



FACULTEIT LETTEREN & WIJSBEGEERTE

Vakgroep Communicatiewetenschappen

“Kunst voor Kleine Kijkers?”

“De betekenis van kunst in de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen versus de inspanningen van de openbare omroep ter bevordering van kunst- en cultuureducatie.”

Proeve ingediend voor het behalen van de graad van Master in de
Communicatiewetenschappen

Yasmin Spaens

Academiejaar 2011-2012

Promotor: Prof. Dr. K. Segers



Ik verklaar plechtig dat ik de masterproef, ('Wat is de betekenis van kunst in de leefwereld van zes tot twaalfjarige kinderen en welke inspanningen verricht de openbare omroep als opvoedende instantie voor kunst- en cultuureducatie?'), zelf heb geschreven.

Ik ben op de hoogte van de regels i.v.m. plagiaat en heb erop toegezien om deze toe te passen in deze masterproef.

Datum

Naam + handtekening

Exact aantal woorden: 43 721

ABSTRACT

"Art for little viewers?"

"The meaning of art in the world of six- to twelve year olds versus the efforts of the public broadcaster to promote arts and cultural education."

Yasmin Spaens

Vrije Universiteit Brussel

Prof. Dr. K. Segers

Year 2011- 2012

This thesis is promoted by Prof. Dr. Katia Segers who assisted the research. It is written in 2011-2012 by Yasmin Spaens who's studying for a Master of Communication sciences at the Free University of Brussels. It's about *"The meaning of art in the world of six- to twelve year olds versus the efforts of the public broadcaster to promote arts and cultural education."* This makes clear that the research is divided into two parts that are related to each other. On the one hand it is important to understand the conceptual frameworks of children regarding art, to get an insight of how and why they think about art in a particular manner. On the other hand it is relevant to understand which conception the public broadcaster uses, concerning art and culture targeted to that age group. This thesis contains a specific focus on the kids' channel of the public broadcaster: Ketnet. By researching those two components, it becomes clear that there is a relevant and interesting relationship between both.

Key words: Culture, art, six to twelve year old children, imagination, target, education, media, television, visual culture, public broadcaster VRT, Ketnet.

SAMENVATTING

Dit onderzoek handelt over de betekenis van kunst in de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen en welke inspanningen de openbare omroep verricht als opvoedende instantie ter bevordering van kunst- en cultuureducatie naar deze doelgroep. De aanleiding tot de keuze van dit onderwerp is door de persoonlijke interesse naar kunst. Hierbij kwam de stimulans om dit nader te bestuderen binnen de leefwereld van kinderen gerelateerd aan de media, specifiek de openbare omroep aangezien zij hier een duidelijke opdracht bij hebben. Dit onderzoek is relevant voor de communicatiewetenschappen op vlak van media en cultuur, het gekozen profiel van deze richting. De betekenis van kunst bestuderen bij kinderen en bij de openbare omroep maakt dat hier diverse belangen mee gepaard gaan. Dit opleidingsonderdeel is cruciaal voor het behalen van een Master in de Communicatiewetenschappen aan de Vrije Universiteit Brussel. Het doel hierbij is om kritisch een inzichtelijk en onderbouwend onderzoek uit te voeren en te voltooien, om binnen de academische wereld zowel een wetenschappelijke als een maatschappelijke bijdrage aan te reiken.

Het betreft een kwalitatief empirisch onderzoek op basis van theoretische en methodologische literatuur waarbij er enerzijds gekozen is voor focusgroepen met zes- tot twaalfjarige kinderen van het Algemeen Secundair Onderwijs op een katholieke school en op een stedelijke school. Anderzijds is er gekozen voor expert- interviews met werknemers van de VRT, meer bepaald Ketnet. Doorheen het onderzoeksproces aan de hand van de aangegeven methodes, analyses en interpretaties zijn er concluderende onderzoeksbevindingen aan het licht gekomen. De betekenis van kunst in de leefwereld van kinderen wordt zeer breed opgevat. Kunst is voor kinderen iets waar iedereen kan aan participeren, waarbij je vrij bent en niemand kritiek kan geven op de waarde van de kunst die vervaardigd wordt. Enerzijds, hebben de zes- tot tienjarige een voorkeur voor de moderne, vernieuwende kunststromingen zoals Pop Art en Surrealisme omdat deze puur in functie van ontspanning en een positieve gemoedsinstelling functioneren. Anderzijds, hebben de tien- tot twaalfjarigen een voorkeur voor de iets traditionelere kunststromingen zoals de Romantiek en de Renaissance, dit omdat ze er belang aan hechten iets bij te leren door middel van kunst. Ze vinden het zeer interessant te leren over de geschiedenis en vroegere tijden aan de hand van schilderijen.

Ketnet, de kindzender van de openbare omroep speelt in op de interesses, voorkeuren, behoeften en meer bepaald op de leefwereld van kinderen, om kunst en cultuur tot bij hen te brengen. De belangrijkste argumentatie hierbij is dat zij dit doen omwille van hun educatieve opdracht en om de reden dat ze individueel als volwassene en als werknemer het belangrijk vinden bij te dragen tot de ontwikkeling van kinderen door middel van kunst en cultuur. Zij doen dit op een specifieke wijze aangezien kinderen aanzien worden als een specifieke doelgroep en proberen te denken binnen hun leefwereld. Hierbij vormt de combinatie van educatie en ontspanning, het edutainment, een onmisbaar gegeven. Uit onderzoek kan vastgesteld worden dat Ketnet zeer goed weet waar ze mee bezig zijn door net zoals bij de kinderen zelf ook een zeer brede definitie van kunst en cultuur te hanteren. Ze vinden het essentieel een breed scala en een diverse mix de kinderen aan te bieden. Hen verschillende kunst- en cultuurvormen te laten smaken waarbij de kinderen de keuze hebben om hun creativiteit en participatie te uiten.

VOOR- EN DANKWOORD

Een zelfstandig, wetenschappelijk onderzoek voeren en daarover op een systematische, onderbouwde wijze schrijven om tot een wetenschappelijke thesis te komen is een zeer leerrijke ervaring waarbij je een deel van jezelf, je onderzoeksdomein en je opleiding beter leert kennen.

In de eerste plaats wil ik mijn promotor Prof. Dr. Katia Segers bedanken. Zij heeft mij de vrijheid gegeven een eigen onderzoek uit te voeren waarbij zij steeds bereid was te helpen en te sturen waar nodig. Ik wil haar zeer persoonlijk bedanken voor haar wetenschappelijke inbreng en het inzicht die zij mij gegeven heeft. Vervolgens wil ik de katholieke en de stedelijke school bedanken voor de focusgroepen. In de eerste plaats de kinderen zelf voor hun unieke en persoonlijke bijdrage, daarnaast de directeurs Dhr. Jan Ombelets en Dhr. Philip De Cock voor hun goedkeuring en medewerking en ten slotte de ouders voor hun toestemming en de leerkrachten. Vervolgens wil ik de werknemers van de VRT, Ketnet en andere experts bedanken die een bijdrage hebben geleverd aan dit onderzoek door middel van hun specifieke expertise- kennis en persoonlijke mening: Mevr. Telidja Klai, Mevr. Fran De Vriese, Mevr. Amerrouss Najat, Mevr. Hanne Laureys, Mevr. Geertrui Robbrecht, Dhr. Jan Hautekiet, Dhr. Maarten Janssen en Dhr. Dirk Terryn. Zonder deze personen was dit onderzoek niet mogelijk geweest, daarvoor mijn oprechte dank en appreciatie. Ten slotte wil ik mijn familie en vrienden bedanken die me mentaal gesteund hebben en motivatie hebben gegeven om door te gaan. Alsook voor het lezen, nakijken en verbeteren van deze thesis.

ABSTRACT	I
SAMENVATTING	II
VOOR- EN DANKWOORD	III
INLEIDING	1
DEEL I: THEORETISCHE LITERATUURSTUDIE	4
1. De kracht van de verbeelding en de fantasie	5
1.1. <i>Kind en verbeelding</i>	5
1.2. <i>De bijdrage van de televisie tot de verbeelding van een kind</i>	7
2. De betekenis van kunst in de leefwereld van kinderen	9
2.1. <i>Wat begrijpen kinderen onder kunst?</i>	9
2.2. <i>Welke rol speelt kunst in kinderen hun wereld?</i>	11
2.3. <i>Hoe komen kinderen in contact met kunst?</i>	13
2.4. <i>Hoe oordelen kinderen over kunst?</i>	15
3. Kunst, media en kinderen	17
3.1. <i>Media- educatie</i>	17
3.2. <i>Media als middel en doel in functie van kunst</i>	19
4. Invloeden in kinderen hun wereld	21
4.1. <i>Ouders en peers</i>	21
4.2. <i>Onderwijs</i>	22
5. Onderzoekstradities naar de macht van de media op kinderen	23
5.1. <i>Psychologische invalshoek</i>	23
5.2. <i>Cultural studies: een meer kritische benadering</i>	25
5.3. <i>De narratieve en constructieve aspecten van televisie</i>	26
6. De beeldcultuur	27
6.1. <i>De plaats van televisie binnen kinderen hun vrije tijd</i>	28
6.2. <i>Televisie als beschavingsinstrument</i>	30
6.3. <i>De teloorgang van de kindertijd? Het kwetsbare kind versus het mondige kind</i>	31
7. De openbare omroep VRT	33
7.1. <i>Kunst en Cultuur</i>	33
7.2. <i>Educatie en ontspanning: edutainment</i>	35
7.3. <i>Mediawijsheid</i>	36
7.4. <i>Doelgroepen</i>	37
7.5. <i>Derde kanaal</i>	39

DEEL II: METHODOLOGISCHE LITERATUURSTUDIE EN EMPIRISCH KADER	40
1. Onderzoek met kinderen	41
1.1. <i>Voor- en nadelen</i>	41
1.2. <i>Kinderen zijn geen volwassenen: specifieke aanpak</i>	43
2. Onderzoeksopzet	45
2.1. <i>Wat?</i>	45
2.1.1. Probleemstelling en conceptueel kader	45
2.1.2. Onderzoeksvragen	48
2.2. <i>Waarom?</i>	50
2.2.1. Doelstellingen	50
2.2.2. Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie	51
2.3. <i>Hoe?</i>	53
2.3.1. Ontologisch en epistemologisch kader	53
2.3.2. Type onderzoek en methodologie	54
2.3.3. Dataverzameling en data- analyse	55
2.3.3.1. Focusgroepen	56
2.3.3.1.1. Onderzoekspopulatie en steekproef	57
2.3.3.1.2. Visueel beeldmateriaal	58
2.3.3.1.3. Auditief materiaal	61
2.3.3.1.4. Woordassociatie	61
2.3.3.2. Expert- interviews	62
3.2.2.2.1. Onderzoekspopulatie en steekproef	63
3.2.2.2.2. Semi- gestructureerde vragenlijst/vragenprotocol met topics en subtopics	63

DEEL III: ONDERZOEKSBEVINDINGEN	65
1. Focusgroepen met kinderen van zes tot twaalf jaar	66
1.1. <i>Wat begrijpen kinderen onder kunst?</i>	66
1.2. <i>Zijn kinderen via de televisie al in aanraking gekomen met kunst?</i>	67
1.3. <i>Visueel beeldmateriaal: schilderkunst</i>	68
1.3.1. Wat begrijpen kinderen onder schilderkunst?	68
1.3.2. Welke soort schilderijen spreken kinderen het meest aan en waarom?	69
1.3.3. Welke gevoelens krijgen kinderen bij welke soort schilderijen?	74
1.3.4. Wat zien kinderen op de schilderijen?	78
1.4. <i>Auditief materiaal: klassieke muziek</i>	79
1.4.1. Wat begrijpen kinderen onder muziek?	79
1.4.2. Vinden kinderen klassieke muziek mooi en waarom wel of niet?	80
1.4.3. Welke gevoelens krijgen kinderen bij klassieke muziek?	81
1.4.4. Hoe zijn kinderen al in contact gekomen met klassieke muziek?	81
1.4.5. Zouden kinderen naar klassieke muziek luisteren als ze later volwassen zijn?	82
1.5. <i>Woordassociatie aan de hand van concepten: dansen, opera, poëzie</i>	83
1.6. <i>Verskil tussen een stedelijke school en een katholieke school</i>	84
2. Expert- interviews met werknemers van de openbare omroep	85
2.1. <i>Kunst en cultuur</i>	85
2.1.1. Cultuur	85
2.1.2. Kunst	89
2.1.3. Invulling	91
2.2. <i>Ontspanning en educatie</i>	94
2.2.1. Educatie	94
2.2.2. Ontspanning	95
2.2.3. Informatie	96
2.3. <i>Mediawijsheid en media- educatie</i>	98
2.3.1. Nieuwe en oude media	98
2.3.2. Belang en inspanningen	99
2.4. <i>Het belang van doelgroepen</i>	102
2.4.1. Doelgroepen	102
2.4.2. Kinderen van zes tot twaalf jaar	103
2.4.3. Ketnet	104
2.5. <i>Derde kanaal</i>	106
2.5.1. Doel	106
2.5.2. Invulling	106
CONCLUSIE	108
BIBLIOGRAFIE	111
BIJLAGEN	115

INLEIDING

Dit onderzoek handelt over de betekenis van kunst in de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen en welke inspanningen de openbare omroep verricht als opvoedende instantie ter bevordering van kunst- en cultuureducatie. Het onderzoek is opgedeeld in twee luiken.

Het eerste luik tracht te achterhalen wat kinderen onder kunst begrijpen en welke denkkaders zij daarbij hanteren. Kinderen en kunst zijn een moeilijke relatie om nader te bestuderen aangezien zij een zeer open denk- en interpretatiekader hierbij hanteren. Volgens hen kan kunst alles en voor iedereen zijn, een vrije en autonome opvatting. Zij verstaan er verschillende vormen onder. De belangrijkste argumentatie die zij daarbij voeren, is dat kunst een middel kan zijn om je gevoelens en je gedachten te uiten waarbij niemand je daarop kritiek kan geven. Binnen dit luik is het zeer belangrijk om na te gaan hoe kinderen naar kunst kijken en wat hun houding daarbij is. Op welke manier gaan zij om met hun eigen verbeeldingskracht en fantasie bij het bekijken van of het participeren aan kunst?

Het is zeer interessant om te gaan kijken welke soorten schilderkunst hen het meest aanspreekt. Gaat hun voorkeur uit naar een traditionele kunststroming zoals de Romantiek en de Renaissance of meer naar een vernieuwende, eigenzinnige stroming zoals Pop Art en het Surrealisme? En welke argumentatie, gevoelens of motieven hanteren zij hierbij?

Klassieke muziek is een kunstvorm die op verschillende wijzen onthaald wordt bij kinderen. Het is zeer relevant om te gaan kijken hoe zij daarover denken en wat zij daarbij voelen.

Deze aspecten geven aanleiding tot het tweede luik van dit onderzoek. Kinderen leven vandaag in en binnen de media, zij vormen er integraal een deel van. Kunst en cultuur echter, maken geen integraal deel van de leefwereld van kinderen.

Het tweede deel handelt dus over hoe de publieke omroep met hun specifieke kindzender Ketnet, kunst en cultuur bij kinderen stimuleren via media? Binnen dit deel is het van belang te achterhalen om welke redenen de openbare omroep het belangrijk vindt aandacht te besteden aan kunst en cultuur voor zes- tot twaalfjarige kinderen binnen hun programmering. Hoe ziet de VRT kunst en cultuur zelf binnen de leefwereld van die doelgroep en op welke wijze spelen zij daar al dan niet op in?

'*Mijn kunst is top*' bijvoorbeeld is een specifiek programma over kunstvormen die kinderen iets willen bijleren. Daarnaast spelen oude en nieuwe media een cruciale rol aangezien kinderen dagelijks in contact komen met die media. Ze besteden er veel tijd aan en hechten er persoonlijk belang aan. Om deze reden vormen de media belangrijke kanalen langs waar kunst en cultuur kunnen doorsijpelen naar kinderen hun leefwereld. Maar dan op een dergelijke manier dat het niet op een educatieve wijze wordt gebracht maar wel aantrekkelijk en speels.

Televisie, radio, internet, etc. vormen de media- middelen van jonge kinderen. Het is daarbij verstandig hen wegwijs te maken in het bewust gebruik van die media. Ketnet, kindzender van de openbare omroep, heeft als één van de educatieve opdrachten educatie: mediawijsheid.

De kinderen op de hoogte brengen van de mogelijke valkuilen van die media en hen er vooral leren mee omgaan op een zodanige wijze dat ze zelf de macht en autonomie ervaren om te experimenteren en te beleven.

Het is wetenschappelijk relevant om na te gaan wat en hoe kinderen van zes tot twaalf jaar denken over kunst. Hoe denken zij na over uitingen van cultuur, kunst en kunstenaars? Wat weten zij zelf over kunst en cultuur? Komen zij ermee in contact? Dit onderzoek wil nagaan of kinderen het belangrijk vinden expressie en creativiteit te ontvangen en te leren via de media.

En waarom? Omdat de openbare omroep enkele verplichtende taken dient te vervullen ten aanzien van de hele bevolking. Kinderen horen hier dus ook bij en vormen een belangrijke doelgroep waar zij dienen op in te spelen. De samenhang tussen kinderen van zes tot twaalf jaar en de openbare omroep met hun eigen kindzender Ketnet is zeer boeiend om nader te bestuderen wanneer het gaat over kunst en cultuur. Hoe integreert Ketnet kunst en cultuur binnen hun programmering gericht naar kinderen? Hoe functioneert de werking tussen beiden?

Er zijn redenen waarom deze twee luiken geselecteerd zijn voor dit onderzoek. Kinderen van deze leeftijd verkeren in volle ontwikkeling, ze doorstaan enkele stadia waarin bepaalde aspecten in hun leefwereld een doorslaggevende rol kunnen spelen voor hun ontplooiing. Aangezien kinderen van deze tijd nog meer een media- generatie zijn dan de vorige generatie, is het zeer wetenschappelijk relevant de samenhang te bestuderen tussen kinderen en de media. Niet enkel deze relatie maar ook de relatie tot kunst en cultuur. De reden waarom ik de media heb gekozen als tussenschakel in relatie tot kinderen en kunst en cultuur is omdat televisie, internet, radio een beïnvloedende rol spelen in kinderen hun leven. Zij leven met en door de media, ze maken er een deel van uit en hanteren het in de meeste gevallen dagelijks. Om deze redenen vormen de media een ideaal instrument om kinderen van deze leeftijd te bereiken. De media als een opvoedingsinstantie, een soort beschavingsideaal maar dan impliciet en op de juiste wijze. Ketnet vormt hét kanaal bij uitstek voor kinderen van deze leeftijd. Via dit kanaal krijgen zij een algemene kennis toebedeeld. Dit onderzoek wil nagaan in hoeverre Ketnet aandacht besteed aan kunst en cultuur voor deze doelgroep, om welke redenen, de werking daarvan, de doelstellingen, etc. Het onderzoek is maatschappelijk relevant door te gaan kijken welke belangen daarmee gemoeid zijn. Waarom is het voor de openbare omroep zo belangrijk om kinderen op een educatief- speelse wijze iets bij te leren over kunst en cultuur? En wat hebben kinderen daar zelf aan? Welke bijdrage wordt er vervuld voor hun esthetische ontwikkeling en tot de vorming van hun persoonlijkheid en zelfontplooiing?

