

Is de wereld beter af zonder televisie?

door Henk Westerik

De opinies over de krant, de radio en de televisie lopen onder christenen nogal uiteen. De een noemt zijn televisietoestel 'een duivelskastje', terwijl een ander over een tv-programma zegt: "Dat is de enige manier waarop God in mijn leven komt." Een derde toont zich daarentegen weer heel bezorgd over het effect van het zien van veel geweld op de ontwikkeling van zijn kinderen.

Om aan die discussie bij te dragen, wordt in dit artikel een overzicht gegeven van resultaten uit onderzoek. Allereerst wordt stilgestaan bij de vraag naar de 'functies' van de media: aan welke behoeften of vragen komen de media tegemoet? Vervolgens wordt ingegaan op de 'effecten' van de media. De vraag is dan: oefenen de media ook ongevroegd invloed uit op ons leven?

Allereerst dus de functies van de media. Als je de mensen vraagt waarom ze de media gebruiken, krijg je daarop doorgaans een of meerdere van de onderstaande antwoorden:

- (1) ik gebruik de media, omdat die me informeren over wat zich in de wereld afspeelt;
- (2) ik gebruik de media om een mening te vormen over de wereld waarin wij leven;
- (3) ik gebruik de media om iets te leren;
- (4) ik gebruik de media, omdat die me op een aangename manier bezighouden, amusement bieden.

Naar deze iedereen bekende functies is volop onderzoek gedaan. Een leuk onderzoek op dit gebied is dat van Lichtenstein en Rosenfeld uit 1983. Hierbij kwam naar voren dat boeken lezen, naar de film gaan, en naar muziek luisteren puur werden gezien als ontspanning. Naar de radio luisteren werd enerzijds gezien als een manier om op de hoogte te blijven en anderzijds als een manier om aan problemen te ontsnappen - maar niet als een manier om problemen op te lossen. Kranten en tijdschriften werden vooral voor hun informatiefunctie gelezen. Televisie kijken deed men vooral om bij te blijven of om de tijd te doden.

De media en onze ingebouwde klok

Niet alle functies van de media worden echter door iedereen als dusdanig herkend. Een goed voorbeeld daarvan is de functie van de media voor onze tijdbeleving. Deze functie heeft te maken met onze 'ingebouwde klok', iets in onze hersenen dat er o.a. voor zorgt dat mensen 'vanzelf' slaperig worden en na verloop van tijd weer 'vanzelf' wakker worden.

Het merkwaardige van deze ingebouwde klok is, dat die bij de meeste mensen niet op tijd loopt. Bij sommige mensen loopt de klok te snel: die mensen zouden elke dag wel een uur eerder willen beginnen. Bij andere mensen loopt de klok daarentegen te langzaam: die mensen willen 's avonds te lang doorgaan.

Beide soorten mensen hebben dus een manier nodig om hun klok weer op tijd te zetten. Dit doen ze o.a. door bepaalde gewoonten te ontwikkelen. Daarin zouden de media in toenemende mate een rol kunnen spelen. 'Hoe vertel ik mijn hersenen dat het acht uur 's avonds is? Ik ga met mijn gezin op de bank zitten, we drinken koffie en kijken naar het journaal.'

Altijd op zoek naar iets nieuws

Een andere functie van de media, waar de meeste mensen ook niet bij stilstaan, is dat ze tegemoet komen aan onze ingebouwde neiging altijd iets nieuws te willen horen, zien of lezen. Honger naar 'iets nieuws' is waarschijnlijk van alle tijden. Het Nieuwe Testament vermeldt bijvoorbeeld dat 'al de Atheners en de vreemdelingen die zich daar ophielden, voor niets anders tijd over hadden dan om iets nieuws te zeggen of te horen'; neuropsychologen menen inmiddels te hebben aangetoond dat onze hersenen overwegend positief reageren, als ze iets nieuws zien. Als iemand iets voor een tweede keer ziet, is die reactie veel minder sterk. De verleiding is dus groot alsmaar op zoek te gaan naar iets nieuws. En aan die vraag kunnen de media tegemoet komen.

Eenzaamheid en de media

Een derde functie van de media, waar we ons zelden rekenschap van geven, is dat ze ons kunnen helpen om onze gevoelens van eenzaamheid de baas te worden. Mensen zijn sociale wezens, op zoek naar contact. En als dat in het alledaagse leven niet lukt, kun je daarvoor een vervanging zoeken in de media. Uit onderzoek komt naar voren dat mensen die zich relatief vaak eenzaam voelen, ook vaak sterk geneigd zijn tv-persoonlijkheden als hun vriend te beschouwen. Samenvattend kan men dus over de functies van de media zeggen, dat het gebruik van de media concurreert met al langer

bestaande vormen van tijdbesteding. De media zetten je voor een keuze. Men kan voor het slapen gaan een gebed doen - maar men kan ook naar *Met het oog op morgen* luisteren. Men kan de wereld ontdekken, maar men kan ook de wereld tot zich laten komen. Men kan in relaties investeren, maar men kan zich ook hechten aan de helden van de media. De media zijn dus verleidelijk. Maar dwingend?

De media kunnen niet dwingen...

In de communicatiewetenschap geloven niet zoveel mensen meer in de dwingende invloed van de media. In het voormalige Oostblok vertelden de media altijd over de grote voordelen van het communisme. Maar raakten de mensen daardoor overtuigd? Het NOS-Journaal is tegen racisme. Zijn er dus geen racisten meer? De gereformeerde bladen hebben zich doorgaans verbonden aan de gereformeerde leer. Wordt er daarom niet meer getwijfeld? Of, kan een crimineel simpel zeggen: ik ben niet toerekeningsvatbaar, m'n ouders lieten me altijd tv-kijken?

