

dan is elke wetenschap bij voorbaat onmogelijk of waardeloos, aangezien elke generalisatie een adering is waarbij met het bloed van de Directie Relatie het leven wegebt. Het wordt wel erg moeilijk socioloog te zijn als men als zodanig alleen geslaagd kan heten wanneer men bereid is zich onder de arme boeren te begeven en met hen bruine bonen uit éénzelfde nap te eten.

Ik zou het Nederlandse sociologenvolkje wel eens op een mooie schaal willen uitzetten. Geheel rechts: de precieze verificateurs met hun rekenlineaals en ander technisch materieel. Geheel links: de korte-broekendragers met hun afkeer voor de zelfbevredigingspraktijken der theoretici, de 'pluizers'. In de middenposities de lieden die met behulp van een verantwoorde sociologie, voorzien van de nodige hulpmiddelen, technieken en methoden bij voorbaat maatschappelijk direct relevante vraagstukken willen aanvatten en iets meer naar rechts nog de mensen die in het verderbrengen van het vak, in het wetenschappelijke of het universitaire bedrijf wel muziek zien en hieruit een indirect maatschappelijk nut zien voortvloeien.

Er is één type dat zich niet in deze schaal laat persen: de socioloog-profeet. Een van de laatste vertegenwoordigers van deze categorie heeft onlangs zijn Rotterdamse profetenmantel uitgetrokken; hij heeft zijn zegje gezegd en men kan tenslotte niet altijd van honing en sprinkhanen blijven leven.

14 juli 1961

Naar aanleiding van een gesprek met een vriendje: het begrip 'relevantiekaders' kan toch wel misverstanden doen rijzen. Wanneer men in de populaire discussie spreekt van 'wetenschappelijke' en 'maatschappelijke' relevantie zou de vermoede polariteit van deze begrippen wel eens de opvatting kunnen doen ontstaan dat de wereld van de wetenschap als zodanig onmaatschappelijk zou zijn, zich ergens als een bemante satelliet buiten de dampkring van de samenleving bewegend. De wetenschap vindt haar beoefening tenslotte toch binnen tal van institutionele kaders, wordt gedragen en voortgebracht door georganiseerde groepen 'human agents', heeft directe of indirecte maatschappelijke taken. Wij weten tenslotte dat er naast een toenemende verwetenschappelijking van de maatschappij een vermaatschappelijking van de wetenschap geconstateerd kan worden.

Hoe het ook zij: voor mijn gevoel zijn er ook in het huis van de sociologie vele woningen. Er mag een knutselkamertje zijn voor de experimentele jongens, een bibliotheekje voor de theoretici, een voorlichtingskantoor en een perskamertje voor de populaire stukjes-schrijvers, een operatiekamertje voor de positivisten en voor mijn part een bedsteedje voor de verstehende socioloogjes. Wie zullen we buiten in de regen laten staan? Ik stel voor: de 'displaced social workers' à la Huizer — omdat zij aan de grondslag van de wetenschap als wetenschap knagen.

BESPREKINGSARTIKEL

J. T. KLAPPER, *The Effects of Mass Communication An Analysis of the Effectiveness and Limitations of Mass Media in Influencing the Opinions, Values, and Behavior of their Audiences*, Glencoe, Ill. : Free Press, 1960. XVIII + 302 pp

De literatuur over het effect van de massa-media groeit zo snel, dat vrijwel niemand nog in staat is haar in haar geheel te blijven overzien. Daardoor bestond er een dringende behoefte aan een overzicht, zoals Klapper ons nu gegeven heeft. Hij heeft een duizendtal publicaties bekeken en hiervan 270 in dit boek verwerkt. Weliswaar heeft hij alleen de Amerikaanse literatuur

verwerkt met uitzondering van twee studies over de Britse televisie, maar dit is niet zo'n ernstig bezwaar, omdat juist op dit gebied de Amerikaanse literatuur zeer sterk overheeft.

Een gevaar van een dergelijk overzicht is, dat het een aaneenrijging wordt van samenvattingen van onderzoekingen, die soms zo kort zijn, dat men hier weinig meer aan heeft. De enige manier om dit te voorkomen is het geheel in te passen in een theoretisch schema. Dit heeft Klapper dan ook getracht te doen, al geeft hij volmondig toe, dat dit schema nog zeer vaag en onvolledig is en bovendien nog wel enige herziening zal behoeven. Het zijn gewoonlijk niet de minste onderzoekers, die eerlijk durven erkennen dat hun werk verre van volmaakt is. De beste wijze om de lezer een beeld te geven van Klappers boek lijkt daarom enkele generalisaties van dit schema te bespreken.

Generalisatie 1 Massa-communicatie is *gewoonlijk* niet noodzakelijk of voldoende om gevolgen bij het publiek te veroorzaken, maar functioneert veeleer te midden van en door middel van een complex van tussenliggende factoren en invloeden.

Generalisatie 2 De massa-media hebben in het algemeen meer kans de bestaande toestand te versterken dan te veranderen. De tussenliggende factoren werken in de regel zodanig, dat de massa-communicatie een bijkomende factor, maar niet de enige oorzaak, is in een proces, dat de bestaande toestand versterkt.