De methoden die gebruikt zijn voor dit onderzoek zijn gekozen op basis van het uitgangspunt van de twee luiken. Deze stuurden het onderzoek in een bepaalde richting waarbij er duidelijke keuzes zijn gemaakt voor de meest geschikte methoden ter bevordering van de onderzoeksresultaten. Het eerste luik betreffende de betekenis van kunst in de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen suggereerde te gaan praten met kinderen. Hierbij is gekozen voor het Algemeen Secundair Onderwijs waarbij een katholieke school en een stedelijke school werden geselecteerd. De keuze is gemaakt om in groep te gaan praten met hun leeftijdsgenoten aangezien ze zich op hun gemak zouden voelen. Daarnaast vormen kinderen een specifieke groep die een specifieke aanpak vereist.

Een conversatie met kinderen aangaan is zeer moeilijk. Om deze reden is er gebruik gemaakt van actieve technieken tijdens de focusgroepen om hun aandacht vast te houden en het voor hen zo aangenaam mogelijk te maken. Bij deze actieve technieken wordt er ingespeeld op de zintuigen: het visuele aan de hand van de beeldende schilderkunsten, het auditieve aan de hand van klassieke muziek en woordelijk aan de hand van concepten.

Het tweede luik betreffende welke inspanningen de openbare omroep verricht ter bevordering van kunst- en cultuureducatie, duwde het onderzoek in de richting naar de werknemers die daar specifiek en dagelijks mee begaan zijn. Zo was Ketnet als kindzender van de openbare omroep het aangrijpingspunt om informatie en resultaten te vergaren. De werknemers van Ketnet zijn allen zeer bekwame televisiemakers, elk met hun eigen achtergrond en specialisatie. Om deze reden werden er expert- interviews afgenomen met hen. Specifieke kennis vergaren betreffende een bepaald domein waar enkel een expert meer en diepgaandere uitleg kan aanreiken, was de doelstelling. Hierbij waren naast de effectieve feiten en activiteiten vooral de persoonlijke meningen en denkkaders betreffende kunst en cultuur binnen de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen van belang.

Binnen het onderzoek waren er enkele beperkingen die het nog zo interessant en uitdagend maakten om dieper te gaan graven. De grootste beperking was dat kinderen niet gemakkelijk aanspreekbaar zijn. Het vergt moeite, sociaal engagement en stimulering om relevante informatie bij deze onderzoekssubjecten te vergaren. Een andere beperking was het analyseren en verwerken van wat de kinderen allemaal hadden gezegd. Zij hanteren een zeer simpel taalgebruik waarbij het diep nadenken is op welke wijze dit wetenschappelijk en academisch kan gerapporteerd worden. Door de antwoorden van de kinderen te lezen en verbanden te leggen met de theoretische literatuurstudie, heeft het geheel onderzoeksresultaten opgeleverd.

DEEL I: THEORETISCHE LITERATUURSTUDIE

1. De kracht van de verbeelding en de fantasie

1.1. Kind en verbeelding

Ieder kind heeft de capaciteit om ideeën te verbeelden. Het is een vermogen om mentaal dingen weer te geven. De kracht om te verbeelden wijst naar de macht dat het kind heeft om zelf te kiezen 'wat' te verbeelden. Je bent er zelf baas over. Door de focus te leggen op wat je wilt verbeelden, produceert er zich een manifestatie dat gekenmerkt wordt door fantasie.¹ Onderzoek toont aan dat er drie soorten van verbeelding bestaan bij een kind: "*imaginative play*", "*daydreaming*" en "*creativity*".²

- "*Imaginative play*" verwijst naar de fantasie zelf, dingen die er zouden kunnen zijn, als onbestaande dingen mogelijk waren. Hierin kunnen kinderen de dingen beschouwen alsof ze iets anders voorstellen of er anders uitzien. Ze zien ook zichzelf als iets anders of iets onbestaand. Andere plaatsen en tijden die ver weg zijn van de realiteit vullen hier een contextuele meerwaarde. Dit proces kan bijdragen tot de ontwikkeling van het kind op vlak van cognitie en het sociale. Zo zullen kinderen die tijdens hun jonge jaren veel fantasie bezitten, later als volwassenen wel eens creatieve breinen kunnen zijn. Via "*imaginative play*" kunnen kinderen zich losrukken van de bestaande omgeving, factoren en actoren, het geeft hen een vrijheid om te denken wat ze willen. Tussen vijf en zeven jaar begint deze fase te verminderen aangezien ze meer aandacht en begrip krijgen voor de werkelijkheid en de personen rondom zich.³
- Vanaf zeven jaar verdwijnt deze fase bijna volledig. Dit heeft deels te maken met het gegeven dat ze veel tijd vertoeven op school en zich dienen te concentreren op wat realistisch is.⁴ Zo plegen kinderen van deze leeftijd op een onbewuste wijze verzet en komen ze terecht in de tweede fase "*daydreaming*". Het dagdromen of fantaseren zijn bewuste en actieve processen waarbij het kind afgeleid wordt door zijn/haar individuele, mentale ideeën. Deze ideeën zijn beelden die het kind heeft opgeslagen in het geheugen. De aandacht wordt hierbij vervangen door een interne droom binnen de omgeving waarin het kind zich bevindt.
- De derde fase "*creativity*" of creatieve verbeelding beschrijft het proces van uiterlijke kenmerken. Hierbij zet de verbeelding zich om in effectieve creativiteit. Vanaf vijf, zes jaar heeft het kind de capaciteit om nieuwe en onwaarschijnlijke ideeën te produceren. Dagdromen en creativiteit worden beschreven als deels overlappend aangezien deze twee processen gebruik maken van ideeën en de associatie leggen tussen de werkelijke wereld en de fictieve.

¹ GAWAIN (Shakti). *Creatief visualiseren*. Deventer, Ankh- Hermes, 1981, p. 13.

² SINGER (Dorothy G.) & SINGER (Jerome L.). *Handbook of children and the media*. USA, Sage Publications, 2001, p. 122.

³ IBIDEM.

⁴ IBIDEM.

Het verschil tussen dagdromen en creativiteit is dat de eerste privé ontstaat en op zich een innerlijke activiteit vormt. De tweede is meer openbaar en uiterlijk zichtbaar, deze dient dan ook als toekomstige vorm van communicatie tussen andere creatievellingen. De creativiteit van een kind heeft de mogelijkheid om zich te ontpoppen in een werkelijke creatie die geanalyseerd kan worden omwille van de geproduceerde vervaardiging. Dagdromen echter kan niemand evalueren, enkel het kind zelf, het vormt een individuele aangelegenheid.⁵

⁵ SINGER (Dorothy G.) & SINGER (Jerome L.). *Handbook of children and the media*. USA, Sage Publications, 2001, pp. 122, 123.

1.2. De bijdrage van de televisie tot de verbeelding van een kind

Met de intrede van de televisie werd er nagegaan of deze een impact heeft op de verbeelding van kinderen. Beide, televisie en kinderen werken via beelden. De televisie is een beeldscherm dat aan de hand van visueel en auditief materiaal boodschappen en inhoudt uitzendt. Het kind is een levend wezen dat aan de hand van zijn hersenen, cognitie en geest de kracht heeft om zelf dingen mentaal te verbeelden. Deze twee: televisie en kinderen hebben hierbij een gemeenschappelijk kenmerk, waardoor deze onvermijdelijk een invloed hebben op elkaar. De vraag is of deze invloed positief of negatief is? Optimistisch bekeken toont onderzoek aan dat de televisie een educatieve rol op zich neemt en bijdraagt tot het kind zijn ontwikkeling van creativiteit. Haaks daartegenover wordt er verwezen naar de afname van verbeelding en imaginaire capaciteiten, dat leidt tot een passieve houding. Beide stellingen kunnen in vraag gesteld worden. Voor- en nadelen zijn er bij elke tegenstelling. Het afwegen en nuanceren van deze positieve en negatieve invloeden is belangrijk om tot een consensus te komen.⁶

In het vorige deel werd beschreven dat kinderen beschikken over drie imaginaire processen. Welke invloed heeft televisie op deze verbeeldingscapaciteiten? Zowel negatieve als positieve invloeden worden beschreven.

Aan de ene kant wordt er de "*Stimulation Hypothesis*" aangereikt waarbij het positieve van de televisie wordt benadrukt. Bij deze hypothese wordt er gezegd dat personages, omgevingen, thema's en dergelijke aangereikt worden door middel van televisie die kinderen op ideeën brengen om deze om te vormen tot de eigen verbeelding. Hierdoor zou het hun creativiteit en originaliteit verhogen. De televisie fungeert hier als een dergelijke aanzet om kinderen op visuele gedachten te brengen.⁷

Aan de andere kant wordt de "*Reduction Hypothesis*" beschreven waarbij er gezegd wordt dat de meerderheid aan onderzoek en studies uitwijzen dat de televisie een negatieve impact zou hebben op de creativiteit van kinderen. Argumenten die zij daarvoor aanwenden, kunnen nog eens opgedeeld worden in vier hypothesen:

⁶ SINGER (Dorothy G.) & SINGER (Jerome L.). *Handbook of children and the media*. USA, Sage Publications, 2001, p. 121.

⁷ IDEM, pp. 123, 124.

- "*Displacement Hypothesis*"⁸ gaat er van uit dat de televisie de capaciteit tot verbeelding van een kind heeft 'vervangen'. Sinds de komst van de televisie hebben kinderen minder tijd om zelf te fantaseren, de tijd die ze hebben besteden ze liever aan het kijken naar televisie. De hoge populariteit van het medium heeft hier een sterke invloed op.
- De "*Passivity Hypothesis*"⁹ beschouwd het kind als passief dat zelf nog weinig inbreng heeft in zijn verbeelding. Televisie is een 'gemakkelijk' medium dat alle factoren al verbeeld in het kind zijnplaats. Hierdoor wordt er weinig aanzet gegeven om zelf nog te 'werken'.
- De "*Rapid- Pacing Hypothesis*"¹⁰ verwijst naar het snelle karakter van de televisie. De beelden flitsen op een hoog tempo na elkaar, waardoor er nog weinig plaats en tijd is voor eigen verbeelding. Hierdoor kunnen kinderen minder reflecteren en zijn ze niet meer in staat een kritische, individuele houding aan te nemen. Om deze reden beschikken kinderen over een overvloed van informatie, denken ze niet meer na en zijn ze impulsief. De acceleratie en de snelheid van de maatschappij door middel van de media werd ook beschreven door Zygmunt Bauman in zijn werk '*Zoals op tv*'. In deze tekst beschrijft hij het vloeibare van de samenleving, mediaboodschappen als instant koffie en fast food, steeds sneller en sneller.¹¹
- De "*Visualization Hypothesis*"¹² beschrijft het proces waarbij kinderen nog weinig zelf beelden creëren omdat het medium televisie beschikt over een enorme verbeeldingscapaciteit. De "*visuele natuur*" van het medium belemmert het aanmaken van nieuwe ideeën door kinderen.¹³

⁸ SINGER (Dorothy G.) & SINGER (Jerome L.). *Handbook of children and the media*. USA, Sage Publications, 2001, p. 125.

⁹ IDEM, pp.125, 126.

¹⁰ IDEM, pp. 126, 127.

¹¹ BAUMAN (Zygmunt). *Zoals op TV*. Nederland,s.e., Ethische perspectieven 10, 2000, pp. 1- 16 [Online]

<http://www.kuleuven.be/ep/viewpic.php?LAN=E&TABLE=EP&ID=175>, zie bijlagen [04.01.2012]

¹² SINGER (Dorothy G.) & SINGER (Jerome L.). *Op. Cit.*, 2001, pp. 127, 128.

¹³ IBIDEM.

2. De betekenis van kunst in de leefwereld van kinderen

2.1. Wat begrijpen kinderen onder kunst?

Gardner en Winner zijn twee onderzoekers die zich vragen stelden bij wat kinderen nu eigenlijk onder kunst begrijpen. Zij voerden een onderzoek bij kinderen van vier tot twaalf jaar en gebruikten hierbij visueel beeldmateriaal, muziek en andere kunstvormen. De vragen handelden over de kunstwerken zelf en over de visie erop. Zo concludeerden zij dat kinderen van deze leeftijd drie fasen doorlopen met betrekking tot inzicht in kunstvormen.¹⁴

De vier- tot zevenjarige kinderen hadden geen weet van de vervaardiging van een kunstwerk. Ze kwamen niet tot het besef dat dergelijk talent en specialiteit daarbij nodig waren. Ze dachten simpelweg dat kunstwerken geproduceerd werden door machines in fabrieken. Opmerkelijk was dat hun mening over een kunstwerk zelden aanwezig was, ze dachten dat enkel hogere instanties een oordeel mochten vellen over een dergelijk kunstwerk.

Daarenboven spraken abstracte kunstwerken hen meer aan dan realistische kunstwerken. Dit kan mogelijk verklaard worden door het gegeven dat jonge kinderen van deze leeftijd beschikken over een ruime fantasie en verbeeldingskracht.

Zeven- tot tienjarige kinderen echter, zijn in staat om fantasie van werkelijkheid te onderscheiden. De dingen die er zijn rondom hen worden meer zichtbaar, wat hen een drang geeft om deze zelf te gaan afbeelden en erover na te denken. Deze kinderen zijn vooral geïnteresseerd in kunstwerken met een 'visueel realisme' en hechten interesse aan vormen en stijl. Zij hanteren hierbij een meer concreet realiteitsbegrip.

Deze laatste leeftijdscategorie had meer dezelfde houding als deze van volwassenen. Symboliek en expressie, stijlen en wijzen van vervaardiging werden beter opgemerkt en begrepen door deze beginnende adolescenten. Volgens hen was er geen algemene mening over een dergelijk kunstwerk maar had dit te maken met persoonlijke smaak, verschillend naargelang het beoordelend individu. Dit gegeven kan verwijzen naar de status waarin deze oudere kinderen zich bevinden. Binnen deze leeftijdscategorie worden kinderen zich namelijk meer bewust van hun eigen persoonlijkheid en interesses. Ze weten meer wat en hoe ze iets willen dan de jongere kinderen, met andere woorden, ze zijn in staat een eigen mening of oordeel te vormen en komen tot het besef van deze mogelijkheid. Het onderzoek besloot met de stelling dat naarmate kinderen ouder worden, meer begrip en kennis krijgen over kunst.¹⁵

Er dient specifieke aandacht geschonken te worden aan de enthousiaste houding die kinderen aannemen wanneer ze in contact komen met kunst en esthetische vormen. Kinderen kunnen kunst een bepaalde plaats geven binnen hun leefwereld net omdat ze er een eigen betekenis aan geven, een betekenis die helemaal anders is dan die van volwassenen. Kinderen verlenen voornamelijk graag interesse aan de abstracte kunst omwille van de reden dat ze graag associaties leggen.

¹⁴ V. THOMAS (Glyn) & M.J. SILK (Angèle). *De psychologie van kindertekeningen*. Amsterdam/ Lisse, Swets & Zeitlinger B.V., 1993, p. 150.

¹⁵ IDEM, p. 151.

Ze leggen graag verbanden tussen bepaalde aspecten die worden afgebeeld en hun eigen leefwereld aan de hand van verbeelding en emoties.¹⁶

Cultuurwetenschapster Schollen meent dat dit net het tegenovergestelde is van wat de musea als perspectief hanteren waarbij de canon centraal staat.¹⁷ Dit gegeven kan al achterhaald worden aangezien de musea van vandaag zeer veel belang hechten aan innovatie en inspelen op specifieke doelgroepen, onder andere jonge kinderen. Aan de hand van workshops, nodige begeleiding en de integratie van nieuwe media bijvoorbeeld, worden kinderen ondergedompeld in een wereld waar ze expressief helemaal vrij kunnen zijn, en waar ze ten slotte ook nog iets kunnen leren.

Twaalfhoven sluit meer aan bij de gevoelsmatige stroming. Zij meent dat kunsteducatie dient te starten bij de gevoelens, ideeën en meningen van de kinderen zelf, kijken naar wat zij belangrijk achten binnen de leerdoelen. Volwassenen zouden op deze wijze een stem moeten geven aan de kinderen, kijken naar wat zij leuk vinden, daarop inspelen en hieruit meer toegespitste leerdoelen creëren. Doordat kunst zo vrij en open voor interpretatie is, maakt dat dit nog zo complex is.

Deze complexiteit spreekt kinderen in grote mate aan, aangezien ze het leuk vinden om zelfstandig te experimenteren, verbanden te leggen en betekenissen te geven. Door deze interactieve handelingen krijgen ze het gevoel dat ze in staat zijn op eigen houtje oplossingen te formuleren.¹⁸

¹⁶ HUISINGH (Annemieke) & HULSHOFF POL (Rixt) & VAN DEN BOMEN (Ellie). *Toeval gezocht: kunst, kunstenaars en jonge kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat, 2009, p. 116.

¹⁷ SCHOLLEN (Ineke). *Kunsteducatie. Picasso in de poppenhoek*. Nederland, HJK, april 2010, p. 2. [Online] http://tm.thiememeulenhoff.nl/assets/documentenservice_zen/hjk/archief/2010/08_april_2010/jrg37_nr8_april2010_I.Scholten_Picasso_in_de_poppenhoek_pag_8_10.pdf, zie bijlagen [04.11.2011]

¹⁸ IBIDEM.

2.2. Welke rol speelt kunst in kinderen hun wereld?

Kunst kan kinderen in aanraking brengen met een breed scala van perspectieven, inzichten en houdingen binnen deze complexe wereld. Kunst vormt een grote stimulans om open te staan voor dingen die totaal ontoegankelijk lijken maar dat helemaal niet zijn. Kunst kan de ogen doen open gaan, creëren verbazing, fonkeling en verrassing. Elk individu is in staat om zelf de rol van kunstenaar te vervullen, want wat kunst is, is voor iedereen anders. Kinderen en kunstenaars gelijken op een aantal vlakken. Ze zijn allebei in staat iets vanuit een ander perspectief te bekijken, vanuit het onverwachte en het onvoorspelbare waarin hun creativiteit nieuwe ideeën creëert.¹⁹ Een welomschreven en allesomvattende definitie van kunst bestaat er niet. Vele pogingen zijn al ondernomen om kunst te beschrijven in enkele zinnen. Deze definities verschillen naargelang de persoon, smaken, interesses, opvoeding, gedachtegang, etc.²⁰ Kunst brengt kinderen in aanraking met de schoonheden die behoren tot het leven. Kunst en esthetische beleving prikkelen de nieuwsgierigheid en fantasie van kinderen. Daarnaast wordt er aangegeven, dat wanneer kinderen in contact komen met kunst dit hun aandacht traint. Deze aandacht is naderhand nodig om hun intelligentie te ontwikkelen.