Vooraf in de zogenaamde 'interpretatieve' benaderingen binnen de sociale wetenschappen twijfelt men aan dit soort gedachten. Men redeneert daar ongeveer als volgt: 'Als je een biljartbal een duwtje geeft, weet je precies waar die naar toe rolt. Als je een hond hebt laten merken dat jij de baas bent, gehoorzaamt hij je altijd. Maar mensen kunnen nauwelijks gehoorzamen. Want mensen zien altijd meerdere kanten aan een zaak. Als iemand dreigend op een hond afloopt, weet elke hond precies wat dat betekent: weglopen! Maar als mensen in concentratiekampen in elkaar worden geslagen en vermoord, worden daar boeken vol over geschreven. Voor de een betekent 'Auschwitz' dat de christelijke theologie heeft afgedaan, een ander stelt dat in 'Dachau' God dichterbij was dan ooit.'

Dat soort verschijnselen doet zich ook voor bij het gebruik van de media. In Amerika lieten ze bijvoorbeeld mannen en vrouwen kijken naar een documentaire over het feit dat vrouwen vaak verkracht worden door mannen uit hun kennissenkring. Vervolgens stelde men de vraag: hebben vrouwen er schuld aan, als ze verkracht worden? Uit de antwoorden bleek dat vrouwen door de documentaire meer begrip kregen voor het slachtoffer, terwijl mannen juist meer begrip gingen opbrengen voor de dader.

... en toch wordt de samenleving beïnvloed

Mensen leggen dus datgene wat ze zien, horen of lezen althans ten dele verschillend uit. Dit wordt onder andere begrepen vanuit:

- (a) individuele beslissingen en belevingen;
- (b) individuele mechanismen (bijv. intelligentie, eigenbelang);
- (c) groepsbeleving ('dokters hebben altijd gelijk'); en
- (d) groepsmechanismen ('eigen volk eerst').

De media kunnen wel invloed uitoefenen, als ze op deze factoren in weten te spelen. Een paar voorbeelden:

- * In westerse samenlevingen wordt geweld als oplossing voor persoonlijke conflicten vrij unaniem en openlijk van de hand gewezen. De cultuur staat dus haaks op de media-inhouden, en de media lijken op dit gebied dan ook weinig invloed te hebben. Dat kinderen later gewelddadig worden doordat ze als kind duizenden tv-moorden hebben gezien, is nooit overtuigend aangetoond. En in gevallen waarin er van invloed van televisie sprake lijkt te zijn, kan deze ongedaan worden gemaakt, doordat de ouders met hun kinderen over de televisie praten.
- * De westerse cultuur wijst gewelddadigheid niet in alle contexten van de hand. In spelsituaties wordt bijvoorbeeld een zekere mate van geweld getolereerd. Kinderen schijnen geweld op televisie op deze manier te gebruiken - als een vervanging voor echte gewelddadigheid. Een aanwijzing daarvoor is, dat kinderen die alleen 'brave' televisie mogen zien, daardoor gewelddadiger worden.
- * In westerse samenlevingen praat men in het dagelijks leven niet makkelijk over seksueel geweld tegen vrouwen. Films waarin seksueel geweld tegen vrouwen wordt gebruikt, hebben dus een zeker monopolie op dit gebied. Aangetoond is dat mannen uit die films vaak de conclusie trekken, dat vrouwen seksueel geweld fijn vinden. Ze zeggen naderhand, dat ze door het zien van die films eerder tot dergelijk geweld zouden overgaan.
- * Zelfmoord is in westerse samenlevingen taboe. Ook de media stellen zich daarin terughoudend op. Als echter een prominent persoon zelfmoord pleegt en de pers daar volop aandacht aan geeft, stijgt het aantal zelfdodingen in de periode daaropvolgend.
- * Mensen hebben een slecht geheugen voor dingen die hun niet uitkomen. Soms functioneren de media als geheugensteuntje. Als de media in de Verenigde Staten berichten over het uitspreken van een doodvonnis, daalt het aantal moorden aldaar dezelfde maand gemiddeld met 17,5 procent. Executies waar bijna geen aandacht voor is in de media, lijken daarentegen geen invloed te hebben.
- * Een ander effect dat de media kunnen hebben, wordt wel aangeduid als 'agenda setting': de media beginnen zonder enige aanleiding - maar niet zonder reden - te publiceren over 'het milieu' of over 'samensprekingen met christelijke

gereformeerden'. Plotsklaps heeft iedereen het erover. En soms veranderen er dan ook dingen. Dergelijke effecten zijn meermalen aangetoond, maar aan de andere kant zijn er ook aanwijzingen dat een teveel aan aandacht averechts kan werken. De mensen worden dan zat van het onderwerp en spugen het dan weer uit.

... maar niet het individu

De meest voor de hand liggende conclusie lijkt te zijn: de samenleving, de mensen vragen om de media. De media openen deuren, maar ze dwingen niet om naar binnen te gaan. Of mensen naar binnen gaan, hangt ook nog van andere dingen af. Het individu kan meestal 'nee' zeggen, als hij of zij maar tijdig weet dat hij 'nee' kan zeggen, en waartegen. Opvallend is verder dat de media voor veel dingen uit het echte leven een surrogaat bieden. Niet alleen voor de goede, maar ook voor de kwade dingen.