

Mediated Social Capital: bonding, bridging, linking

Onderzoek naar de rol van media, in het bijzonder een krant, bij de opbouw en instandhouding van een gemeenschap is er in overvloed. Ook bestaat de gedachte dat media een belangrijke rol spelen in en voor een gemeenschap al lang - denk alleen maar aan hetgeen [Tocqueville](#) daarover geschreven heeft. Toch is het verre van eenvoudig te zeggen wat een en ander inhoudt en hoe je dat zou moeten analyseren. Niet dat het aan suggesties, stellingen en modellen ontbreekt. Integendeel.

Voor zover na te gaan werd het eerste onderzoek naar wat je in navolging van de Australische onderzoekster [Kristy Hess](#) vermoedelijk het beste 'mediated social capital' zou kunnen noemen, verricht in de jaren '20 van de vorige eeuw, in de Verenigde Staten en in het bijzonder aan dezelfde universiteit waar men zich op dat moment ook boog over de gemeenschap-maatschappij-discussie: Chicago. Die eerste onderzoeken waren van de hand van socioloog [Robert Park](#) en betroffen met name de (im)migrantenpers. Park kwam tot de conclusie dat kranten een cruciale rol spelen bij de integratie van mensen (migranten) in een wat grotere gemeenschap. Deze observatie c.q. mening werd later enkele tientallen jaren later uitgewerkt door [Morris Janowitz](#). Beiden verkondigden de mening dat er causaal verband bestaat tussen het lezen van een krant en de mate van integratie - wat wel de '[community integration hypothesis](#)' is genoemd. Volgens deze hypothese snijdt het mes aan twee kanten: enerzijds betreft het lezen van kranten mensen in toenemende mate bij een gemeenschap en anderzijds leidt betrokkenheid bij een gemeenschap ertoe dat mensen de lokale krant lezen.

Op ongeveer hetzelfde moment dat Janowitz (ook van de Chicago-school overigens) zijn theorie verkondigde, kwam (eveneens) socioloog Robert Merton met een [complexere theorie](#). Hij betoogde dat het al dan niet lezen van een lokale krant vooral een kwestie van individuele oriëntatie was en maakte dan ook een onderscheid tussen zogenoemde *localites* en *cosmopolitans*.

Latere onderzoekers en dan met name de man die tot op de dag vandaag het meest geciteerde boek over de relatie tussen krant en gemeenschap schreef, [Keith R. Stamm](#), waren de mening toegedaan dat al deze visies veel te eenvoudig en veel te statisch zijn. Het was - en is - allemaal veel complexer. In de woorden van een modern criticus, [Nicholas Jankowski](#):

Stamm's model describes newspaper use across time and he postulates that at different points in time community newspaper readership contributes to establishing community ties, and at other times the opposite occurs: community ties contribute to newspaper use.

Eenzelfde mening wordt verkondigd door een van de weinige Nederlandse onderzoekers die zich intensief met de problematiek beziggehouden hebben: [Henk Westerik](#). Hij promoveerde in 2001 op het onderwerp maar maakte de kwestie zo mogelijk nog ingewikkelder door in een later (2009) [met anderen geschreven artikel](#) te wijzen op de grote betekenis die cultuur heeft op, let wel, het beeld van de relatie tussen mediagebruik en gemeenschapsdeelname. In deze visie gaat het in eerste instantie dus niet zozeer om de vraag hoe media en gemeenschap op elkaar inwerken als wel om de vraag hoe men vanuit verschillende culturen naar die 'inwerking' kijkt.

We criticise this idea for assuming a rigid relation between use of community media and community involvement. Instead, we argue that this relation is to be seen as a social construction.

In Amerikaans onderzoek, zo stellen Westerik c.s., is het gebruikelijk een positieve relatie te leggen tussen mediagebruik en gemeenschapsparticipatie - en wel omdat de cultuur daar sterk sociaal gericht is. In minder 'community oriented cultures' wordt die relatie of correlatie veelal veel minder positief beoordeeld

That is the lesson to be learned from this study: that culture cannot be ignored, and that theories about the media also need to explain why the consequences of community media use in one culture may be different from the consequences of such use in another culture. Theories about universal biological and psychological factors underlying human behaviour tend to ignore this important task, and therefore we need theories about the social construction of reality and actional theories of media use to guide future research.

Om dit hiermee nog altijd abstracte debat handen en voeten te geven, hebben onderzoekers in afgelopen tijd een onderscheid gemaakt tussen de verschillende manieren waarop media en gemeenschap op elkaar inwerken. Hierbij wordt met name gebruik gemaakt van de begrippen *bonding*, *bridging* en *linking*. Deze begrippen zeggen vooral iets over de groep(en) waarop de inwerking betrekking heeft.

Bij *bonding* gaat het om een groep van relatief gelijkgezinden, veelal woonachtig op dezelfde plek. Een krant speelt een rol in het contact tussen de 'leden' van die groep en de plek in kwestie. Om die reden heeft *bonding* veelal een geografische component en is verwant aan wat wel *place attachment* wordt genoemd. Bij *bonding* gaat het daarom vooral om artikelen en berichten die het gevoel van gedeeldheid, intimiteit, trots, ons-kent-ons e.d. versterken. Daarbij valt te denken aan artikelen of foto's over heden en verleden van stad of dorp, verslagen van prestaties van de plaatselijke sportclub, mededelingen of verslagen van plaatselijke cultuurmanifestaties, artikelen over plaatselijke bekende personen en vanzelfsprekend annonces over geboorte, huwelijk en dood.

Bonding social capital	Bridging social capital
Within	Between
Intra	Inter
Exclusive	Inclusive
Closed	Open
Inward looking	Outward looking
"Getting by"	"Getting ahead"
Horizontal	Vertical ^[1]
Strong ties	Weak ties
People who are alike	People who are different
Thick trust	Thin trust
Network closure	Structural holes
Public-good model	Private-good model

Bij bridging gaat het juist om verschillende groepen. Een krant (of ander medium) kan ertoe bijdragen dat men de ander leert kennen. Hiertoe dient hetzelfde soort artikelen en aankondigingen maar het effect ervan is anders. In dit geval gaat het erom dat een buitenstaander via de krant een binnenwereld leert kennen.

Bij linking speelt hiërarchie, macht en opinievorming een rol. Hierbij gaat het veelal om een ander soort artikelen: politieke verslagen, lezersbrieven, interviews e.d. Vooral in dit geval is de rol van de krant of journalist belangrijk. Als zij niet al zelf opinievormend zijn, dan vormen zij op z'n minst de schakel tussen opiniemakers en publiek. Als zodanig kan de invloed groot zijn.