Kijken naar kunst creëert een aantal denkprocessen dat zij nodig hebben om kritisch te kunnen leven binnen onze maatschappij.²¹ Een balans dient gecreëerd te worden tussen enerzijds al dat moois dat kunst kan bieden en anderzijds het serieuze aspect van het leven, de commercialisering en de verzakelijking.²²

Onderzoek toont aan dat de functie van kunst in kinderen hun wereld grotendeels afgelezen wordt aan de hand van hun ontwikkeling op vlak van creativiteit. Dit vormt een belangrijk discussiepunt aangezien de functie van kunst bij volwassenen niet wordt afgelezen aan de hand van hun ontwikkeling. Waarom is dit dan wel het geval voor kinderen? De ontwikkelingspsychologie en de pedagogie kijken sterk naar kinderen hun ontwikkeling in stadia en vooruitgang. Maar is dit wel een goede methode? Mogen kinderen niet gewoon van kunst genieten zonder dat er een gerelateerd doel aan vast hangt?²³ Immanuel Kant sprak hier van de 'doelmatigheid zonder doel'. Binnen dit perspectief meent Kant dat een kunstwerk op zich 'doelmatig' is omdat het je een gevoel van geluk geeft.²⁴

¹⁹ HUISINGH (Annemieke) & HULSHOFF POL (Rixt) & VAN DEN BOMEN (Ellie). *Toeval gezocht: kunst, kunstenaars en jonge kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat, 2009, pp. 193, 194.

²⁰ F. KOHL (Mary Ann) & SOLGA (Kim). *Kinderen ontdekken de grote kunstenaars*. Katwijk- Nederland, Panta Rhei, 2000, p. 10.

²¹ HUISINGH (Annemieke) & HULSHOFF POL (Rixt) & VAN DEN BOMEN (Ellie). *Op. Cit.*, 2009, p. 117.

²² TWAALFHOVEN (Anita). *Van jonge mensen en de dingen die gaan komen*. Nederland, Boekman, 2003, p. 7. [Online] http://www.boekman.nl/documenten/boekman_56_twaalfhoven1.pdf, zie bijlagen [04.11.2011]

²³ IDEM p. 8.

²⁴ BREEUWSMA (Gerrit) & HAANSTRA (Folkert) & KOOPMAN (Constantijn) & LAARAKKER (Karin) & SCHRAM (Dirk) & WITTE (Theo). *Ontwikkelingsstadia in het leren van kunst, literatuur en muziek*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2005, p. 38. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse14.pdf#page=19, zie bijlagen [04.11.2011]

Curator Daniel Birnbaum biedt binnen zijn thema 'Making Worlds' een definitie van de functie van kunst: "A work of art is more than an object, more than a commodity. It represents a vision of the World and if taken seriously it can be seen as a way of making a world".²⁵ Deze definitie toont het unieke en authentieke van kunst aan. In deze consumptiemaatschappij bezit materialisme een redelijk aandeel binnen kinderen en volwassenen hun behoeften- pakket. Kunst is zowel een object, het materiële, koopbaar, maar het reikt ook verder dan dat zegt hij. De authenticiteit en het aura van het kunstwerk kan enerzijds bijdragen om je perspectieven over de wereld uit te breiden en anderzijds is kunst een wereld, een vrije ruimte 'an sich'. Deze twee kenmerken spreken kinderen allebei aan. Ze houden ervan 'op de hoogte te zijn' over dingen in de wereld, door hun kenmerkende nieuwsgierigheid. Daarnaast houden ze ervan uit hun dagelijkse omgeving te treden, binnen de fantasiewereld van zichzelf of anderen. Toch wordt er sterk benadrukt dat kunst binnen de leefwereld van kinderen een stimulans is voor het creëren of uitbreiden van hun eigen creativiteit.²⁶

²⁵ BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, pp. 14, 15. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

²⁶ HUISINGH (Annemieke) & HULSHOFF POL (Rixt) & VAN DEN BOMEN (Ellie). *Toeval gezocht: kunst, kunstenaars en jonge kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat, 2009, p. 118.

2.3. Hoe komen kinderen in contact met kunst?

In de vroege jaren zeventig was kunst een middel om kinderen te engageren voor maatschappelijke thema's zoals armoede, het milieu, arbeiderssferen en dergelijke. Het jeugdtheater was hier een goed voorbeeld van. Hieruit bleek dat de harde realiteit te uitdrukkelijk werd weergegeven. Het leek meer relevant met "*sociaal- cultureel werk*".²⁷ Het maken van kunst voor kinderen kreeg een moraliserend en educatief karakter, hierdoor voelden de kunstenaar en het kind het als belerend aan.

In de jaren tachtig kwam er een nadruk te liggen op talenten. En dan vooral op het ontwikkelen en ontplooiën van talenten. Kunst kan een middel zijn om aanzet te geven tot de verwezenlijking van artistieke gaven. Kinderen krijgen een belangrijke rol toebedeeld en worden als een volwaardig publiek aanschouwd dat vrij mag genieten van kunst. De professionalisering van de kindertelevisie en het werken met doelgroepen spelen hier tevens een essentiële rol bij.

Bettelheim schreef over het nut van sprookjes in het verlengde van fantasie, gevoelens en gedachten. Hij meent dat kunst een gelijkwaardige functie kan vervullen als de catharsis van de Griekse tragedies: "*Kunst kan een uitlaatklep vormen voor emoties en gevoelens die verdrongen worden*". Kunst leeft en doet leven.²⁸ Tijdens de jaren negentig werd er enorm veel nadruk gelegd op de jonge kinderen, school en kunstinstellingen en hoe deze drie met elkaar kunnen interageren, in functie van de interesse van het kind voor kunst. Kinderen moeten binnen deze stelling 'leren' genieten van kunst en dienen voldoende mogelijkheden of sleutels aangereikt te krijgen.

De bevoegde instanties van de kunstinstellingen komen tot het besef dat het belangrijk is om in te spelen op de interesses en leefwerelden van kinderen zelf. Een samenspel van gevestigde traditionele kunstwaarden en jongerensubculturen. Zo reikt Anita Twaalfhoven een voorbeeld aan: een klassiek concert in de context van een popconcert. Kinderen vertonen namelijk minder interesse in kunst met de grote K. Hierdoor spelen kunstinstellingen op deze trend in. Een convergentie van zowel populaire en hoge cultuur en kunst trekt de aandacht van deze jonge wezens die leven in een hypermoderne, gemediatiseerde samenleving waar zij zelf integraal een deel van uit maken. Zo kunnen een komediefilm of een tentoonstelling over hiphop ook vormen van kunst zijn voor kinderen. De postmodernistische saga waarbij allerlei regels, rollen, vormen van kunst en media door elkaar vloeien. Het onderscheid tussen hoge en lage cultuur hoeft niet meer zo drastisch opgevat te worden. Er vindt een hybridisering plaats waardoor er meer openheid en multiculturaliteit ontstaat. De nadruk ligt minder op het materiële object, het kunstwerk 'an sich', maar meer op de achterliggende waarden en de ideeën die er achter schuilen. Er vindt zich een verschuiving plaats waar er een nadruk lag op het medium, het object, het rituele, de culturele en originele waarde van een kunstwerk en de macht van het aura naar de informatie- waarde van het kunstwerk. Niet het object of het medium zelf is belangrijk maar de gedachtegang, het perspectief en de context.

²⁷TWAALFHOVEN (Anita). *Van jonge mensen en de dingen die gaan komen*. Nederland, Boekman, 2003, p. 9 [Online] http://www.boekman.nl/documenten/boekman_56_twaalfhoven1.pdf, zie bijlagen [04/11/2011]

²⁸IDEM, p. 14.

Kinderen als toeschouwers: hoe vormen zij volwaardige kunstzinnige deelnemers als toekomstige generatie in een wereld waar verschillende esthetische, maatschappelijke, culturele en ideologische draagvlakken door elkaar vloeien? De vraag wat kunst is en wat kinderen onder kunst begrijpen lijkt in de toekomst nog moeilijker te beantwoorden aangezien de grenzen steeds meer en meer vervagen.²⁹ Kunst voor kinderen en kunst voor volwassenen vermengen zich tegelijkertijd. Het voornaamste is dat cultuur en kunst niet als middel of instrument dienen voor hun ontwikkeling maar als doel op zich, als genot en activiteit.³⁰

Er zijn een heleboel initiatieven, projecten en coöperaties die kunst en cultuur dichter tot bij kinderen willen brengen. Het netwerk 'Vitamine C' bijvoorbeeld streeft ernaar kinderen en jongeren in contact te brengen met kunst en cultuur. Zij zien kunst en cultuur als een noodzakelijke vitamine voor deze doelgroepen. Vitamine C wil de samenwerking stimuleren tussen verschillende belangengroepen in het voordeel van kinderen, jongeren en hun mogelijkheid tot kunst- en cultuurparticipatie. Dit netwerk is passiebedreven in het debat over kunst, cultuur, kinderen en jongeren gaande te houden door van onderuit te streven en samen te werken naar verbetering. Dit project werd met steun van de Vlaamse overheid in samenwerking met partner Cera Coöperatieve opgezet.³¹ Daarnaast illustreert: 'Kunst voor Ketjes', een initiatief van Lasso, het Brussels netwerk voor kunsteducatie en publieksbemiddeling, hoe bepaalde actoren ernaar streven kinderen van zes tot twaalf jaar in contact te brengen met kunst en cultuur. Hierbij proberen zij zoveel mogelijk kunst- en cultuurgerichte uitstappen aan te reiken via de scholen en dergelijke. Een brede mix van kunst en cultuur vormt hierbij de educatieve laag met een speelse toets.³²

'Kinderkunstendag' is mede een initiatief om het belang aan te tonen van kunst en cultuur in de leefwereld van kinderen. Deze dag is een samenwerking tussen het Departement Cultuur, Sport, Jeugd en Media en HetPaleis. Die dag worden er pleidooien gehouden door verschillende personen die er een belang bij hebben om te praten over de rol van kunst en cultuur bij jonge kinderen. Deze benadrukken de waarde van kunst- en cultuurparticipatie en het recht dat kinderen hiertoe hebben.³³ Hiernaast zijn er nog tal van andere initiatieven.

²⁹TWAALFHOFEN (Anita). *Van jonge mensen en de dingen die gaan komen*. Nederland, Boekman, 2003, p. 15 [Online] http://www.boekman.nl/documenten/boekman_56_twaalfhoven1.pdf, zie bijlagen [04/11/2011]

³⁰IDEM, p. 17.

³¹VITAMINE C. *Cultuur doet groeien*. Leuven, 2012. [Online] <http://bruismee.be/>, zie bijlagen [02.02.2012]

³²LASSO. *Kunst voor Ketjes*. Brussel, 2012. [Online] <http://www.kunstvoorketjes.be/>, zie bijlagen [04.04.2012]

³³HETPALEIS. *Kinderkunstendag*. Antwerpen, 2012. [Online] <http://www.hetpaleis.be/programma/2011-2012/2011-2012-kinderkunstendag>, zie bijlagen [21.12.2012]

2.4. Hoe oordelen kinderen over kunst?

Parsons, deed onderzoek naar het oordeel van kinderen en volwassenen over kunst. Aan de hand van visueel beeldmateriaal legde hij interviews af waarbij kinderen en volwassenen mochten praten over de schilderijen die ze hadden gezien. Op deze wijze kwam hij tot zijn theorie en zijn vijf stadia. Hij toont aan dat er vijf fasen bestaan in de vooruitgang van esthetische meningen:

- De "*associatieve oordeelstructuur*" van het kind vormt de eerste fase. Zoals hierboven al aangegeven vond het kind het belangrijk zelf verbanden te leggen, waarbij het gebruik van favorieten essentieel is. Een voorbeeld hiervan zou kunnen zijn: "*De paraplu op het schilderij vind ik leuk want mijn zus heeft er ook zo één*". Binnen deze fase gaan kinderen kijken en beleven op basis van hun intuïtie.
- De tweede fase gaat zich meer richten op het nabootsen van de realiteit, de "*mimetische oordeelstructuur*". Deze fase wordt gekenmerkt door een realistisch begrip omdat de representatie, de weergave van de werkelijkheid centraal staat. Wat er weergegeven wordt moet zo nauw mogelijk aansluiten bij dat wat men wil weergeven, namelijk een deel van de werkelijkheid. Hierdoor ontstaat er een begrip van schoonheid.
- De "*expressieve oordeelstructuur*" is de derde fase en houdt verband met de sentimenten van het kind, namelijk welke gevoelens er worden opgewekt bij het kijken naar een kunstwerk. Het subjectieve, innerlijke gevoel van het kind wordt hier voorop gesteld. Kunstwerken kunnen leiden tot het uiten van emoties en gevoelens, als een soort uitlaatklep waarbij het individuele naar voren komt.
- De vierde fase noemt hij de "*formele oordeelstructuur*", waarbij uiterlijke kenmerken zoals 'vorm' en 'stijl' in het oog springen van het kind. Men zou kunnen zeggen dat het medium binnen deze fase als belangrijk wordt geacht. Niet wat er wordt gebracht maar hoe het wordt gebracht.
- De laatste fase is de "*open en autonome oordeelstructuur*" waarbij het kind volledig zelfstandig gaat oordelen. Reflectie en innerlijke overtuiging staan hierbij centraal.^{34 35}

³⁴ BREEUWSMA (Gerrit) & HAANSTRA (Folkert) & KOOPMAN (Constantijn) & LAARAKKER (Karin) & SCHRAM (Dirk) & WITTE (Theo). *Ontwikkelingsstadia in het leren van kunst, literatuur en muziek*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2005, pp. 6,7. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse14.pdf#page=19, zie bijlagen [04.11.2011]

³⁵ IDEM, pp. 25, 26.

De overgang van het ene stadium naar het andere kenmerkt zichzelf door een verdere opname van de elementen die voordien belangrijk waren. De verschillende stadia en hun centrale kenmerken komen naast elkaar te staan, ze vervangen elkaar niet, ze zijn complementair. Parsons benadrukt hierbij dat elk stadium een steeds verfijnder perspectief gaat hanteren op het begrip kunst.³⁶

Onderzoek binnen de ontwikkelingspsychologie stelt het denken in stadia in vraag. Ze zijn kritisch aangezien de ontwikkeling van een kind niet altijd lineair verloopt. Elk kind is namelijk anders en soms gaat het snel vooruit, maar soms ook niet. Echter door te veralgemenen aan de hand van stadia is het handig om een helder en globaal beeld te scheppen betreffende het esthetisch oordeel van kunst. Maar in hoeverre zijn deze stadia en hun kenmerken accuraat en daadwerkelijk correct? Ondanks de kritiek op het denken in stadia, vormt de theorie van Parsons toch een handig houvast binnen deze materie. Zo kunnen stadia een ander perspectief bieden dan denken in levensfasen.³⁷ Kinderen bevinden zich meer in de kenmerken van het stadium dan in het stadium zelf. Parsons zegt: "*Stadia zijn analytische instrumenten om menselijk gedrag te kunnen begrijpen*".³⁸ Hiermee geeft hij aan dat de thema's en de kenmerken binnen elk stadium op een semi- lineaire wijze aangeven hoe kinderen oordelen over kunst. Doch wordt er geen beschrijving geboden van het verloop van het ene stadium naar het andere, wat een belangrijke kritiek is van simplisme. Er wordt met andere woorden enkel logica geboden, maar geen dynamica.³⁹

³⁶ BREEUWSMA (Gerrit) & HAANSTRA (Folkert) & KOOPMAN (Constantijn) & LAARAKKER (Karin) & SCHRAM (Dirk) & WITTE (Theo). *Ontwikkelingsstadia in het leren van kunst, literatuur en muziek*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2005, p. 27. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse14.pdf#page=19, zie bijlagen [04.11.2011]

³⁷ IDEM pp. 28, 29.

³⁸ IDEM, p. 30.

³⁹ IBIDEM.

3. Kunst, media en kinderen

3.1. Media- educatie

Vanuit hedendaags perspectief wordt er aangetoond dat de media een steeds meer essentiële plaats hebben in kinderen hun leefwereld. Kinderen worden overspoeld met massa's applicaties en tools die ze kunnen hanteren om zich te informeren, te amuseren of simpelweg te ontspannen. Wegens nuanceringsen over de macht van deze media achten zowel beleidsmakers, het onderwijs en de ouders het als belangrijk om kinderen te leren hoe ze het best omgaan met die media. Media- educatie en mediageletterdheid hangen sterk samen. Kinderen maken dagelijks gebruik van (massa) media, als bron en als middel om zelf bij te dragen.⁴⁰ Media- educatie richt zich eerder op de populaire kunst en cultuur dan op de traditionele canon die onder de vleugels van het beeldende vak zit.⁴¹

Buckingham is van oordeel dat media- educatie draait om het motiveren en "*stimuleren van een kritisch mediagebruik*". Het adjectief "*kritisch*" wordt aanzienlijk beklemtoond. Kinderen moeten bewust gemaakt worden van de media en hun boodschappen. Ze dienen in staat te zijn deze in vraag te stellen, erover na te denken en te reflecteren aan de hand van de ouders, de school en de opvoeders.⁴² Stakeholders die allen een belang hebben bij het onderwijzen van kunst, cultuur en het omgaan met media: Vlaams minister van Media Ingrid Lieten samen met het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media spelen een prominente rol binnen dit kennisgebied. De Vlaamse Regulator voor de Media die instaan voor de regulering van mediaboodschappen en ook de ministers van onderwijs en cultuur.

Daarnaast spelen kleinere doch even belangrijke figuren ook mee in het verhaal, namelijk de ouders en de leerkrachten op school zelf. Richtlijnen zoals "*alert omgaan met media*" en "*via de media doordacht participeren aan de publieke ruimte*"⁴³ klinken in deze nabijheid. Een punt van kritiek hierbij is dat er opmerkelijk veel belang gehecht en aandacht geschonken wordt aan de nieuwe media waardoor het medium televisie (waar kinderen nog steeds het grootste deel van hun vrije tijd aan besteden) een beetje naar de achtergrond geduwd wordt. Media- educatie en het opstellen van duidelijke beleidsdoelstellingen gaan meestal gepaard met vertraging en onduidelijkheden. Dit omwille van het gegeven dat er vaak vage en overkoepelende termen gehanteerd worden binnen gebieden waar er best geen generalisaties worden gemaakt. De bevoegde instanties dienen hierdoor steeds alert te zijn van de verschillen die er heersen tussen enerzijds kinderen van verschillende leeftijden en anderzijds tussen verschillende kunst- en mediaboodschappen.⁴⁴

⁴⁰ BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, pp. 10, 11. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

⁴¹ IDEM, p. 35.

⁴² IDEM, p. 105.

