nijmegen: ITS.

2 Zegt Colin Cherry in de discussie tegen George Gerbner (vgl. Gerbner, 1967, p. 449-450).

3 Een groot deel van Hirsch' opmerkingen is als onderzoekstechnische kritiek op de uitkomsten van Gerbners onderzoek te beschouwen, daarnaast verricht hij echter een replicatie van bepaalde onderzoeken waarbij hij de 'niet-kijker' aan het ene uiteinde van een schaal plaatst en de 'zware kijker' aan het andere. Ook dat is een miskenning van de uitgangspunten van de culturele-indicatorenbenadering, maar een totaal andere dan die welke hier verder aan de orde komen.

#### LITERATUUR

- Adorno, Th.W. (1954). How to look at television. *Quarterly of Film, Radio and Television*, 8, 229-235.
- Barwise, T.P., Ehrenberg, A.S.C., & Goodhardt, G.J. (1982). Glued to the box? Patterns of repeat-viewing. *Journal of Communication*, 32, 22-29.
- Blank, D.M. (1977a). The Gerbner violence profile. *Journal of Broadcasting*, 21, 273-279.
- Blank, D.M. (1977b). Final comments on the violence profile. *Journal of Broadcasting*, 21, 287-296.
- Bouwman, W.A.G.A., & Stappers, J.G. (1984). The dutch violence profile: a replication of Gerbner's message system analysis. In G. Melischek, K.E. Rosengren & J.G. Stappers (Eds.), *Cultural Indicators: An International Symposium* (pp. 113-128). Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Bouwman, W.A.G.A. (1984). Cultivation analysis: the dutch case. In G. Melischek, K.E. Rosengren & J.G. Stappers (Eds.), *Cultural Indicators: An International Symposium* (pp. 407-422). Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Bouwman, W.A.G.A. (1987). *Televisie als Cultuurschepper*. Amsterdam: VU-Uitgeverij. (Dissertatie Katholieke Universiteit Nijmegen.)
- Coffin, T.E., & Tuchman, S. (1973a). Rating television programs for violence: a comparison of five surveys. *Journal of Broadcasting*, 17, 3-20.
- Coffin, T.E., & Tuchman, S. (1973b). A question of validity: some comments on 'apples, oranges, and the kitchen sink'. *Journal of Broadcasting*, 17, 31-33.
- Eleey, M.F., Gerbner, G., & Signorielli, N. (1973a). Apples, oranges and the kitchen sink: an analysis and guide to the comparison of 'violence ratings'. *Journal of Broadcasting*, 17, 21-31.
- Eleey, M.F., Gerbner, G., & Signorielli, N. (1973b). Validity indeed! *Journal of Broadcasting*, 17, 34-35.
- Gerbner, G. (1958). On content analysis and critical research in mass communication. *Audio-Visual Communication Review*, 6, 85-108.
- Gerbner, G. (1960). The interaction model: perception and communication. In J. Ball & F.C. Byrnes (Eds.), *Research, Principles and Practices in Visual Communication* (pp. 4-15). East Lansing.
- Gerbner, G. (1963). Mass communication and the humanization of homo sapiens. *AAUW Journal*, 56, 102-104.
- Gerbner, G. (1966). On defining communication: still another view. *Journal of Communication*, 16, 99-103.
- Gerbner, G. (1967a). Mass media and human communication theory. In F.E.X. Dance (Ed.), *Human Communication Theory* (pp. 40-60). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Gerbner, G. (1967b). An institutional approach to mass communications research. In L. Thayer (Ed.), *Communication: Theory and Research* (pp. 429-451) Springfield (Ill.).
- Gerbner, G. (1969). Toward 'cultural indicators': the analysis of mass mediated public message systems. *Audio-Visual Communication Review*, 17, 137-148.
- Gerbner, G. (1970). Cultural indicators: the case of violence in television drama. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 388, 69-81.
- Gerbner, G. (1972a). Violence in television drama: trends and symbolic functions. In G.A. Comstock & E.A. Rubinstein (Eds.), *Television and Social Behavior (Vol. I: Media Content and Control)* (pp. 28-187). Washington D.C.
- Gerbner, G. (1972b). Mass communication, environment of social behaviour. In *Communication and Human Condition* (pp. 445-463). Barcelona.
- Gerbner, G. (1972c). Communication and social environment. *Scientific American*, 227, 153-160.