Het heeft dus minder zin om te zoeken naar een specifiek effect van de massa-communicatie dan om de processen te analyseren, waarbij deze communicatie een rol speelt naast andere factoren. Vaak zijn deze processen zodanig, dat niet alle groepen van het publiek op dezelfde wijze op de massa-communicatie reageren. Zo blijkt er bijv. een neiging te bestaan om zich open te stellen voor die communicatie die in overeenstemming is met de opvattingen, welke men al heeft; als men zich al eens voor communicatie openstelt die hiermee niet geheel in overeenstemming is, dan zal men hieruit gewoonlijk vooral datgene opmerken wat wel in overeenstemming is met deze opvattingen en als men tenslotte toch nog iets heeft opgemerkt, wat ermee in strijd is, zal men dit vrij snel weer vergeten of verwerpen. Klapper vermeldt hiervoor wel tal van bewijzen, maar gaat er niet zo diep op in, dat hij deze verschijnselen tracht te verklaren. Toch zou dit waarschijnlijk wel mogelijk zijn geweest met behulp van Festingers dissonantie-theorie en overeenkomstige theorieën.¹⁾ Een andere reden waarom de massa-media gewoonlijk geen grote veranderingen in het gedrag veroorzaken, is dat de meeste mensen in sterke mate beïnvloed worden door opinieleiders, die zich gewoonlijk strenger houden aan de groepsnormen dan hun volgelingen. Hier volgt schr. dus de bekende theorie van Homans, die wel veel, maar niet alle onderzoekingsresultaten kan verklaren; Blau²⁾ kwam bijv. tot een tegengestelde conclusie. Mogelijk is de leider, doordat hij vrij zeker is van zijn sociale positie in de groep *soms* juist bijzonder goed in staat om de groepsnormen te wijzigen.

Tenslotte zullen de commerciële massa-media zelden meningen verkondigen, die in strijd zijn met de algemeen gehuldigde opvattingen, omdat zij hierdoor klanten kunnen verliezen.

Een voorbeeld van het feit, dat het effect van de communicatie bepaald wordt door de functie, die deze communicatie vervult voor het publiek, geeft ook een onderzoek van de Riley's. Zij vonden, dat de kinderen die lid zijn van een

¹⁾ Een beknopt overzicht van deze theorieën is gegeven in verschillende artikelen van een speciaal nummer over verandering van attitudes in *Public Opinion Quarterly*, Summer 1960.

²⁾ *Patterns of Deviation in Work Groups*, *Sociometry*, 23 (1960), 245—261.

vriendengroep, radio- en T.V.-programma's gebruiken als basis voor nieuwe spelletjes. Degenen, die meer geïsoleerd staan, gebruiken deze programma's daarentegen juist voor fantasieën, waarmee ze de werkelijkheid ontvluchten. Zo hebben ook deze programma's dus de neiging om de bestaande toestand te versterken.

Generalisatie 3. Als massa-communicatie een rol speelt bij een verandering, is het waarschijnlijk dat één van de volgende twee omstandigheden bestaan:

- a. de tussenliggende factoren werken niet en de massa-media hebben een direct effect of
- b. de tussenliggende factoren, die normaal ten gunste van de bestaande toestand werken, werken nu juist in de richting van een verandering.

Deze derde generalisatie is eigenlijk een logische consequentie van de beide voorgaande. Dat de tussenliggende factoren niet werken kan bijv. voorkomen bij het vormen van een mening over een punt, waarover de lezer en zijn groepsgenoten nog geen mening hadden, zoals over de leiders van een revolutie in een klein land ergens ver weg. Zoals gezegd versterken de groepsnormen gewoonlijk de bestaande toestand; het onderzoek van de verkiezingen heeft dan ook aangetoond, dat juist de mensen, die tegelijkertijd behoren tot groepen met verschillende politieke overtuigingen, veel kans hebben om in de loop van een campagne van opvatting te veranderen. Ook zijn bepaalde personen sterk voor beïnvloeding vatbaar; volgens de onderzoeken van Hovland c.s. hebben deze mensen in het algemeen geen hoge dunk van zich zelf, maar is deze vatbaarheid onafhankelijk van de intelligentie. De proeven van Crutchfield, die wel een samenhang met intelligentie vond, worden echter niet vermeld.³⁾

Juist voor deze generalisatie had schr. iets meer gebruik kunnen maken van de onderzoeken over het aanvaarden van nieuwe landbouwmethoden, waarbij men veelal zowel aandacht heeft besteed aan de invloed van massa-media als aan de invloed van andere factoren op het veranderingsproces.⁴⁾ Deze onderzoeken tonen aan, dat een verandering in landbouwmethode gewoonlijk een langdurig proces is, waarbij in de eerste stadia vooral de massa-media van invloed zijn en in de latere stadia veel meer de persoonlijke contacten met andere boeren en met deskundigen. De massa-media zijn hierbij vooral van belang om belangstelling te wekken voor een nieuwe methode. Het zal echter ook wel eens gebeuren, dat men al bewust zoekt naar de oplossing van een probleem, als een massa-medium hier informatie over brengt. Hier ligt waarschijnlijk de oorzaak, dat de opinieleiders vaak in sterkere mate beïnvloed worden door massa-media dan hun volgelingen (two step flow of communications), want zij zijn juist leider op het gebied waarop zij zich van de problemen eerder bewust zijn dan hun volgelingen. Het blijkt echter wel, dat ook de opinieleiders niet alleen door massa-media worden

³⁾ Conformity and Character, *American Psychologist*, 10 (1955), pp. 191—198.