⁴³ IDEM, pp. 112, 113.

⁴⁴ IBIDEM.

Het project 'Ingebeeld' door CANON Cultuurcel van het Ministerie van Onderwijs en Vorming hameren op het belang van het leren omgaan met media en dan vooral beelden. Zij doen hun best dit lessenspakket te integreren binnen het onderwijs om zo kinderen van drie tot twaalf jaar te kunnen bereiken, aan de hand van creatieve werkdozen.⁴⁵ Meer uitleg hierover in het deel over de 'beeldcultuur'.

⁴⁵ CANON CULTUURCEL. *Ingebeeld*. Print International, Brugge, 2007, pp. 7, 8.

3.2. Media als middel en doel, in functie van kunst

De heersende beeldcultuur van kinderen vandaag is verweven met een zogenaamde populaire cultuur dat onder andere sterk de media omvatten. Deze media zijn ook dragers van kunst. Hierbij discussiëren onderzoekers vaak over wat kunst nu is, wat het onderscheid is tussen hoge en lage kunst, of populaire cultuur wel effectief als kunst beschouwd kan worden, etc.

Cultural Studies is met deze vragen begaan aangezien zij meer nadruk leggen op alledaagse, populaire vormen van kunst en cultuur die naast de hoge kunsten ook gewaardeerd dienen te worden. Luisteren naar muziek op Youtube, een virtuele galerij bezoeken op het internet, autonoom een digitale collectie van kunstwerken samenstellen, een symfonisch orkest op de televisie bekijken, op een blog gedichten lezen of zelf schrijven, etc. Kunnen deze vormen van cultuur als kunst beschouwd worden? Het is moeilijk om daar een antwoord op te geven aangezien het begrip 'kunst' zelf al moeilijk te definiëren valt, laat staan een onderscheid te maken en deze ook nog eens te definiëren. Zolang kinderen hun artistiek en creatief kunnen uiten en informeren is er wel degelijk sprake van kunst- participatie. Kunst zelf is niet zozeer veranderd, maar de dragers, instrumenten en vormen waarin kunst vertaald worden zijn wel sterk geëvolueerd. Binnen deze digitale informatiesamenleving waarbij een overvloed aan boodschappen en betekenissen verzonden en ontvangen worden krijgt kunst ook een rol in dit verhaal. Musea, institutionele kunstinstellingen, curators, kunstenaars, het onderwijs, de programmamakers en dergelijke spelen hier allen op in met een oog op de toekomst.

Aangezien kinderen tot hun publiek horen, dienen ze sterk rekening te houden met het feit dat deze de toekomstige volwassenen worden van onze maatschappij, die anders zijn dan de vorige generatie. Er nemen verschillende transformaties en mutaties plaats maar er zijn ook continuïteiten waarbij waarden gelijk blijven. Zo is kunst één van die waarden dat belangrijk is om mee te geven, want kunst doet je blik verruimen en bied je verschillende perspectieven. Kunst en cultuur worden beschouwd als het cement van de samenleving.⁴⁶

Kunstenaars maken gebruik van de media op twee manieren: ze kiezen een thema of onderwerp uit de media die ze verhalen in hun werk of ze maken gebruik van media (video, internet) om hun thema of werk weer te geven. Kunstenaars zijn vertrouwd met het gebruik van media om hun werk te etaleren. Het wijst hen in de richting om steeds 'innovatief, vernieuwend' uit de hoek te komen. Verwant met het avant- gardistisch- denken. Maar is het wel allemaal nieuw? En in hoeverre dienen zij gebruik te maken van media om effectief nieuw te zijn? Is het niet gewoon een remediatie?⁴⁷ Soms kan er nog moeilijk een lijn getrokken worden tussen kunst en media aangezien zij soms zo verweven zijn en door elkaar vloeien.⁴⁸ Hierdoor komen er nieuwe vormen die als kunst aanschouwd kunnen worden, bepaalde randvormen die gecanoniseerd worden.

⁴⁶ BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, pp. 10, 11. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

⁴⁷ IDEM, pp. 16, 17.

⁴⁸ IDEM, p. 19.

Zo schreef Walter Benjamin in 'The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction' over fotografie. Hij maakte een vergelijking tussen schilderijen en foto's, waarbij de kunstenaar een aanzienlijke afstand kon nemen van dat wat hij/zij wil representeren maar waarbij de cameraman penetreert binnen het web van dat wat gerepresenteerd dient te worden. Vervolgens versterkte hij dit onderscheid door de kunstenaar te vergelijken met een magiër en de cameraman met een chirurg. Dit traditionele oordeel zegt ons iets over de vormen van kunst, de grenzen en de moeilijkheidsgraad waarin vormen van kunst gedefinieerd kunnen worden. Fotografie vandaag wordt geaccepteerd als een kunstvorm, wat in de beginjaren van de fotografie niet het geval was. Dit toont mede aan dat de opvattingen over bepaalde vormen van kunst en de kunstvormen zelf evolueren. Een samenspel van continuïteit en discontinuïteit.⁴⁹

Onderzoekers zijn van mening dat er een kloof bestaat tussen de kunst die aanbevolen wordt op school en door musea en de populaire kunstvormen waarmee kinderen meer vertrouwd zijn. Haanstra meent dat het onderwijs moet inspelen op zowel beide vormen van kunst aangezien jonge kinderen vertrouwd zijn met de beeldcultuur van televisie en internet.⁵⁰ Hierdoor wordt het vak esthetica of beeldende kunst op school gekenmerkt als multidisciplinair en als een samenspel van traditionele en populaire (media)kunstvormen.⁵¹

Media fungeren op deze wijze als een middel om traditionele museale kunst te verbinden met populaire cultuur.⁵² Kunst stelt het kind in staat om een kritische houding te creëren bij het beoordelen en reflecteren van hun dagelijkse leefwereld en praktijken, die beïnvloedt worden door de nieuwe media.⁵³

⁴⁹ BENJAMIN (Walter). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. Clive Cazeaux (ed.) The Continental Aesthetics. London: Routledge, pp. 322- 343.

⁵⁰ BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Op. Cit.*, 2009, p. 22. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

⁵¹ IDEM, pp. 22, 23.

⁵² IDEM, p. 28

⁵³ IDEM, pp. 64, 65.

4. Invloeden in kinderen hun wereld

4.1. Ouders en peers

Hoe jonger kinderen zijn, hoe meer familie- gericht ze zijn. In Vlaanderen hebben ouders relatief veel invloed op het mediagebruik van hun kinderen. Naarmate kinderen ouder worden hechten ze meer belang aan hun leeftijdsgenoten en vrienden. Ze zijn in staat om afstand te nemen van hun vertrouwde omgeving. Dit fenomeen doet zich voor aangezien kinderen steeds minder verkeren binnen de beschermde sfeer van hun thuis. Ze worden voorbereid op de maatschappij door geworpen te worden in een soort mini- maatschappij: de school. Op deze school leren zij omgaan met anderen. Deze anderen zijn gelijken die al dan niet op eenzelfde golflengte zitten.⁵⁴ Sociale relaties zijn belangrijk voor het aanwakkeren van interesses, smaken en cultuur.⁵⁵

Ouders slagen er goed in om pogingen te ondernemen hun kinderen in contact te brengen met vormen van kunst. Meestal ter bevordering van de kinderen hun talenten, vaardigheden of creativiteit. Zo worden kinderen gestimuleerd om naar de muziek- of tekenacademie te gaan. Dit kan een voordeel bieden maar ook een nadeel. Zo kan het voor komen dat kinderen zich 'gedwongen' voelen te participeren aan kunst, wat net het tegenovergestelde is van de functie van kunst. Kunst moet je vrij laten voelen zonder conventies en regels. Door kinderen te duwen in kunstzinnige richtingen lopen zij ook het gevaar geconfronteerd te worden met hun onbekwaamheden. Op deze wijze wordt er een nadelig effect gecreëerd en kan het kind een 'weezin' krijgen ten aanzien van kunst.⁵⁶ Doch illustreert het project 'Toeval gezocht' mede het belang van de ouders om hun kinderen te stimuleren. In het boek wordt uitgelegd dat ouders die zelf in contact staan met kunst, sneller de overstap zullen maken tot het stimuleren van hun kinderen om met kunst in aanraking te komen.⁵⁷

De leeftijdsgenoten van kinderen, de zogenaamde 'peers' spelen ook een zeer beïnvloedende rol binnen dit domein. Kinderen vergelijken zich met elkaar en kijken naar elkaar op. De drang naar communicatie en populariteit verschijnt bij ieder jong individu dat zich een weg probeert te wenen naar het ontwikkelen van een eigen persoonlijkheid, status of instelling. Om deze reden is het van belang ook aandacht te besteden aan wat kinderen zelf over dergelijke kunstvormen denken.

⁵⁴ MC QUAIL (Denis). *Mc Quail's mass communication theory*. London, SAGE Publications Ltd, 2005, p. 433.

⁵⁵ D'HAENENS (Leen) & KOKHUIS (Madelon) & VAN SUMMEREN (Cindy). *Kijken of surfen? Mediagebruik van kinderen en adolescenten*. Leuven, Uitgeverij Acco, 2001, p. 85.

⁵⁶ BREEUWSMA (Gerrit) & HAANSTRA (Folkert) & KOOPMAN (Constantijn) & LAARAKKER (Karin) & SCHRAM (Dirk) & WITTE (Theo). *Ontwikkelingsstadia in het leren van kunst, literatuur en muziek*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2005, p. 33. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse14.pdf#page=19, zie bijlagen [04.11.2011]

⁵⁷ HUISINGH (Annemieke) & HULSHOFF POL (Rixt) & VAN DEN BOMEN (Ellie). *Toeval gezocht: kunst, kunstenaars en jonge kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat, 2009, p. 116.

4.2. Onderwijs

De logica van het onderwijssysteem wordt gekenmerkt door input en output. Aan de ene kant investeert men energie en tijd in de ontwikkeling van kinderen, hierdoor verwacht men aan de andere kant iets terug: resultaten. Utilitair denken eist zijn tol, de "onbevangenheid" van kinderen ligt ver van de "doelmatigheid" van volwassenen.⁵⁸ Een onderwijsprogramma wordt steeds gekenmerkt door middelen en doelen. Dit botst op een probleem. Net zoals kinderen wordt kunst gekenmerkt door het speelse, het impulsieve en het spontane. Aspecten die onvoorspelbaar zijn. Toch hecht het onderwijs een uitdrukkelijk belang aan de gestuurde, artistieke ontwikkeling van een kind. Ze kijken naar wat kinderen over kunst denken en hoe ze dat tot uitdrukking brengen.⁵⁹

Haaks tegenover dit standpunt staat de 'doelmatigheid zonder doel' van Kant. Hierbij wordt de esthetische beleving 'an sich' als belangrijk geacht, niet welke resultaten het teweegbrengt maar het gevoel en het genot zelf.⁶⁰ Kadinsky sluit hierbij aan door te zeggen dat het schone van de kunst een doel op zich is, de "beleving" en het "welbehagen" zelf zijn het uiteindelijke doel. Hierdoor wordt de doelmatigheid als dusdanig al bevestigd.⁶¹

Wegens sterkere aanwezigheid van allerlei soorten media wordt de taak van de leerkracht steeds meer interdisciplinair ten voordeel van het kind.⁶² Maar dit gegeven wordt ook in vraag gesteld aangezien kinderen actief te werk gaan en zelf betekenis geven aan de boodschappen van de media. Welke rol wordt er dan nog weggelegd voor de leerkracht in het voorlichten van deze kinderen?⁶³

Er kan alleszins besloten worden dat het onderwijs een krachtig apparaat is om kunst- en cultuurvormen door te geven. Het vormt een specifieke educatieve opdracht, afdwongen door het beleid. Kunst en cultuur horen tot het levenspakket dat kinderen dienen mee te krijgen, zoals talen, wiskunde en biologie bijvoorbeeld even belangrijk zijn. Wegens de spontaniteit en de mogelijkheid tot relativering van de kinderen is het nog zo van belang hen op school kunst mee te geven aangezien zij op deze leeftijd nog zeer open staan voor nieuwe aspecten en informatie.

⁵⁸ HUISINGH (Annemieke) & HULSHOFF POL (Rixt) & VAN DEN BOMEN (Ellie). *Toeval gezocht: kunst, kunstenaars en jonge kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat, 2009, p. 116.

⁵⁹ IDEM, p. 37.

⁶⁰ IDEM, p. 49.

⁶¹ IDEM, p. 38.

⁶² BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, p. 27. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

⁶³ IDEM p. 105.

5. Onderzoekstradities naar de macht van de media op kinderen

Onderzoek naar de invloed van media op kinderen deed zijn intrede pas vanaf de jaren zestig. Daarvoor werd er meer onderzoek gedaan naar de invloed van de media op de massa, onderzoek op volwassenen maar nog niet op kinderen. Theorievorming en empirisch onderzoek naar de invloed van media op kinderen deden dus pas hun intrede met de komst van de televisie.⁶⁴

5.1. Psychologische invalshoek

Valkenburg zegt dat er veel onderzoek bestaat naar het effect van media op kinderen. Daarnaast zegt hij ook dat er een schaars aanbod bestaat van onderzoek naar het effect van de media op het 'bewustzijn' van kinderen. De geest van een kind, de gedachtegang, de rede. Dat geweld op televisie in bepaalde gevallen een invloed heeft op het agressief handelen van een kind, weten we al en daar is al veel over geschreven.⁶⁵ De focus van dit soort onderzoek lag vooral bij de invloed van televisie op het gedrag van kinderen. Maar welke invloed de televisie heeft op het effectieve denken van een kind is wetenschappelijk zeer interessant om nader te bestuderen.⁶⁶ De invloed van televisie op emoties en cognitie kreeg pas later aandacht.⁶⁷

De Amerikaan Albert Bandura hield zich in de jaren zestig bezig met onderzoek naar kinderen binnen de behavioristische stroming. Hij ging er vanuit dat kinderen passieve wezens waren die alle informatie uit hun omgeving automatisch absorbeerden. Hij gaf geen aandacht aan de beperktheden van de media. Deze "*stimulus- respons- benadering*" moest vanaf de jaren zeventig plaats maken voor een meer actief begrip van het kind. Dit begrip werd mogelijk gemaakt door twee tendensen.

Eenzijds deed de "*uses- and- gratifications- theorie*" haar intrede, waarbij kinderen en volwassen informatie selectief kiezen en gebruiken om te voldoen aan hun behoeften.⁶⁸

Anderzijds deed de cognitieve psychologie haar intrede. Deze tak van de psychologie deed onderzoek naar hoe kinderen kennis opdoen, hanteren en vergaren via de televisie en deze cognitie gebruiken voor de sturing van hun gedrag. De Zwitser Jean Piaget beïnvloedde in sterke mate de cognitieve ontwikkelingspsychologie van de jaren zeventig. Deze psycholoog toonde aan dat kinderen aan de hand van schema's hun gedrag programmeren en sturen. Deze schema's dienen als leidraad om hun weg te vinden in de wereld. Naarmate kinderen ouder worden veranderen deze schema's en worden deze vervangen door andere interne, cognitieve structuren.

⁶⁴ VALKENBURG (Patti). *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Boom/Amsterdam, P.M. Valkenburg, 2002, p. 22.

⁶⁵ BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, p. 104. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

⁶⁶ VALKENBURG (Patti). *Vierkante ogen. Opgroeien met TV & PC*. Amsterdam, Uitgeverij Balans, 1997, p. 15.

⁶⁷ VALKENBURG (Patti). *Op. Cit.*, 2002, p. 24.

⁶⁸ VAN DRIEL (Hans). *Beeldcultuur*. Boom- Amsterdam, Hans van Driel redactie, 2004, p. 66.

Door Piaget zijn onderzoek ging er doorheen de onderzoeksjaren meer aandacht naar begrip, cognitie, aandacht en herinnering van media- boodschappen, waarbij er veel nadruk lag op het praktische- doelmatige.⁶⁹ Volgens Piaget bevindt een kind van zes tot twaalf jaar zich binnen de fase waarin het kind het onderscheid kan beginnen maken tussen fantasie en realiteit. Hij noemt dit het 'concreet operationeel stadium'. Het fantaserende en magische denken van het jonge kind verandert in een realiteitsbegrip waarbij basisschoolkinderen steeds meer nood hebben aan een concreet begrip van de werkelijkheid, dit om later een abstract denkvermogen te kunnen hanteren.⁷⁰ Bandura paste zijn leertheorie aan onder invloed van Piaget zijn bevindingen. Hij ging er niet meer systematisch van uit dat kinderen beïnvloedbare wezens zijn.

Bandura besloot dat de invloed van televisie afhangt van de kenmerken van de televisieboodschap en ontdekte dat kinderen deze zelf via hun cognitieve processen kunnen reguleren.⁷¹ Van belang is dat wat kinderen zien op televisie, deze inhoud cognitief kunnen plaatsen binnen een context. Deze context is noodzakelijk om enerzijds fantasie van realiteit te onderscheiden en anderzijds een oriëntatiepunt aan te nemen.⁷²

⁶⁹ BREEUWSMA (Gerrit) & HAANSTRA (Folkert) & KOOPMAN (Constantijn) & LAARAKKER (Karin) & SCHRAM (Dirk) & WITTE (Theo). *Ontwikkelingsstadia in het leren van kunst, literatuur en muziek*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2005, p. 40. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse14.pdf#page=19, zie bijlagen [04.11.2011]

⁷⁰ CANON CULTUURCEL. *Ingebeeld*. Print International, Brugge, 2007, p. 13, 14

⁷¹ VALKENBURG (Patti). *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Boom/Amsterdam, P.M. Valkenburg, 2002, p. 26.

⁷² NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, p. 67.

5.2. Cultural Studies: een meer kritische benadering

Cultural Studies ontstond als wetenschappelijke stroming in het Verenigd Koninkrijk in het midden van de jaren zestig. Deze stroming valt binnen de kritische traditie. Zij richten zich tot het publiek als actieve gebruikers. Hierbij worden media gezien als instellingen die de ontwikkelingen en veranderingen van maatschappelijke perspectieven 'mede' bepalen. Het publiek zelf is verantwoordelijk voor het onderhandelen van de inhoud van de boodschappen.⁷³ De betekenissen worden namelijk geconstrueerd in interactie met bestaande referentiekaders.

Cultural Studies heeft zich voornamelijk bezig gehouden met jongeren in plaats van met kinderen. Dit gegeven kan verklaard worden door de kritische en emanciperende houding van deze stroming. Alexander en Morrison menen dat vooraleer men zich kritisch kan opstellen, men de onderdrukking onder ogen moet komen en erkennen. Kinderen zijn hiervoor nog te jong en jongeren niet. In de jaren tachtig kwam er een groep onderzoekers binnen deze stroming bij, die zich gingen bezig houden met de kindercultuur, dit omwille van de groeiende commercie gericht op kinderen. Kinderen werden hierbij gezien als zelfstandige wezens die in staat waren zelf betekenis te geven aan de media- boodschappen. Daarnaast verzetten Cultural studies zich tegen het gegeven dat enkel cultuur met een grote C kunstzinnige en waardevolle cultuur is, de canon. Zij zijn van mening dat alledaagse vormen van cultuur zoals design, sport, soaps, winkelen ook tot cultuur behoren.