- Gerbner, G. (1973). Cultural indicators: the third voice. In G. Gerbner, L.P. Gross & W.H. Melody, *Communications Technology and Social Policy. Understanding the New 'Cultural Revolution'* (pp. 555-573). New York.
- Gerbner, G. (1976). *Where We Are and Where We Should Be Going*. Paper presented at the IAMCR-conference, Leicester.
- Gerbner, G., & Gross, L.P. (1976). The scary world of TV's heavy viewer. *Psychology Today*, 9, 41-45 & 89.
- Gerbner, G., Gross, L.P., Eleey, M.F., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli N. (1977a). The Gerbner violence Profile - an analysis of the CBS report. *Journal of Broadcasting*, 21, 280-286.
- Gerbner, G., Gross, L.P., Eleey, M.F., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli N. (1977b). One more time: an analysis of the CBS 'final comments on the violence profile'. *Journal of Broadcasting*, 21, 297-303.
- Gerbner, G., Gross, L.P., Morgan, M., & Signorielli, N. (1979). On Wober's televised violence and paranoid perception: The view from Great Britain. *Public Opinion Quarterly*, 43, 123-124.
- Gerbner, G., & Gross, L.P. (1979). A reply to Newcomb's 'humanistic critique'. *Communication Research*, 6, 223-230.
- Gerbner, G. (1979). Television's influence on values and behavior. *Masscommunicatie*, 7, 215-222.
- Goodhardt, G.J. (1966, december 31). Constant in duplicated television viewing. *Nature*, p. 1616.
- Goodhardt, G.J., Ehrenberg, A.S.C. & Collins, M.A. (1975). *The Television Audience: Patterns of Viewing*. Farnborough.
- Hendriksen, P.M. (1979). Omroepen in de woestijn. *Masscommunicatie*, 7, 55-66.
- Hirsch, P.M., (1980a). On Hughes' contribution: the limits of advocacy research. *Public Opinion Quarterly*, 44, 411-413.
- Hirsch, P.M. (1980b). The scary world of the nonviewer and other anomalies. A re-analysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis (Part I). *Communication Research*, 7, 403-456.
- Hirsch, P.M., (1981a). On not learning from one's own mistakes. A re-analysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis (Part II). *Communication Research*, 8, 3-37.
- Hirsch, P.M., (1981b). Distinguishing good speculation from bad theory. Rejoinder to Gerbner et al. *Communication Research*, 8, 73-95.
- Horton, D., Mauksch, H.O., & Lang, K. (1951). *Chicago Summer Television; July 30-August 5, 1951*. Chicago (Ill.): NAEB.
- Hughes, M. (1980). The fruits of cultivation analysis: a re-examination of the effects of television watching on fear of victimization, alienation, and the approval of violence. *Public Opinion Quarterly*, 44, 287-302.
- Kracauer, S. (1947). *From Caligari to Hitler*. Princeton.
- McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 35, 176-187.
- McLuhan, H.M., & Fiore, Q., (1967). *The Medium is the Massage*. New York: Bantam.
- Merton, R.K. (1952). Introduction. In D.W. Smythe, *New York Television; January 4-10, 1951-1952*. Urbana (Ill.): NAEB.
- Morgan, M. (1990). International cultivation analysis. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation Analysis; New Directions in Media Effects Research* (pp. 225-249). Newbury Park: Sage.
- Newcomb, H. (1978). Assessing the violence profile studies of Gerbner and Gross. A humanistic critique and suggestion. *Communication Research*, 5, 264-282.
- Remmers, H.H., & Mainer, R.E. (1954). *Four Years of New York Television 1951-1954*. Urbana (Ill.): NAEB.
- Rice, E. (1930). *Voyage to Purulia*. New York.
- Seydel, E.R. (1989). *Kanker en het algemene publiek; Experimenten met kankervoorlichting*. (Dissertatie.) Enschede: Universiteit Twente.
- Smythe, D.W. & Campbell, A., (1951). *Los Angeles Television; May 23-29, 1951*. Urbana Ill.: NAEB.
- Smythe, D.W. (1952). *New York Television; January 4-10, 1951-1952*. Urbana (Ill.): NAEB.
- Smythe, D.W. (1953a). *New Haven Television; May 15-21, 1952*. Urbana (Ill.): NAEB.