⁴⁾ o.a. E. A. Wilkening, Roles of communicating agents in technological change in agriculture, *Social Forces*, 34, (May 1956), p.p. 361—367.

J. M. Bohlen en G. M. Beal, Hoe vinden nieuwe landbouwmethoden ingang? *Landbouwvoorlichting* 15, (jan. 1958), pp. 29—36.

G. M. Beal en E. M. Rogers, The Adoption of two Farm Practices in a Central Iowa Community, *Special Report no. 26 Agricultural and Home Economics Experiment Station*, Iowa State University, 1960.

beïnvloed, maar vooral in de latere stadia van het aanvaardingsproces ook in sterke mate door persoonlijke contacten, zij het dan ook dat zij deze contacten vaker buiten hun dorp vinden dan hun volgelingen. ⁵⁾ In vooruitstrevende streken is het ook niet zo, dat de contacten met andere boeren de invoering van nieuwe methoden sterk tegenhouden, want volgens de theorie van Homans zijn hier de opinie-leiders bijzonder vooruitstrevend. Onder dergelijke omstandigheden, waar verandering normaal is, spelen de massa-media dus een voortdurende, zij het bescheiden rol in dit veranderingsproces, i.p.v. de bestaande toestand te versterken. Mogelijk is dit ook elders in het maatschappelijke leven wel *iets* vaker het geval dan Klapper ons doet veronderstellen.

In twee verdere generalisaties gaat schr. dieper in op de directe effecten, die media kunnen uitoefenen en op de betekenis van de wijze, waarop het medium gebruikt wordt. Aan dit laatste punt wordt in dit boek echter slechts weinig aandacht gegeven; de naam van Flesch zal men er bijv. vergeefs in zoeken. De literatuur over de opbouw van de communicatie zelf is zo omvangrijk, de uitkomsten zijn zo gevarieerd en het onderzoek is zo zelden gebaseerd op een enigszins algemeen geldende theorie dat ettelijke jaren nodig zouden zijn om hier een samenvatting van te maken. Toch is dit een onderwerp, waar de praktijk naar mijn indruk veel belangstelling voor heeft.

Schr. geeft bijzonder veel aandacht aan de invloed, die de uitbeelding van misdaden en geweldpleging in de media hebben, aan de invloed van de massa-media op de passiviteit van het publiek en haar neiging om de werkelijkheid te ontvluchten in een irrealistische droomwereld en aan de invloed op kinderen van de televisieprogramma's, die voor volwassenen bestemd zijn. Hij blijkt in staat te zijn ook de resultaten van onderzoeken hierover in zijn theoretisch schema in te passen. Ook hier wordt het effect van de communicatie bepaald door de functie, die zij voor het publiek vervult, zodat er vooral gevaren dreigen voor die groepen, die in de normale maatschappij toch al aan gevaren waren blootgesteld.

Er wordt op gewezen, dat de onderzoeken over het effect van massacommunicatie vrijwel allemaal alleen aandacht geven aan de effecten op vrij korte termijn. Vrijwel nooit gaat men verder dan het onderzoek van de B.B.C., die een enquête hield in een gebied waar nog geen televisie was en een jaar later onderzocht wat er veranderd was toen sommige gezinnen wel televisie hadden gekregen. Ik heb de indruk, dat het nog niet mogelijk is te onderzoeken wat de invloed van een dagblad is op iemands politieke overtuiging, als hij niet alleen zelf altijd dit blad heeft gelezen, maar zijn vader en grootvader dit ook al hebben gedaan. De politieke overtuiging is dan immers ook door zeer veel andere factoren beïnvloed. De onmogelijkheid om dit te onderzoeken bewijst echter niet, dat deze invloed gering is.

Aan de uitgebreide literatuur over het gebruik van massa-media bij onderwijs heeft schr. geen aandacht besteed, evenmin als aan de literatuur op het gebied van de reclame. Dit eerste is geen ernstig bezwaar daar E. deS. Brunner hier onlangs heel wat van heeft samengevat. ⁶⁾ Van het laatste is mij geen goede samenvatting bekend, maar toch heeft schr. dit m.i. terecht niet in zijn onderzoek betrokken. Deze literatuur is immers grotendeels niet gepubliceerd, zodat het moeilijk is haar samen te vatten en het sterk toegepaste karakter

⁵⁾ Beal and Rogers *op. cit.* p. 16 en 19 en E. M. Rogers and M. D. Yost, Communication Behavior of County Extension Agents, *Ohio Agr. Exp. Station Research Bull.* 850, p. 19 en 23.

⁶⁾ *An overview of Adult Education Research*, Adult Education Association, Chicago, Ill., 1959.