Zo beschreef Henry Jenkins computerspelletjes als "*The New Lively Art*".⁷⁴ Dit gegeven kan verbonden worden met de mogelijkheid dat vele programmamakers misschien niet expliciet de hoge kunsten in gedachten hebben om te programmeren naar kinderen. Maar wel andere vormen van kunst en cultuur, die kunnen bijdragen aan hun kunstzinnige houding maar als dusdanig niet zozeer zichtbaar zijn als kunst. Doordat er een hybridisering is van traditionele kunst en meer populaire vormen van kunst door middel van nieuwe media bijvoorbeeld, is het moeilijk om te bepalen wat echte kunst nu is. Wat begrijpen kinderen namelijk onder kunst? En welke soort kunst wordt als belangrijk geacht om kinderen bij te brengen? Hierbij dient er een expliciete aandacht besteed te worden aan het feit dat kinderen zware mediagebruikers zijn. Om deze reden kunnen kinderen zich meer aangetrokken voelen door gemediatiseerde kunstvormen. Dit gegeven dienen programmamakers in gedachten te hebben.

Voornamelijk houdt Cultural Studies binnen het onderzoek naar kinderen zich bezig met de plaats van media binnen kinderen hun vrije tijd en dagelijkse praktijken en welke rol hun omgeving hier vorm aan geeft.⁷⁵

Televisiekijkers zijn geen absorbeerbare sponsen die alle informatie opzuigen dat uitgezonden wordt. De televisiekijker dient te werken en te onderhandelen met de inhoud. De interpretatieprocessen en opvattingen volgens eigen referentiekader zijn handig bij het kijken naar beelden.⁷⁶

⁷³ VAN DRIEL (Hans). *Beeldcultuur*. Boom- Amsterdam, Hans van Driel redactie, 2004, pp. 66, 67.

⁷⁴ IDEM, p. 44.

⁷⁵ VALKENBURG (Patti). *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Boom/Amsterdam, P.M. Valkenburg, 2002, pp. 27- 29.

⁷⁶ VAN DEN BULCK (Jan). *Kijkbuis kennis*. Leuven, Uitgeverij Acco, 1996, pp. 207, 208.

5.3. De narratieve en constructieve aspecten van televisie

Naar televisie kijken is geen passieve opdracht. Televisie kijken is soms werken. Elk programma bestaat uit een geheel dat gegoten is in een verhaal. Dit verhaal is een constructie, een samenspel van actoren, contexten, thema's, gespreksonderwerpen, etc. Maar elk verhaal heeft hier en daar wel eens gaten. Zo krijgt de kijker de opdracht om zelf die gaten in te vullen om een logisch geheel te kunnen vormen. Om deze boodschappen en verhalen te kunnen decoderen is een bezit van achtergrondkenmerken en referentiekaders handig. Volwassenen zijn zich er niet meer van bewust dat ze binnen dit proces deze hulpmiddelen hanteren. Kinderen merken wel dat ze hier en daar zulke hulpmiddelen nodig hebben. Om deze reden gaan zij op zoek naar instrumenten die hen hier kunnen bij helpen. Doorheen de jaren leert het kind de gaten zelfstandig in te vullen en slaat het bewuste om in het onbewuste 'werken' als ze naar televisie kijken.⁷⁷

Cultuurwetenschapper Schollen toont aan dat een verhaal op zich een speels en drempeloverschrijdend middel is om kinderen te confronteren met allerlei kunstvormen. Het narratieve aspect zou een betekenis kunnen geven aan het kunstwerk. Kinderen zijn in de ban van verhalen en willen weten hoe iets afloopt.

Ze willen eigen associaties leggen in hun hoofd en mee in het verhaal treden. Doch vormt het verhaal geen ideaal instrument om direct uitleg te geven over het kunstwerk. Het kan echter wel dienen ter stimulering en aantrekking.⁷⁸

Professor Ronald Soetaert brengt het belang van het narratieve naar voor, op een wijze waarbij tegelijk het onderscheid tussen hoge en lage cultuur in vraag gesteld wordt. Hij vergeleek namelijk de "boekcultuur" met de "gamecultuur".⁷⁹ Hij zegt dat beiden gebruik maken van het brengen van een verhaal. Het narratieve aspect is in beide disciplines aanwezig, maar toch worden ze als zo verschillend beschouwd. Een treffend voorbeeld waarbij oude en nieuwe media convergeren en naast elkaar komen te staan.⁸⁰

⁷⁷ NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, p. 22.

⁷⁸ SCHOLLEN (Ineke). *Kunsteducatie. Picasso in de poppenhoek*. Nederland, HJK, april 2010, p. 3. [Online] http://tm.thiememeulenhoff.nl/assets/documentenservice_zen/hik/archief/2010/08_april_2010/jrg37_nr8_april2010_I.Scholten_Picasso_in_de_poppenhoek_pag_8_10.pdf, zie bijlagen [04.11.2011]

⁷⁹ BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, p. 111. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

⁸⁰ IBIDEM.

6. De beeldcultuur

Televisie biedt ons materie waarnaar we kunnen kijken en luisteren. Via kijken en luisteren nemen kinderen informatie op die kan bijdragen tot hun kennis. Het zijn twee handelingen die bijdragen tot het leerproces. Dit gegeven maakt dat televisie een ideaal medium is voor het vervullen van educatieve doeleinden.⁸¹ Onze cultuur is namelijk een beeldcultuur geworden, waarbij het geschreven woord meer naar de achtergrond wordt gebracht.

Kinderen zijn veel meer geneigd iets te willen leren via beelden en geluiden dan via woorden.⁸² Daarnaast gebruiken kinderen het beeldscherm om nare situaties met hun vrienden of ouders te vergeten. Een soort van afleiding.⁸³

Frits Abrahams toont de grootste macht van televisie aan, het medium berust op beelden zegt hij. Een krachtig middel om te communiceren en een gemeenschappelijk aspect met de fotografie. Deze beelden kunnen dienen als kennisinstrument, vooral als de productie ervan in handen ligt van bekwame vaklui.⁸⁴ Het beeldscherm vormt volgens hem een 'eye opener' die een belangrijke plaats bezit binnen het visuele en cognitieve bezit van mensen.⁸⁵ Hij toont daarbij aan dat televisie de mensen dichterbij de kunst heeft gebracht, aangezien één vijfde van de bevolking maandelijks naar klassieke muziek luistert of opera volgt via de televisie.⁸⁶ Hij staft dit argument door te verwijzen naar de tientallen zenders die uiteenlopende zaken programmeren.⁸⁷

Het project 'Ingebeeld', een realisatie door CANON Cultuurcel van het Ministerie van Onderwijs en Vorming zorgt voor een samenhang tussen kinderen van drie tot achttien jaar en de leergebieden en vakken.⁸⁸ Zij engageren zich hiertoe aangezien beelden een steeds meer prominente rol spelen in het leven van kinderen, jongeren en volwassenen. Beelden zijn namelijk overal en niet enkel om op een impliciete wijze informatie of een verhaal te brengen. De trend dient zich aan van een echte beeldcultuur.⁸⁹ Om deze reden vinden ze dat deze leeftijdsgroepen wegwijz dienen te worden gemaakt in de wondere wereld van de 'multimediale geletterdheid'.

Ook de VRT besteedt aandacht aan het mediawijsheden- platform 'Ingebeeld' in hun beheersovereenkomst.⁹⁰ Dit project vloeide voort uit het rapport van Anne Bamford die een evaluatie maakte van de kunst- en cultuureducatie in Vlaanderen in 2006 en 2007, waarbij de media ook al een plaats innamen.⁹¹ Maar vooral als opvolger van het rapport van Goegebuer in 2004⁹², dat handelde over het audiovisuele aanbod in het onderwijs.⁹³

⁸¹ VLAAMS CENTRUM VOOR VOLKSONTWIKKELING. *De impact van televisie op de culturele ontwikkeling*. Brussel, Vlaams Centrum voor Volksontwikkeling, 1988, p. 99.

⁸² IDEM, p. 153.

⁸³ NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, p. 79.

⁸⁴ DOORMAN (Maarten) & ZEEMAN (Michaël). *Het scherm der verbeelding*. Amsterdam, J.M. Meulenhoff bv, 1998, p. 185.

⁸⁵ IDEM, p. 188.

⁸⁶ IDEM, p. 190.

⁸⁷ IDEM, p. 193.

⁸⁸ CANON CULTUURCEL. *Ingebeeld*. Print International, Brugge, 2007, p. 7

⁸⁹ IDEM, p. 8

⁹⁰ VRT & DE VLAAMSE GEMEENSCHAP. *Beheersovereenkomst 2012- 2016*. Brussel, VRT & de Vlaamse Gemeenschap, 22/07/2011, p. 31. [Online] http://www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf, zie bijlagen [15.12.2011]

⁹¹ BAMFORD (Anne). *Kunst- en cultuureducatie in Vlaanderen*. Vlaanderen, Jo De Ro, Agentschap voor Onderwijscommunicatie, 2007, p. 5

⁹² GOEGBUER (Annemie). *Audiovisuele Vorming in het Vlaamse Onderwijs 2004*. Gent, IAK, 2004, pp. 9- 18.

Het rapport *Gedeeld/ Verbeeld*, dat ook volgde op het Bamford- rapport benadrukte ook dat kunsteducatie zijn pijlen moet richten op zowel kunst, erfgoed als media. Daarin werd vermeld: "Het is immers duidelijk dat kunst, erfgoed en media als leerinhouden bijna niet van elkaar te scheiden zijn. [...]"⁹⁴ Deze initiatieven hameren op het belang van een goed verweven relatie tussen kinderen, kunst, cultuur, educatie en media.

6.1. De plaats van televisie binnen kinderen hun vrije tijd

Toen de televisie haar opgang maakte aan het einde van de jaren vijftig verschoven de vrijetijdspatronen van het volk. Het alledaagse, sociale leven op straat tussen de mensen werd vervangen door een vierkantig apparaat dat beelden uitzond. Verwarring maar tegelijk nieuwsgierigheid en spanning werden opgewekt. Het sociale leven binnen de publieke sfeer verschoof naar de private sfeer. Nadien bleek dat deze sfeer binnenshuis toch niet zo privaat was. Samen met het gezin naar de televisie kijken werd een sociaal en gezamenlijk gebeuren, dat resulteerde in een dagelijkse gezinsactiviteit. Kortom: de televisie bracht de leden van het gezin dichter bij elkaar. Naar beeldjes kijken werd een van de belangrijkste vrijetijdsactiviteiten. Kinderen zijn steeds meer gaan kijken. Door hun gevoeligheid werden zij al sneller verleid door de magie van de televisie. Kinderen van drie tot twaalf jaar hebben gemiddeld elke dag dertig procent vrije tijd per etmaal.⁹⁵ Vandaag kijken kinderen van zes tot twaalf jaar gemiddeld twee uur per dag televisie binnen hun vrije tijd.⁹⁶ Onderzoekscentra zoals het Sociaal en Cultureel Planbureau bevestigen dit cijfer.⁹⁷ Als deze leeftijdscategorie opgedeeld wordt, dan toont onderzoek aan dat kinderen van drie tot zeven jaar minder televisie kijken dan oudere kinderen van acht tot twaalf jaar.⁹⁸ Een kind van deze leeftijd is per dag ongeveer elf uren wakker. Naast de dagelijkse verplichtingen: naar school gaan, eten met de ouders en huiswerk maken, neemt het medium televisie toch nog twee uur van deze kostbare tijd in beslag. Opmerkelijk gegeven om nader te bestuderen.

Bovendien hebben kinderen een verschillend kijkpatroon dan dat van volwassenen aangezien hun dagindeling ook anders is.⁹⁹ Waarom neemt de televisie een zodanig belangrijke plaats in kinderen hun leven, op een wijze dat ze er dagelijks zoveel tijd aan besteden? Via televisie krijgen kinderen een massa informatie, deze informatie is bovenal voornamelijk gericht naar volwassenen. Een goede reden voor kinderen om daar nieuwsgierig naar te zijn. Dit maakt dat de televisie zo aantrekkelijk is. Kinderen kijken namelijk naar programma's die voor hen niet bestemd zijn en waar ze eigenlijk niet mogen naar kijken. Typisch aan de mens en vooral aan het kind: wat verboden is of niet mag, wil men nog zo graag, zoals de verboden vrucht in Adam & Eva.

⁹³ BURN (Andrew) & BUSCHÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, pp. 108, 109. [Online]http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

⁹⁴ IBIDEM.

⁹⁵ VAN DER WAL (Geke). *Kleine mensen, grote zaken. Kindertelevisie, commercie & internet*. Amsterdam/Antwerpen, Uitgeverij L.J. Veen, s.d., p. 88.

⁹⁶ VALKENBURG (Patti). *Vierkante ogen. Opgroeien met TV & PC*. Amsterdam, Uitgeverij Balans, 1997, pp. 11, 12.

⁹⁷ NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, p. 11.

⁹⁸ VAN DER WAL (Geke). *Op. Cit.*, s.d., p. 90.

⁹⁹ IDEM, p. 92.

Hierdoor worden kinderen veel sneller in de complexe wereld geworpen van de volwassenen. Reden te meer voor de ouders om hun kinderen wegwijs te maken binnen de wondere wereld van de televisie.

Aangezien de ouders weten dat hun kinderen er toch zullen naar kijken, beseffen zij dat het van belang is om hun kinderen te leren omgaan met de televisie, en vooral met de inhoud.¹⁰⁰ Binnen de invloed van media op kinderen kunnen ouders een belangrijk aandeel hebben bij het leren hanteren van media.¹⁰¹ Bepaalde kwalitatieve televisie- programma's zijn goed voor de algemene ontwikkeling van een kind en kunnen creativiteit stimuleren.¹⁰² Kinderen besteden vandaag meer tijd aan media dan kinderen van vorige generaties. Dit komt omdat het aanbod voor kinderen fors is uitgebreid.¹⁰³

Onderzoek toont aan dat er drie hoofdredenen zijn waarom kinderen zo graag naar televisie kijken. Allereerst in functie van ontspanning, waarbij kinderen willen begrijpen naar wat ze kijken.

Ten tweede als bron van informatie. Kinderen zijn naast volwassenen ook leergierige wezens en blijven graag op de hoogte. Zo vormt het Jeugdjournaal een belangrijke bron van informatie. Via alle programma's krijgen kinderen deeltjes informatie die kunnen bijdragen tot hun algemene ontwikkeling.

Ten laatste kijken kinderen graag naar televisie omdat deze een gezamenlijke activiteit kan vormen. Samen met anderen kijken voor de gezelligheid en vooral om te kunnen meepraten met hun peers.¹⁰⁴

¹⁰⁰ VALKENBURG (Patti). *Vierkante ogen. Opgroeien met TV & PC*. Amsterdam, Uitgeverij Balans, 1997, p. 14.

¹⁰¹ NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, p. 81.

¹⁰² VALKENBURG (Patti). *Op. Cit.*, 1997, p. 153.

¹⁰³ NIKKEN (Peter). *Op. Cit.*, p. 11.

¹⁰⁴ IDEM, pp. 15- 17.

6.2. Televisie als "beschavingsinstrument"¹⁰⁵

Aangezien de media een invloed hebben op kinderen, zijn deze een mede- opvoeder naast de ouders en het onderwijs. De media kunnen een positieve rol vervullen binnen de leefwereld van kinderen.¹⁰⁶ Het specifieke aan kinderprogramma's is dat deze in sommige gevallen expliciet gericht zijn op educatie. Aangezien het aanbod van kinderprogramma's grotendeels educatieve elementen bezit, leren kinderen onbewust bij.¹⁰⁷ Herman Pleij spreekt over het medium televisie als een "beschavingsinstrument" en nuanceert kritisch de opvattingen en meningen hieromtrent. Hij toont aan dat televisie niet de capaciteit bezit om de kijker aan te trekken om kunst en kennis te vergaren. Eerder voor snelle informatie en ontspanning. Wie beschaafd wil zijn, dient meer tijdens zijn vrije tijd te doen dan enkel televisie kijken.¹⁰⁸ Maar onderzoek toont aan dat de erkenning van de televisie als volwaardig kunst- en beschavingsinstrument er kwam, net zoals bij de film.¹⁰⁹

Het probleem ligt volgens hem bij het gegeven dat slechts een beperkt publiek aangetrokken wordt door de soort kunst die de televisie uitzendt, waarbij oude kunstvormen gecombineerd worden met nieuwe kunstvormen zoals videobeelden en nieuwe media.¹¹⁰ Volgens hem is beschaving ook kennis, dus door het massale kijken naar de televisie kunnen we wel degelijk spreken van de televisie als een beschavingsinstrument. De televisie zelf is verantwoordelijk voor het meegeven van de invulling van het begrip beschaving.

Goede manieren en gewoonten worden meegegeven met de televisie en deze circuleren op een hoog tempo door de samenleving.¹¹¹ Via de televisie komen veel mensen in contact met aspecten waar ze voorheen geen weet van hadden. De wereld van kunst, cultuur en ethiek hebben een winst bij de functies van televisie. Hun bijdrage en belang binnen de samenleving is aanzienlijk vergroot ten gevolge van innovatie en bezinning. Culturele tradities en elitaire overtuigen zijn nu ook gegrift in het geheugen van het bredere "massapubliek".¹¹² Volgens Herman Pleij kunnen we spreken van een soort nieuwe postmodernistische beschaving met kabeltelevisie als belangrijkste "regisseur".¹¹³ Doorheen de onderzoekswereld is het noodzakelijk en eigentijds, belang te hechten aan de educatieve rol van televisie inzake kunst en cultuur. Media zijn hierbij mede verantwoordelijk voor het stimuleren van culturele creativiteit en de productie van originaliteit.¹¹⁴ Hierbij toont McQuail de positieve en negatieve invloeden van de media aan en dan vooral van televisie bij kinderen. Twee positieve kenmerken zijn relevant voor mijn onderzoek, namelijk dat televisie educatieve effecten heeft en het helpt in het hen ontwikkelen van een verbeelding.¹¹⁵

¹⁰⁵ DOORMAN (Maarten) & ZEEMAN (Michaël). *Het scherm der verbeelding*. Amsterdam, J.M. Meulenhoff bv, 1998, p. 77.

¹⁰⁶ NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, p. 51.

¹⁰⁷ IDEM, p. 80.

¹⁰⁸ DOORMAN (Maarten) & ZEEMAN (Michaël). *Op. Cit.*, 1998, p. 77.

¹⁰⁹ IDEM, p. 79.

¹¹⁰ IDEM, p. 81.

¹¹¹ IDEM, pp. 83- 85.