- Smythe, D.W. (1953b). *Three Years of New York Television 1951-1953; January 4-10*. Urbana (Ill.): NAEB.
- Stappers, J.G., & Manschot, B.J.A.M. (1964). *Kiezend Kijken. Verslag van een Televisie Onderzoek (Deel II: Vier Weken Televisie; Vergelijking van het Nederlandse en het Duitse Programma (21 maart-17 april 1962))*. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Stappers, J.G., & Manschot, B.J.A.M. (1966). *Televisie en Kinderen (Deel III: De Programma's Onderzocht)*. Amsterdam.
- Stappers, J.G. (1984). Cultural indicators: a possible source of confusion. In G. Melischek, K.E. Rosengren & J.G. Stappers (Eds.), *Cultural Indicators: An International Symposium* (pp. 105-110). Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Stappers, J.G. (1984). De eigen aard van televisie; tien stellingen over cultivatie en culturele indicatoren. *Masscommunicatie*, 12, 249-258.
- Stappers, J.G., Reijnders, A.D., & Möller, W.A.J.M. (1990). *De werking van massamedia (2e dr.)*. Amsterdam: Arbeiderspers.
- Valkenburg, P.M., & Vooyo, M.W. (1991). TV-geweld en angst. Een nuancering van cultivatie-effecten. *Masscommunicatie*, 19, 87-100.
- Voort, H.A. van der (1984). Twaalf stellingen over theorie en onderzoek van G. Gerbner. *Masscommunicatie*, 12, 236-248.
- Vrugt, A., & Buys, S. (1992). Sekstereotype opvattingen van jongeren uit verschillende sociaal-economische klassen en de invloed van een aflevering van een populair televisieprogramma. *Masscommunicatie*, 20, 313-325.
- Wober, J.M. (1978). Televised violence and paranoid perception: the view from Great Britain. *Public Opinion Quarterly*, 42, 315-321.
- Wober, J.M. (1979). Televised violence and viewers' perceptions of reality: a reply to criticisms of some british research. *Public Opinion Quarterly*, 43, 271-273.
- Wober, J.M., & Gunter, B. (1982). Television and personal threat: fact or artefact? A british survey. *British Journal of Social Psychology*, 21, 239-247.
- Wober, J.M. (1984). Prophecy and prophylaxis: predicted harms and their absence in a regulated television system. In G. Melischek, K.E. Rosengren & J.G. Stappers (Eds.), *Cultural Indicators: An International Symposium* (pp. 423-439). Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Wober, J.M. (1990). Does television cultivate the British? Late 80s evidence. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation Analysis; New Directions in Media Effects Research* (pp. 207-224). Newbury Park: Sage.
- Wolfenstein, M., & Leites, N. (1950). *Movies: A Psychological Study*. Glencoe (Ill.): Free Press.

#### ABSTRACT

James Stappers. *Cultural indicators. A literature study about a change in paradigms. Masscommunicatie, 1993/2, p. 81-101*

Gerbner's cultivation theory developed out of the care that existed around the reality character of the film and later television, and the worry about the large amount of violence that could be found in entertainment. But the theory as such is more than that. It combines content analysis and audience analysis, in that it assumes that television is, to the heavy viewer, a synthetic symbolic, man-made environment. In McLuhan's words, the environment is what you do not see, but it influences you nevertheless. TV-reality is to the heavy viewer what the arctic reality is to the eskimo. Television is today's storyteller, and cultivates attitudes and behavior. Such cultivation is quite different from the 'normal science' stimulus-response effects. Whether the cultivation theory is applicable at all, or more especially in other countries than the USA should be studied, but starting from the assumptions that are underlying it as it is. Many critics first translate concepts from this theory into the old stimulus-response effects, and overlook the fact that cultural indicators approach is a quite new way of looking at things, and can be considered as a new paradigm.