¹¹² IDEM., p. 104.

¹¹³ IDEM, p. 108.

¹¹⁴ MC QUAIL (Denis). *Mc Quail's mass communication theory*. London, SAGE Publications Ltd, 2005, p. 206.

¹¹⁵ IDEM, p. 487.

6.3. De teloorgang van de kindertijd? Het "kwetsbare" kind versus het "mondige" kind¹¹⁶

Voor de komst van de televisie werden kinderen afgeschermd voor informatie die niet voor hun leeftijd bestemd was. Kinderen hadden weinig toegang tot informatie voor volwassenen, aangezien niemand er hen over vertelde en ze ook de mogelijkheid niet hadden zelf deze informatie te vergaren. Het kind werd gezien als een kwetsbaar wezen dat beschermd diende te worden voor de buitenwereld. Aanhangers van dit paradigma meenden dat de invloed van televisie diende beperkt te worden voor het belang van het kind. Naarmate de televisie verder bloeide kwam er een ander paradigma bij. Het kind werd niet langer gezien als kwetsbaar, integendeel als mondig. Kinderen waren in deze zin zelfstandig, bekwaam en vrij om eigen keuzes te maken. Kinderen werden vanuit commerciële en marketing- sectoren gezien als een specifieke doelgroep, namelijk "kids".¹¹⁷ Er kwam een emanciperende trend op gang waarbij het idee klonk om kinderen te confronteren met de werkelijkheid en met de wereld van volwassenen.

Cultuurcritici Joshua Meyrowitz en Neil Postman waren er allebei van overtuigd dat de fase van 'kind zijn' deels verdwenen was omdat kinderen in aanraking kwamen met informatie die eeuwenlang verborgen bleef door hun ouders en omgeving. Hierdoor menen beide auteurs dat er een homogenisering van kinderen en volwassenen zou plaats vinden, waarbij volwassenen zich als kinderen gedragen en kinderen zich als volwassenen gedragen.¹¹⁸

Een mogelijke oorzaak is dat de makers van televisieprogramma's veel te weinig aandacht besteedden aan specifieke doelgroepen. Kinderen en volwassenen keken naar dezelfde programma's.¹¹⁹ Beide auteurs tonen aan dat televisie de verschillende leeftijdsfasen 'integreert' waardoor ze kunnen spreken over het verdwijnen van de kindertijd. Kinderen kijken graag naar programma's voor volwassenen omdat ze zo al van jongs af aan een richting kunnen aannemen die wijst naar de wereld waarin zij later volwassen in zullen moeten leven.

De communicatie en sociale interactie met hun peers wordt ook bevordert door de televisie, omdat de programma's gemeenschappelijke ervaringen en interesses opwekken. Populariteit en status onder kinderen zijn essentieel op dat moment, wie niet naar volwassenenprogramma's keek, liep het gevaar gepest te worden of er niet bij te horen. Blootstelling van kinderen aan inhoud gericht naar volwassenen, is uniek voor het medium televisie volgens historisch onderzoek naar verschillende media.¹²⁰ In de toekomst wordt het steeds moeilijker om kinderen af te schermen van informatie en beelden die bedoeld zijn voor volwassenen. In pessimistische zin: hoe meer media- mogelijkheden en applicaties, hoe meer aanbod van informatie, hoe meer blootstelling aan kinderen. Kinderen worden en zijn misschien al de toekomstige miniatuur- volwassenen.¹²¹ Het internet, het wereldwijde web speelt hierbij ook een cruciale rol.

¹¹⁶ VLAAMS CENTRUM VOOR VOLKSONTWIKKELING. *De impact van televisie op de culturele ontwikkeling*. Brussel, Vlaams Centrum voor Volksontwikkeling, 1988, p. 51.

¹¹⁷ VALKENBURG (Patti). *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Boom/Amsterdam, P.M. Valkenburg, 2002, p. 20.

¹¹⁸ IDEM, pp. 15, 16.

¹¹⁹ VLAAMS CENTRUM VOOR VOLKSONTWIKKELING. *Op. Cit.*, 1988, p. 51.

¹²⁰ VALKENBURG (Patti). *Op. Cit.*, 2002, p. 18.

¹²¹ VALKENBURG (Patti). *Op. Cit.*, 2002, p. 21.

Maar is dit effectief het geval? Worden kinderen steeds sneller geduwd in de positie en beleving van een volwassene? Willen kinderen op hun leeftijd zich niet gewoon kind voelen? Of zijn zij geneigd zich sneller te ontwikkelen dan normaal? Factoren binnen het medialandschap hebben hier alleszins een invloed op, maar het kind zelf heeft nog altijd de mogelijkheid om zelf keuzes te maken, ook al zijn het kwetsbare en 'gemakkelijk beïnvloedbare' wezens.

James Flynn, een Amerikaan die onderzoek heeft gedaan naar de IQ- scores van kinderen en de rol van televisie hierbij, kwam tot de ontdekking dat kinderen van de late jaren vijftig veel intelligenter waren en een hoger IQ hadden dan kinderen van vorige generaties. Televisie en een groter aanbod van informatie zouden hierbij bepalende factoren zijn.¹²² Evolutie van "mediabescherming" naar "mediawijsheid".¹²³

David Buckingham schreef in dit verband in 1998 een essay in *The Journal of Communication* over de evolutie van media- educatie. Hierin schreef hij dat er een verschuiving heeft plaats gevonden van een 'protectionistisch' perspectief naar een 'democratisering', een emancipatie van de kinderen. Waarbij het eerste bedoelt wordt ter bescherming van kinderen, terwijl het tweede een meer open blik benadrukt waarbij kinderen ook toegang krijgen tot participatie en interactie.¹²⁴ Media en dergelijke applicaties zijn er nu eenmaal, de meest positieve houding is om er de oppportunities van in te zien maar hen daar wel in te begeleiden.

¹²² VALKENBURG (Patti). *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Boom/Amsterdam, P.M. Valkenburg, 2002, p. 17.

¹²³ BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, p. 11. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18, zie bijlagen [04.11.2011]

¹²⁴ IDEM, p. 102.

7. De openbare omroep VRT

De drievoudige opdracht van de publieke omroep luidt: informatie, educatie en ontspanning. Deze drie dienen in verhouding en evenwicht gebracht te worden waarbij de programma's de uitkomst vormen. De culturele dimensie van de openbare omroep, de bijdrage tot de culturele en kunstzinnige ontwikkeling van mensen en voornamelijk kinderen, wordt gewaardeerd en bestudeerd binnen het medialandschap.¹²⁵ De VRT heeft samen met de Vlaamse Gemeenschap een nieuwe beheersovereenkomst opgesteld die geldt van 2012 tot 2016.¹²⁶ De beheersovereenkomst is een document opgesteld door een samenwerking tussen de Vlaamse Regering en de openbare omroep, waarbij er een duidelijke transparantie aanwezig dient te zijn. De subsidies die verleend worden dienen proportioneel te zijn met de activiteiten en programma's die gemaakt worden. Een duidelijke verantwoording is hierbij steeds aanwezig, de beheersovereenkomst vormt het resultaat van deze afspraken.¹²⁷

7.1. Kunst en Cultuur

Binnen de beheersovereenkomst wordt 'cultuur' expliciet vermeld. Er wordt beschreven dat cultuur in Vlaanderen wordt uitgezonden door samenwerking met culturele instellingen en mediapartners.¹²⁸ Hierbij kan ik vermelden dat zoals de kritische Cultural Studies zowel de VRT het belangrijk vinden aandacht te schenken aan verschillende vormen van culturele praktijken, zowel traditioneel als populair. Gerelateerd aan de opvattingen die Cultural Studies hanteert zegt de richtlijn:

*"De VRT bewaakt de balans tussen verbreding en verdieping en tussen de populaire en de minder bekende vormen van cultuur."*¹²⁹

De richtlijn rond de topic cultuur is de meest essentiële aangezien ze streeft naar diverse draagvlakken. Een zo groot mogelijk publiek bereiken met een scala aan verschillende cultuurvormen. Wat hier opvalt, is dat er veel nadruk gelegd wordt op diversiteit, zonder deze expliciet te verwoorden: *"De VRT is het grootste podium voor en de grootste producent van audiovisueel cultuur- en kunstaanbod in Vlaanderen. Registraties van voorstellingen, concerten en festivals vergroten hun toegankelijkheid. Met eigen evenementen en evenementen in samenwerking of in coproductie met derden, maakt de VRT kunst en cultuur aantrekkelijker door een divers en breed publiek. De VRT documenteert het culturele erfgoed van Vlaanderen en is de hefboom voor kwaliteitsvolle en vernieuwende audiovisuele cultuurproductie."*¹³⁰

¹²⁵ VLAAMS CENTRUM VOOR VOLKSONTWIKKELING. *De impact van televisie op de culturele ontwikkeling*. Brussel, Vlaams Centrum voor Volksontwikkeling, 1988, p. 5.

¹²⁶ VRT & DE VLAAMSE GEMEENSCHAP. *Beheersovereenkomst 2012- 2016*. Brussel, VRT & de Vlaamse Gemeenschap, 22/07/2011, p. 5. [Online] http://www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf, zie bijlagen [15.12.2011]

¹²⁷ IDEM, p. 57.

¹²⁸ IDEM, p. 26.

¹²⁹ IBIDEM.

¹³⁰ IDEM, p. 27.

De VRT streeft naar mediagebruikers die 'participeren' aan cultuur in Vlaanderen. Hierbij expliciteren ze ook: "*Ketnet heeft in haar programmatie ook een cultuuraanbod gericht op kinderen.*"¹³¹ Dit maakt duidelijk dat ze het als belangrijk achten cultuur te programmeren naar kinderen. Aangezien kunst een deel is van cultuur zou logischerwijs ook aandacht worden besteedt aan diverse kunstvormen. Het zou heel interessant en innovatief zijn indien dergelijke kunstvormen een degelijk deel van de zendtijd zouden innemen, waarbij kinderen op een speelse doch educatieve wijze hen kunnen verdiepen in de kunstwereld. Canvas echter brengt jaarlijks heel wat uitzendingen over 'kunstenaars, kunstcollecties en artiesten'.¹³² Waarom besteden zij binnen deze uitzendingen geen deel aandacht aan het verlichten van kunstvormen voor jonge kinderen? Doch is het initiatief van 'Klara4Kids' bijvoorbeeld een mooi voorbeeld om kinderen en jongeren in contact te laten komen met klassieke muziek.

'*Mijn kunst is top*', een kunstzinnig programma gericht naar kinderen van zes tot twaalf jaar illustreert op een doeltreffende wijze de invulling van kunst en cultuur door Ketnet. Dit programma hanteert een combinatie van ontspanning, het aanbrenge van kunstzinnige activiteiten, het ontplooiën en/of aanmoedigen van talenten en informatie. Een brede mix die kinderen aanspreekt aan de hand van een speelse format waarin impliciet leerdoelen aangebracht worden. Het programma bedient de kinderen met verschillende kunstvormen aan de hand van hun peers die deze komen voorstellen. De identificatie met hun leeftijdsgenoten speelt hierbij een grote rol. Daarnaast zijn er grappige, bekende figuren die de voorstelling bijstaan en naderhand een duel aangaan bestaande uit de kunstvorm of het talent. Kijken naar de wereld van kunst en cultuur en 'zelf proberen' vormen binnen dit programma het ultieme doel.¹³³ Binnen dit programma worden zowel traditionele als populaire kunstvormen aangereikt: volksdans, fotografie, drummen, poëzie, locking, schilderen, etc.¹³⁴ 'Karrewiet', het jeugdjournaal van Ketnet vormt bij uitstek hét programma om kinderen van zes tot twaalf jaar te bedienen van informatie. Via dit programma krijgen zij een breed aanbod van actualiteit specifiek aangebracht voor deze doelgroep, waaronder ook kunst en cultuur.

¹³¹ VRT & DE VLAAMSE GEMEENSCHAP. *Beheersovereenkomst 2012- 2016*. Brussel, VRT & de Vlaamse Gemeenschap, 22/07/2011, p. 28. [Online] http://www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf, zie bijlagen [15.12.2011]

¹³² IBIDEM.

¹³³ VRT. *Ketnet. Vlaanderen*, 2012. [Online] <http://www.ketnet.be/>, zie bijlagen [19.04.2012]

¹³⁴ UITMETVLIËG. *Mijn kunst is top, alle afleveringen*. Vlaanderen, 2012. [Online] <http://www.uitmetvlieg.be/mijn-kunst-is-top/afleveringen>, zie bijlagen [19.04.2012]

7.2. Educatie en ontspanning: edutainment

Als de televisie erop gericht is educatieve programma's uit te zenden, dienen deze aantrekkelijk gemaakt te worden om de aandacht van kinderen te trekken. Dit verloopt meestal door het programma een ontspannend jasje aan te trekken. Hieruit concludeert de VRT dat het onvermijdelijk is educatie van ontspanning te scheiden.¹³⁵ De VRT doet zijn best kinderen en jongeren voldoende te informeren door nieuws en duiding te brengen met een zeker actueel gehalte.¹³⁶ Dit doen zij op een speelse en aantrekkelijke manier. 'Karrewiet' is hier een voorbeeld van. Ketnet tracht namelijk in te spelen op zoveel mogelijk interessevelden van kinderen en hen een brede mix aan te bieden. Een kinderprogramma is er opgericht educatieve leerdoelen voorop te stellen en dit zonder belerend over te komen.

Schooltelevisie is passé, kinderen iets aanreiken op een speelse en leuke manier is de trend bij het maken en/of aankopen van kinderprogramma's voor Ketnet. Aangezien er op de kindertelevisiemarkt een concurrentie plaatsvindt tussen commerciële zenders die meestal alleen maar pret aanbieden, dient Ketnet op te boksen tegen dit fenomeen. Zij doen dit door ontspanning en educatie te combineren.

¹³⁵ VLAAMS CENTRUM VOOR VOLKSONTWIKKELING. *De impact van televisie op de culturele ontwikkeling*. Brussel, Vlaams Centrum voor Volksontwikkeling, 1988, p. 61.

¹³⁶ VRT & DE VLAAMSE GEMEENSCHAP. *Beheersovereenkomst 2012- 2016*. Brussel, VRT & de Vlaamse Gemeenschap, 22/07/2011, p. 26. [Online] http://www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf, zie bijlagen [15.12.2011]

7.3. Mediawijsheid

De VRT heeft binnen zijn nieuwe beheersovereenkomst speciale aandacht voor mediawijsheid bij kinderen door: *"Hen in een veilige omgeving vertrouwd te maken met online toepassingen, waaronder bijvoorbeeld sociale netwerken. Voor Ketnet zijn (zelf)ontplooiing, respect, veiligheid, samenhang, optimisme en (daad)kracht de kernwaarden."*¹³⁷ Vooral het eerste "(zelf)ontplooiing" springt in het oog aangezien media een middel kunnen zijn om je zelf te ontwikkelen. Media bieden je namelijk de capaciteit je eigen mening en perspectief te ontwikkelen, waarbij de persoonlijkheid en de ontplooiing van het kind centraal staan.

De VRT doelt op het aanleren van een mediawijsheid om kinderen en jongeren bewust te leren omgaan met (nieuwe) media.¹³⁸ Aangezien we leven in een tijdperk waarin media een groot aandeel vormen van kinderen en jongeren hun vrije tijd, vindt de openbare omroep het zeer belangrijk aandacht te besteden aan deze topic. Kinderen bewust leren omgaan met de mogelijkheden die media te bieden hebben, staat hierbij centraal.

Als huisvader draagt de VRT een opvoedende taak met zich mee. Hierbij bieden zij deze doelgroepen de mogelijkheid om op vrijwillige basis te experimenteren met de *"creatie en co-creatie van media"*.¹³⁹ Via de Ketnet- website kunnen kinderen binnen een veilige omgeving leren omgaan met nieuwe en sociale media.

Daarnaast worden nog enkele projecten georganiseerd binnen het kader van mediawijsheid om hen kennis bij te brengen en hen op een participatieve wijze te betrekken binnen dit domein.¹⁴⁰

¹³⁷ VRT & DE VLAAMSE GEMEENSCHAP. *Beheersovereenkomst 2012- 2016*. Brussel, VRT & de Vlaamse Gemeenschap, 22/07/2011, p. 22. [Online] http://www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf, zie bijlagen [15.12.2011]

¹³⁸ IDEM, p. 31.

¹³⁹ IBIDEM.

¹⁴⁰ IBIDEM.

7.4. Doelgroepen

Sinds de opkomst van de commerciële zenders rond de jaren negentig, heeft de openbare omroep aanpassingen moeten aanbrengen om hun marktpositie niet te verliezen. De intrede van commerciële zenders deed hen nadenken over verbeteringen waar mogelijk. Ze zijn er in geslaagd om hun aanbod meer en meer te richten op doelgroepen, om een zo groot mogelijk bereik te hebben.¹⁴¹ De specialisatie van de televisiezenders ging zo met de jaren steeds meer op in het creëren van doelgroepen. Voorbeelden van dergelijke zenders zijn Ketnet, Zappelin, Fox Kids, Cartoon Network, KZoom, etc. Deze zenders worden gekenmerkt door inhoud die afgestemd is op de interesse- en ideeënwereld van kinderen. Om dergelijke zenders te produceren is grondig onderzoek nodig naar wat kinderen interessant genoeg vinden om hun tijd er aan te besteden. Programmamakers dienen hiervoor op de hoogte te blijven van de generaties en welke evoluties zich voordoen binnen deze generaties, rekening houdend dat kinderen niet als algemene doelgroep beschouwd kunnen worden. Elk kind is anders, naargelang leeftijd, geslacht, achtergrond en hobby's. Deze kunnen benoemd worden als structurele verschillen.¹⁴² De programma's dienen daardoor afgestemd te worden op specifieke subgroepen die een breed draagvlak van thema's dragen.¹⁴³ Daarnaast kijken kinderen in bepaalde periodes naar televisie, op het ene moment kan een kind heel erg geïnteresseerd zijn in wat het beeldscherm te bieden heeft maar dat kan snel omspringen in een interesse en tijdsbesteding in computerspelletjes bijvoorbeeld.¹⁴⁴

Kinderen die verschillen van leeftijd kijken logischerwijs naar verschillende programma's.¹⁴⁵ Kinderen onder de twaalf jaar kunnen hierbij opgedeeld worden in drie groepen. Van één tot vijf jaar, van zes tot negen jaar en van tien tot twaalf jaar. Enkel de twee laatste zijn relevant voor mijn onderzoek. De zes tot negenjarigen zijn de meest zware televisiekijkers, zij zijn de 'die hard-fans'. Deze groep kinderen worden meer en meer geconfronteerd met hun leeftijdsgenoten en vrienden. Deze bekleden een belangrijke plaats binnen hun gedragingen, handelingen en opvattingen. Daarom is het van belang dat ze mee zijn en op de hoogte blijven van elkaars interesses. Kinderen willen er bij horen en niet uitgesloten worden. Hun status en reputatie vormen binnen deze leeftijdscategorie een zeer belangrijk gegeven. Televisie is hier een middel om de reputatie te verhogen.¹⁴⁶ De tien tot twaalfjarigen worden de 'preteens' genoemd. Deze vormen op zichzelf een subcultuur die heel verschillend is dan die van de zes- tot negenjarigen. Deze subcultuur houdt zich vooral bezig met het imiteren van oudere peers. Ze krijgen meer vat op het leven en beginnen te beseffen dat leren en educatie heel belangrijk zijn voor hun toekomst.¹⁴⁷

¹⁴¹ VAN DER WAL (Geke). *Kleine mensen, grote zaken. Kindertelevisie, commercie & internet*. Amsterdam/Antwerpen, Uitgeverij L.J. Veen, s.d., p. 125.

¹⁴² NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, p. 13.

¹⁴³ IDEM, p. 12.

¹⁴⁴ IDEM, p. 13.

¹⁴⁵ IDEM, p. 18.

¹⁴⁶ SCHNEIDER (Cy). *Children's Television. The art, the Business and How It Works*. Chicago- U.S.A., NTC Business Books, 1987, p. 85.

¹⁴⁷ IDEM p. 86.

De VRT hanteert de krachtlijnen: "Aandacht voor alle Vlamingen"¹⁴⁸. Hierbij expliciteren zij dat ze een zo groot mogelijk bereik willen behalen door een 'generalistisch aanbod' te voorzien, waarbij ze specifieke aandacht hebben voor doelgroepen. Zowel analoog als digitaal is er een aanbod voor kinderen.¹⁴⁹

Doelgroepen worden gecombineerd met diversiteit. Hiermee bedoelen ze dat binnen het aanbod en de beeldvorming, verschillende aspecten opgenomen dienen te worden. Onder andere ook verschillende leeftijdscategorieën aan de hand van doelgroepen. Zo vormt Eén de hoofdtelevisiezender van de VRT die het bereik van alle doelgroepen nastreeft, zowel volwassenen als jongeren en kinderen. Daarnaast vormt Ketnet de televisiezender die zich specifiek richt op de doelgroep kinderen. Hun aanbod is hierdoor grotendeels afgestemd op hun leefwereld.¹⁵⁰ Binnen de beheersovereenkomst biedt Ketnet: "Een hedendaagse en creatieve mediabeleving die inspeelt op de ontwikkeling en ontplooiing van kinderen. Daarom brengt Ketnet een volwaardig aanbod voor alle kinderen tot 12 jaar. Ketnet wordt uitgezonden op een apart kanaal in de loop van 2012." & "Ketnet brengt een brede programmamix die inspeelt op de interessevelden van kinderen in verschillende leeftijdsgroepen met inbegrip van de actualiteit."¹⁵¹ Ketnet gebruikt hierbij een '360° strategie' waarbij er ook 'online- mogelijkheden' zijn om kinderen te bereiken via interactie en participatie. Via de Ketnet- website en andere applicaties hebben ze drie pijlers: "kijken, spelen en zelf doen."¹⁵² Hierbij weerklinkt een hoge graad aan actieve participatie en interactie, waarbij kinderen autonoom in staat worden gesteld zelf keuzes te maken.

De VRT biedt vanaf 2013 een derde kanaal waarbij een specifiek aanbod wordt ontwikkeld voor jongeren.¹⁵³ Bij de doelgroep 'jongeren' bedoelen zij een persoon tussen 12 en 20 jaar.¹⁵⁴ Wetende dat deze een sterke invloed hebben op bepaalde keuzes van de ouders bijvoorbeeld.¹⁵⁵

Aangezien kinderen van een andere generatie zijn en niet de achtergronden meedragen van hun ouders dient kunst op een zeer accurate wijze aangebracht te worden. De ouders zijn meestal wel op de hoogte van de grote meesters en de traditionele draagvlakken van onze canon. Kinderen echter niet. Om deze reden is het essentieel om kunst te programmeren met de nodige uitleg en attractie.¹⁵⁶

¹⁴⁸ VRT & DE VLAAMSE GEMEENSCHAP. *Beheersovereenkomst 2012- 2016*. Brussel, VRT & de Vlaamse Gemeenschap, 22/07/2011, p. 14. [Online] http://www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf, zie bijlagen [15.12.2011]

¹⁴⁹ IDEM, p. 14.

¹⁵⁰ IDEM, p. 21.

¹⁵¹ IBIDEM.

¹⁵² IDEM, p. 23.

¹⁵³ IDEM, p. 22.

¹⁵⁴ IDEM, p. 6.

¹⁵⁵ IDEM, pp. 15, 16.

¹⁵⁶ SCHNEIDER (Cy). *Children's Television. The art, the Business and How It Works*. Chicago- U.S.A., NTC Business Books, 1987, p. 104.

7.5. Derde kanaal

Het derde kanaal is een initiatief om kinderen als doelgroep een volwaardige kindzender aan te bieden zonder onderbrekingen van Canvas of sport. Kinderen krijgen op dit kanaal vanaf 1 mei 2012 een aanbod van zes uur 's ochtends tot acht uur 's avonds. Daarnaast wordt er in de beheersovereenkomst duidelijk gemaakt dat het derde kanaal in principe het Ketnetkanaal is dat beschikbaar zal worden gemaakt voor jongeren na 20uur vanaf 1 september 2013:

"Voor jongeren wordt een specifiek aanbod ontwikkeld na 20uur op het Ketnetkanaal."

Via het jongerenpanel 'Speak Up' werd er aan jongeren tussen vijftien en tweeëntwintig jaar gevraagd hoe zij het programma-aanbod naar jongeren zelf zouden inrichten. Dit initiatief werd ondernomen aangezien de VRT een stem wou geven aan jongeren zelf, om in contact te komen met hun interesses en behoeften. Om de reden dat de VRT vanaf september 2012 minstens één programma zal uitzenden gericht naar jongeren en ze vanaf 2013 een specifiek aanbod zullen creëren voor jongeren via het derde kanaal. De VRT doelt hier op wat de jongeren zelf op de openbare omroep willen zien. Hierbij vissen zij naar jongeren hun ideeën en inspiratie. Een project dat zich duidelijk kenmerkt van een inbrengende aanpak van onderuit. Een bottom-up strategie waarbij de openbare omroep een stem geeft aan jongeren om naderhand beter te kunnen inspelen op hun leefwereld.¹⁵⁷

¹⁵⁷ VRT. *Tussen 15 en 22? En een mening over de openbare omroep? Speak Up?* Brussel, 2011. [Online] <http://www.vrt.be/nieuws/2011/11/tussen-15-en-22-en-een-mening-over-de-openbare-omroep-speak>, zie bijlagen [16.12.2011]

DEEL II: METHODOLOGISCHE LITERATUURSTUDIE EN EMPIRISCH KADER

1. Onderzoek met kinderen

1.1. Voor- en nadelen

Aan onderzoek met kinderen zijn voor- en nadelen verbonden. Net omdat het een specifieke groep is die een specifieke aanpak vereist. Hierdoor dient de onderzoeker zich af te stemmen op een leefwereld waar hij/zij vroeger zelf deel van uit maakte. Deze leefwereld zal uitermate verandert zijn aangezien de omgeving en de wereld van nu ook sterk veranderd zijn. Hierdoor is het moeilijk voor de onderzoeker zich te begeven binnen het denkkader van kinderen. Kinderen van zes tot twaalf jaar bevinden zich in hun volle ontwikkelingsproces, wat net zo interessant blijkt te zijn.

Eenzijds, kan er vastgesteld worden dat kinderen van die leeftijd heel eerlijk zijn in hun medewerking en antwoorden. Dit omwille van het feit dat ze er nog niet zo sterk bij stil staan om dingen achter te houden of te vervormen. Liegen echter kan wel een knelpunt vormen maar dat zal de onderzoeker meestal snel vaststellen. Ze zijn alvast nog impulsief in hun uitlatingen, wat interessante resultaten kan opleveren. In tegenstelling met volwassenen of jongeren denken zij nog niet zo fel na over wat ze zullen zeggen, meestal zijn kinderen uitgelaten in hun handelingen en spraak.¹⁵⁸ Door met de kinderen te gaan praten, creëert dit een denkkader van hun leefwereld. Als onderzoeker kan je je op deze wijze inleven in hun sfeer. Aan de hand van explorerende en actieve technieken is het creatief en educatief verantwoord hun wereld en denkkader te begrijpen en mee te beleven.¹⁵⁹ Via beeld, geluid en woord kan de onderzoeker inspelen op de zintuigen van de kinderen. Kinderen voelen zich snel aangesproken door audiovisueel materiaal, ze vinden het leuker dan een puur woordelijke conversatie. Kinderen vormen een moeilijke groep om te ondervragen, om deze reden is de focusgroep een handige methode.¹⁶⁰ In een onderzoek met kinderen vertonen er zich nog geen machtsverhoudingen, iedereen is gelijk en de kinderen kunnen geen fouten maken.¹⁶¹

Anderzijds is het een moeilijke opdracht om als onderzoeker te vragen naar hun persoonlijke mening. Dit omwille van het feit dat ze zich nog bevinden in hun ontwikkelingsfase waarbij hun persoonlijkheid in groei is. De persoonlijkheid van een mens benadrukt een eigen mening of oordeel hebben en deze tevens durven uiten en delen. Kinderen zijn naast hun spontane en impulsieve karakter soms ook verlegen. Misschien omdat ze angst hebben iets fout te zeggen, omdat het hen niet interesseert en er geen nood aan hebben iets te zeggen of misschien omdat ze geen antwoord op de vraag hebben en het simpelweg niet weten. Hierdoor zijn waarom- vragen nog zo moeilijk te beantwoorden door kinderen. Het peilen naar de reden, de oorzaak van iets is zeer moeilijk om bij een kind te achterhalen.

¹⁵⁸ RONDHUIS (Thecla) *Filosoferen met kinderen. Anders kijken naar kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat Publishers, 1994, pp. 10, 11.

¹⁵⁹ GAUNTLETT (David). *Creative Explorations. New approaches to identities and audiences*. London & New York, Routledge, 2007, pp. 106, 107.

¹⁶⁰ WESTER (Fred) & RENCKSTORF (Karsten) & SCHEEPERS (Peer). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen aan den Rijn, Kluwer, 2006, p. 546

¹⁶¹ RONDHUIS (Thecla). *Op. Cit.*, 1994, p. 10, 11.

Meestal zeggen ze iets omdat ze er gewoon zo over denken of omdat het gewoon zo is. Het is moeilijk voor hen om verder te denken dan de feiten aangezien kinderen nog een grote fantasie bezitten. Hierdoor is het van belang dat de onderzoeker de kinderen stimuleert om dieper te graven en te vissen naar hun eigen visie op iets. Zoals al gezegd, dit vereist dus een specifieke aanpak, de onderzoeker mag nooit vergeten dat kinderen een specifieke groep vormen.

Daarnaast is het ook essentieel voor de onderzoeker van zo simpel mogelijk te blijven. In duidelijke en klare taal iets proberen uit te leggen en vragen te stellen. Soms is het zeer moeilijk je te verplaatsen in de leefwereld van een kind. Hierdoor dien je als onderzoeker je eigen perspectief, mening en leefwereld even opzij te zetten om je te verplaatsen in hun wereld, om hen nog beter te begrijpen. Een groot inlevingsvermogen en de capaciteit tot begrip zijn hierbij mooi meegenomen als onderzoeker.¹⁶²

¹⁶² RONDHUIS (Thecla) *Filosoferen met kinderen. Anders kijken naar kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat Publishers, 1994, pp. 10, 11.

1.2. Kinderen zijn geen volwassenen: specifieke aanpak

De grootste moeilijkheid om onderzoek te voeren met kinderen is dat kinderen anders zijn dan volwassenen, waardoor een specifieke aanpak nodig is. Kinderen denken, ontvangen informatie en reageren anders dan volwassenen. Met kinderen communiceren is een moeilijke opdracht.¹⁶³ William White, professor in de psychologie, toont de moeilijkheden aan bij onderzoek met kinderen als respondenten. Hij zegt dat kinderen tussen de leeftijd van vijf en twaalf jaar elk zeer verschillend reageren. Abstracte onderwerpen en topics dienen algemeen uitgelegd te worden om een beter begrip te creëren. Als je als onderzoeker de vraag "waarom?" stelt wijken kinderen meestal af of zijn ze niet in staat te reageren. Dit heeft te maken met het feit dat kinderen zich bevinden in een ontwikkelingsstadium waarbij hun mening nog in een piepjonge fase verkeert. Daarbij reageren kinderen in sommige gevallen eensgezind met de houding en aanname van de onderzoeker/interviewer. Dit doen ze omdat ze enerzijds, zo zelf minder hun best dienen te doen om een mening te vormen en anderzijds, omdat ze opkijken naar de volwassene.¹⁶⁴ Onderzoekers dienen rekening te houden met het feit dat ze met kinderen te maken hebben en niet met volwassenen. Dit verschil dient gedragen te worden binnen hun methodiek en aanpak. Ze kunnen beschouwd worden als de grootste minderheidsgroep die er is, ze hebben hun eigen begrip, taal, en hun eigen kijk op de volwassenenwereld.¹⁶⁵ In onderzoek met kinderen bestaat er een groot verschil tussen naar kinderen 'luisteren' en effectief 'horen' wat ze zeggen. Er is al veel onderzoek gedaan met kinderen over bepaalde topics. Het meeste onderzoek resulteerde door initiatief van beleidsmakers, psychologische experimenten of voor commerciële marketingdoeleinden. Daarbij waren kinderen de onderzoekssubjecten en geen objecten. Deze shift heeft zich voorgedaan bij het besef dat kinderen volwaardige onderzoekseenheden zijn.¹⁶⁶ Door te negeren wat kinderen te zeggen hebben, begaan vele onderzoekers een fout. Kinderen zeggen niet altijd wat ze willen zeggen op een verbale wijze in vergelijking met volwassenen. Het is veel moeilijker om te achterhalen wat een kind wil zeggen omdat deze zijn mening nog niet volledig ontplooid is en zich als persoonlijkheid in bepaalde gevallen in een situatie van verlegenheid bevindt.

Om deze redenen dienen onderzoekers nog beter te luisteren naar wat kinderen te zeggen hebben, te analyseren en grondig te interpreteren wat hun mogelijke boodschap zou kunnen zijn. Grondig inzicht, zowel psychologisch als contextueel is hierbij van essentieel belang.¹⁶⁷ Aangezien er zo veel komt bij kijken, is de data nog zo van belang. Niet enkel onderzoekers hebben interesse in het onderzoeken van kinderen aan de hand van focusgroepen door scholen af te gaan.

¹⁶³ SCHNEIDER (Cy). *Children's Television. The art, the Business and How It Works*. Chicago- U.S.A., NTC Business Books, 1987, p. 67.

¹⁶⁴ IDEM, p. 68.

¹⁶⁵ IDEM, p. 84.

¹⁶⁶ CHRISTENSEN (Pia) & JAMES (Allison). *Research with children. Perspectives and practices*. London & New York, Falmer Press, 2000, p. 229.

¹⁶⁷ IDEM, pp. 4, 5.

Ook de media hebben een aandeel bij de interesses en smaken van kinderen omwille van hun programmering en het kiezen van doelgroepen.¹⁶⁸ Een hoge mate van reflexiviteit is ook vereist van de onderzoeker. De onderzoeker moet zich ervan bewust zijn dat hij/zij afschrikwekkend en vreemd kan overkomen. Kinderen worden beschouwd als volwaardige mensen maar de waarheid laat ons inzien dat ze toch nog zeer kwetsbaar en gevoelig zijn, net omwille van het feit dat ze zich nog bevinden in ontwikkelingsstadia. De ervaringen en perspectieven van kinderen tijdens een onderzoek binnen hun school maken dat deze niet enkel ageren als respondenten maar ook op een expliciete wijze ingrijpen op het onderzoek zelf.¹⁶⁹

Trachten te weten komen hoe de leefwereld van een kind in elkaar zit door op een interactieve wijze aandachtig te luisteren. Hierbij is het belangrijk als onderzoeker de eigen opgestelde topics en thema's even te laten vallen. Er kunnen misschien andere onderzoeksbevindingen opduiken uit een mond van een kind. Als onderzoeker ad hoc- denken trachten te vermijden en open staan voor het hele gebeuren, rekening houdend met zo veel mogelijk aanwezige factoren.¹⁷⁰

¹⁶⁸ CHRISTENSEN (Pia) & JAMES (Allison). *Research with children. Perspectives and practices*. London & New York, Falmer Press, 2000, p. 225

¹⁶⁹ IDEM, p. 5.

¹⁷⁰ IDEM, p. 7.

2. Onderzoeksopzet

2.1. Wat?

2.1.1. Probleemstelling en conceptueel kader

De rol van kunst in de leefwereld van kinderen.

'De betekenis van kunst in de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen versus de inspanningen van de openbare omroep ter bevordering van kunst- en cultuureducatie.'

Het pure aan kinderen in relatie tot kunst en cultuur is dat het spontane nog zeer duurzaam is. Ze zijn in staat om de dingen die er zijn in hun directe omgeving nog niet zo concreet op te vatten. Hierdoor bezitten zij een creatieve vrijheid die nog niet gebonden is. Ze kunnen opgaan in hun eigen wereld, de wereld van hun zelf, waarin hun ouders en hun vriendjes de belangrijkste rol vervullen. In contrast met een volwassene, vervult kunst een heel andere rol in de wereld van kinderen. Door kinderen in aanraking te brengen met grote meesters binnen de kunst, kunnen eigentijdse en jonge perspectieven ontstaan op kunstwerken. De werken van de grote meesters binnen de kunsten zijn van algemeen nut voor de esthetische ontwikkeling van een kind. Deze werken, allen binnen hun eigen stroming of stijl kunnen belangrijke vragen uitlokken met betrekking tot smaak, aantrekking, gevoelens en hoe het kind de dingen ziet die afgebeeld worden.¹⁷¹ De creatieve beleving en het creatieve bewustzijn kunnen zo gestimuleerd of aangewakkerd worden, bij het zien van prachtige kunstwerken of bij het beleven van diverse cultuurvormen. Hun wereld kan hierdoor open gaan.

Het kind wordt opgevoed door drie opvoedingsinstanties: de ouders, de school en de media. Alle drie hebben zij al dan niet intentioneel de macht om het kind iets aan te leren, te beïnvloeden of op te voeden.¹⁷² Het is maatschappelijk relevant om na te gaan welke rol de media spelen binnen de relatie kind en kunst en cultuur. In hoeverre stimuleert de openbare omroep de participatie aan kunst en cultuur en op welke manier? De opvoeding stuurt het kind ongewild in een bepaalde richting. Wanneer de openbare omroep zich inspant om kunst en cultuur te programmeren, kan de kijker (hier het kind) gestimuleerd worden om te participeren aan en hen open te stellen voor kunst en cultuur. Betekent dat televisie als ontspanning- en informatiemedium een belangrijke invloed heeft als opvoedingsinstantie binnen het kind zijn leven.¹⁷³ Zo zal het kind in zijn late ontwikkeling misschien meer naar een museum gaan of algemeen meer open staan voor kunstzinnige activiteiten en dergelijke.

¹⁷¹ F. KOHL (MaryAnn) & SOLGA (Kim). *Kinderen ontdekken de grote kunstenaars*. Katwijk, Panta Rhei, 2000, p. 9.

¹⁷² NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, p. 51.

¹⁷³ VALKENBURG (Patti). *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Boom/Amsterdam, P.M. Valkenburg, 2002, p.17.

De media zijn vandaag in de 21^e eeuw een onmisbaar gegeven om nader te bestuderen binnen onze maatschappij. Binnen dit thema hebben de media een rol als opvoeder, een soort beschavingsinstrument.¹⁷⁴ Televisie kijken vormt een activiteit waar veel aandacht en tijd naartoe gaat, kinderen kijken nu eenmaal graag naar beeldjes. Hierdoor is de televisie ongewild binnengedrongen binnen het kind zijn vrije tijd. Of omgekeerd: het kind is binnengedrongen tot de eilandjes die de televisie te bieden hebben. Zo illustreert het programma 'Mijn kunst is top', dat de openbare omroep uitzendt, ideaal hoe de kinderzender Ketnet van de openbare omroep, kunst en cultuurgerichte onderwerpen reflecteren en onder de aandacht brengen. Dit droeg er toe bij om enerzijds, kinderen in contact te laten komen met kunst en anderzijds, de kijkers een inzicht te geven binnen de perspectieven en leefwerelden van kinderen en hun talenten.

Het initiatief van de VRT om een derde kanaal op te richten werpt ook enige vragen op. Is het derde kanaal gericht naar kinderen? Of enkel naar jongeren? Waarom vindt de openbare omroep het belangrijk om een derde kanaal op te richten? Op welke manier gaan ze dit kanaal invullen? Van waar komt het idee en wat is de reden tot dit initiatief? Krijgen kunst en cultuur een plek op dit derde kanaal? De bedoeling is om de openbare omroep nader te bestuderen en te achterhalen waarom zij dit kanaal willen oprichten.¹⁷⁵

Hoe kunnen kunst en cultuur een bijdrage leveren tot kinderen hun opvoeding en hun algemene ontwikkeling? Hun motieven, doelstellingen en acties die voorop gesteld worden voor hun programmering gericht naar kinderen. Door middel van expert- interviews trachten te weten te komen hoe zij dit hele plaatje zien en hoe zij dit invullen. Het aanwezige aanbod van de VRT betreffende kunst en cultuur gericht op kinderen is schaars. Of misschien ook niet? De mogelijkheid biedt zich aan dat zij wel veel aandacht besteden aan kunst en cultuur binnen hun programmering. Maar dat zij dit anders opvatten en invullen dan wij denken. Hoe zien zij kunst en cultuur dan? Wat valt daar volgens hen allemaal onder? Ketnet is een specifieke zender gericht op een duidelijke doelgroep: kinderen. Via deze zender wil de openbare omroep ook deze groep een kwalitatief aanbod bieden. Richt de VRT zijn programmering van Ketnet dan ook effectief naar kunst- en cultuureducatie? Op welke wijze en welke inhoud worden dan aangeboden? Zo niet, waarom hebben zij er geen belang bij om meer aandacht te besteden aan kunst- en cultuureducatie? In de nieuwe beheersovereenkomst van de VRT die geldig is van 2012 tot 2016 wordt er vermeld dat ze de hele bevolking willen bereiken, dus ook doelgroepen: kinderen. Er wordt ook vermeld dat zij kunst en cultuur in de kijker willen zetten. De doelstelling binnen dit onderzoek is om eerst na te gaan hoe kinderen zelf kunst zien en wat ze eronder begrijpen. Dit trachten te achterhalen aan de hand van focusgroepen. Daarnaast aan de hand van expert- interviews met programmamakers en/of bevoegde instanties van de VRT en Ketnet vragen opstellen en topics plaatsen die relevant zijn en een probleem vormen binnen dit thema. Doorvragen en tot antwoorden en resultaten komen waren hierbij essentieel, zodat dit onderzoek en de probleemstelling relevant zijn voor de communicatiewetenschappen.

¹⁷⁴ DOORMAN (Maarten) & ZEEMAN (Michaël). *Het scherm der verbeelding*. Amsterdam, J.M. Meulenhoff bv, 1998, p. 76.

¹⁷⁵ VRT & DE VLAAMSE GEMEENSCHAP. *Beheersovereenkomst 2012- 2016*. Brussel, VRT & de Vlaamse Gemeenschap, 22/07/2011, pp. 54-56. [Online] http://www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf, zie bijlagen [15.12.2011]

Wat begrijpen kinderen onder kunst?

Eenzijds, luidt mijn assumptie dat kinderen een heel open blik hanteren op kunst. Kunst kan hun inspireren en hun vrijheid bieden binnen hun denkkader.

Anderzijds, veronderstel ik dat kinderen ook kunst bekijken als iets elitairs en afgebakend. Misschien staan ze niet stil bij het feit dat minder bekende kunstvormen bijvoorbeeld ook onder kunst vallen. Dat is net het mooie aan kunst, iedereen kan alles kunst vinden. Dit maakt het zeer interessant om na te gaan wat nu net kinderen van zes tot twaalf jaar onder kunst begrijpen. Ketnet, de kindertzender van de openbare omroep staat in voor het aanbod voor kinderen tot twaalf jaar. Op welke wijze vullen zij dit aanbod doelgericht in? Mijn assumptie en kennis vertellen mij dat zij wel degelijk aandacht besteden aan kunst en cultuur binnen hun aanbod maar niet zo zeer expliciet daarop gericht zijn, mede om de reden dat schooltelevisie afgeschaft is. Te belerend overkomen bij kinderen is 'not done' bij het maken van kindertelevisie. Kinderen willen genieten en ontspannen en staan tegelijk onbewust open voor educatie. Het medium televisie is net om deze reden zo handig. Kinderen leven vandaag in en binnen de media, zij vormen er integraal een deel van. Kunst echter, maakt geen integraal deel uit van kinderen hun leefwereld. Nu is de hoofdvraag van het tweede deel: hoe kan de publieke omroep kunst bij kinderen stimuleren via media?

2.1.2. Onderzoeksvragen

Deel 1: De betekenis van kunst binnen de leefwereld van kinderen.

1. Hoe kijken kinderen naar kunst? Wat is hun houding?
2. Hoe gaan kinderen om met hun verbeeldingskracht en welke rol of bijdrage vervult kunst daarbij?
3. Welke soorten kunst spreekt kinderen het meest aan?
4. Welke gevoelens worden er uitgelokt bij kinderen bij welke soorten kunst?
5. In welke mate komen kinderen in aanraking met kunst en cultuur via de televisie, voornamelijk VRT?

Met vragen trachten we te peilen naar de opvatting van kunst door kinderen van zes tot twaalf jaar. Aan de hand van focusgroepen met de kinderen praten we over kunst- en cultuurgerelateerde aspecten. Verschillende kunstvormen komen hier aan bod, namelijk schilderkunst, muziek, dansen, opera en poëzie. Hoe denken kinderen over deze kunstvormen, hoe oordelen kinderen over kunst, hebben ze al dan niet een mening, hoe voelen ze zich bij de verschillende kunstvormen, komen zij met kunst in contact binnen hun leefwereld, hebben zij enige kennis over allerhande kunstvormen? Deze soort vragen sturen het onderzoeksopzet, het denkkader, waar dit onderzoek naartoe wil, de doelstellingen en de relevantie van dit soort vragen. Allemaal facetten die dit onderzoek trachten te legitimeren. Vanuit het theoretisch kader dient er een duidelijk verband te zijn tussen het kader en het verloop van het onderzoek. Via deze weg trachten duidelijke onderzoeksbevindingen te formuleren om een samenhangend geheel te kunnen creëren, vormt hierbij dé doelstelling van dit onderzoek.

Deel 2: Kunst- en cultuureducatie binnen de programmering van de openbare omroep.

1. Om welke redenen vind de openbare omroep het belangrijk aandacht te schenken aan kunst en cultuur gericht naar kinderen binnen hun programmering?
2. Welke inspanningen onderneemt de openbare omroep om kunst en cultuur op te nemen binnen hun programmering met kinderen als doelgroep?
3. Hoe speelt de openbare omroep in op de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen als doelgroep?
4. Welke rol spelen oude en nieuwe media in de aanpak van de VRT betreffende cultuur, kunst en mediawijsheid?

Zijn kunst en cultuur een deel van de programmering van Ketnet gericht naar zes- tot twaalfjarige kinderen? Deze hoofdvraag leidt het onderzoek naar meerdere deelvragen die erop gericht zijn te achterhalen wat belangrijk is voor de openbare omroep binnen hun perspectief betreffende deze kwestie. Als kunst en cultuur wel degelijk een deel uitmaken van het aanbod voor kinderen, op welke wijze worden deze dan verpakt? Hoe gaan de werknemers aan de slag met de doelstelling om kunst en cultuur mee te geven aan de kinderen? Doen zij dit op een expliciete of impliciete wijze? En om welke redenen? Wat vinden de werknemers zelf belangrijk binnen kunst om mee te geven aan kinderen? Zij zijn verantwoordelijk voor de invulling en de inspanningen voor de opvoeding van kinderen via televisie en/of internet. Hierbij hanteren zij uiteraard een bepaald denkkader. Sluit dit denkkader aan bij wat de andere werknemers menen of hebben zij een verschillend oordeel of perspectief? En sluiten hun denkkaders vooral genoeg aan bij dat van de kinderen zelf? Deze vragen zijn mede relevant voor de richting waar dit onderzoek naar stuurt.

Deze twee luiken dienen op een samenhangende wijze op elkaar afgestemd te zijn om zo de relevantie ervan aan te tonen. De keuze om de media en daarin de openbare omroep te selecteren als onderzoekssubject, is omdat zij een specifieke taak hierbij hebben in vergelijking met andere media-kanalen. Binnen de Communicatiewetenschappen is het relevant om enerzijds, kunst en cultuur bij kinderen te onderzoeken en anderzijds, media daarbij te betrekken. Kunst en cultuur gaan vandaag samen met media. Media zijn krachtig, hebben invloed, dragen een hoge informatie-waarde en zijn hierdoor boeiende instrumenten om boodschappen over te brengen naar ontvangers, hier kinderen.

2.2. Waarom?

2.2.1. Doelstellingen

Dit onderzoek tracht na te gaan hoe de betekenis van kunst evolueert doorheen de jaren, vanaf het 'kind zijn' naar hun levensfase als 'beginnende puber'. De perspectieven, gedachten, smaken en persoonlijkheden veranderen namelijk sterk tijdens de jaren van de ontwikkeling van een kind. Het doel is om te onderzoeken welke connecties er zijn tussen kinderen hun fantasie, hun kennis over kunst en kunstenaars, expressie, hun ontwikkeling en welke rol de openbare omroep hierbij speelt. Dit onderzoek tracht ook te achterhalen wat jonge kinderen weten over kunst, wat ze voelen en hoe zij daar tegenover staan. Indien de openbare omroep geen bron van kunst bij hen vormt, vanuit welke richtingen binnen hun omgeving worden dan wel vormen van kunst aangeboden? Hoe gaan kinderen met de begrippen en de activiteiten van kunst om? Welke zijn mogelijke factoren die hen al dan niet stimuleren om aan kunst te participeren? Welke werken van welke kunstenaars spreken hen aan en waarom? Binnen welke kunststroming kunnen zij zich het best vinden?

Daarnaast wil dit onderzoek nagaan hoe de openbare omroep, als opvoedende instantie omgaat met het belang van kunst en cultuur binnen kinderen hun leefwereld. Is de openbare omroep bewust van de meerwaarde van kunst en cultuur voor kinderen van zes tot twaalf jaar? Nagaan welke inspanningen zij ondernemen om het kind op te voeden via kunst en cultuur, waarom wel of waarom niet. Hoe staat de openbare omroep daar tegenover, namelijk welke houding nemen zij aan? Aan de hand van beleidsdocumenten theoretisch onderzoeken en analyseren wat hun doelstellingen en activiteiten hierbij zijn. Specifiek met de programmamakers en de verantwoordelijke instanties gaan praten aan de hand van expert- interviews. Belangrijke topics hierbij behandelen en doorvragen op de relevante kwesties en/of problemen. Deze interviews zijn onontbeerlijk binnen dit onderzoek, aangezien naast de nodige documenten, persoonlijk de verantwoordelijken ondervraagt dienen te worden om tot diepere antwoorden en resultaten te komen. Er is al onderzoek gedaan naar hoe kinderen naar kunst kijken. Opvallend is er meer onderzoek gedaan naar hoe jongeren kunst opvatten. Het onderwijs heeft een belangrijke taak als opvoedende instantie, ook wat betreft kunst. In de basisschool wordt de focus meer gelegd op kinderen als producerende kunstenaars aan de hand van tekenen, schilderen, knutselen. Namelijk de ontwikkeling van hun creativiteit. Later, in de middelbare school worden zij meer ingelicht over bekende meesters en stromingen binnen de kunsten en worden hen dergelijke kunstvormen aangereikt. Opvallend hierbij is dat er dus weinig expliciete theoretische kunsteducatie gegeven wordt binnen de basisschool. Ook de VRT hecht relatief weinig belang aan expliciete kunstbijdrage voor zes- tot twaalfjarige kinderen. En dit terwijl kinderen van deze leeftijd dagelijks heel wat tijd spenderen aan televisie en andere media. Om welke redenen richten zij zich niet op expliciete kunsteducatie bij deze doelgroep? Misschien een soort angst om belerend over te komen en zo hun kijkerspubliek te verliezen? Of misschien gewoon omdat zij een open en los perspectief daarbij hanteren? Deze topics tonen het problematische aan van mijn stellingen. Dit onderzoek kan om deze redenen complementair en vernieuwend zijn.

2.2.2. Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

De wetenschappelijke relevantie reflecteert volgens Schreuder Peters wat er te leren valt uit een onderzoek. Namelijk welke meerwaarden het onderzoek kan bieden tot de wetenschappelijke wereld. Vernieuwende uitspraken en resultaten die iets aantonen zijn hierbij van belang.¹⁷⁶ Het is wetenschappelijk relevant om na te gaan wat en hoe kinderen van zes tot twaalf jaar denken over kunst. Hoe denken zij na over uitingen van cultuur, kunst en kunstenaars? Wat weten zij over kunst en cultuur?¹⁷⁷ Komen zij er mee in contact? Vragen die aan de hand van een wetenschappelijk onderzoek beantwoordt trachten te worden door te gaan onderzoeken, vragen, interpreteren en analyseren. Nagaan of kinderen het belangrijk vinden expressie en creativiteit te ontvangen en te leren via de media. En waarom? Omdat de openbare omroep enkele verplichtende taken dient te vervullen ten aanzien van de hele bevolking. Kinderen horen hier dus ook bij en vormen een belangrijke doelgroep waar zij dienen op in te spelen. De samenhang tussen kinderen van zes tot twaalf jaar en de openbare omroep met hun eigen kinderzender Ketnet is zeer boeiend om nader te bestuderen, wanneer het gaat over kunst en cultuur. Hoe integreert Ketnet kunst en cultuur binnen hun programmering gericht naar kinderen? Hierbij is het duidelijk dat enkele hypotheses zullen bevestigd en/of verworpen worden. Uit het gevoerde onderzoek zal blijken hoe de werking tussen beiden functioneert. Nagaan wat zes- tot twaalfjarige kinderen onder kunst begrijpen en welk denkkader ze daarbij hanteren.

De belangrijkste verantwoording van dit onderzoek luidt dat de twee delen van dit onderzoek op elkaar dienen afgestemd te zijn. Er zijn redenen waarom deze twee luiken geselecteerd zijn voor dit onderzoek. Kinderen van deze leeftijd verkeren in volle ontwikkeling, ze doorstaan enkele stadia waarin bepaalde aspecten in hun leefwereld een doorslaggevende rol kunnen spelen voor hun ontplooiing. Aangezien kinderen van deze tijd nog meer een media- generatie zijn dan de vorige generatie, is het wetenschappelijk relevant de samenhang te bestuderen tussen kinderen en de media. Niet enkel deze relatie maar ook de relatie tot kunst en cultuur. De reden waarom de media gekozen zijn als tussenschakel in de relatie tot kinderen en kunst en cultuur is omdat televisie, internet, radio een beïnvloedende rol spelen in kinderen hun leven. Zij leven met en door de media, ze maken er een deel van uit en hanteren het in de meeste gevallen dagelijks. Om deze redenen zijn de media een ideaal instrument om kinderen van deze leeftijd te bereiken. De media als een opvoedingsinstantie, een soort beschavingsideaal maar dan impliciet en op de juiste wijze. Ketnet vormt hét kanaal bij uitstek voor kinderen van deze leeftijd. Via dit kanaal krijgen zij een algemene kennis toebedeeld. Dit onderzoek wil nagaan in hoeverre Ketnet aandacht besteed aan kunst en cultuur voor deze doelgroep, om welke redenen, de werking daarvan, de doelstellingen, etc.

¹⁷⁶ SCHREUDER PETERS (R.P.I.J.). *Methoden en technieken van onderzoek*. Schoonhoven, Academic Service, 2000, p. 35

¹⁷⁷ V. THOMAS (Glyn) & M.J. SILK (Angèle). *De psychologie van kindertekeningen*. Amsterdam/ Lisse, Swets & Zeitlinger B.V., 1993, p. 150.

Naderhand vormt de maatschappelijke relevantie de insteek, namelijk welke belangen daarmee gemoeid zijn?¹⁷⁸ De groepen die volgens mijn hypotheses belang hebben bij dit onderzoek zijn de kinderen zelf, de ouders, de openbare omroep als invuller van het bestaande en toekomstige aanbod en misschien ook wel het onderwijs. Deze belangengroepen spelen allen op een verschillende doch overeenkomstige wijze een belangrijke factor in kinderen hun leefwereld. Zij vormen de aanreiker van hun mogelijke toekomst, de stimulators van hun talenten en mogelijkheden, de inzichtbrengers van hun idealen en dromen en de inzet- bieders op hun ontplooiing.

De uitkomst die mogelijk kan bevestigd worden is dat kinderen een zeer open blik hanteren op kunst aangezien zij beschikken over een zeer open vrijheid van expressie. Om deze reden schenkt de openbare omroep aandacht aan het feit dat kinderen op deze leeftijd nog zeer gevoelig zijn voor bepaalde aspecten en volwaardige miniatuur- persoonlijkheden zijn die hun weg nog dienen te vinden in deze complexe soms zakelijke wereld. Zij zien in dat de televisie een krachtig tool is om kinderen iets bij te leren op een speelse manier. Zo nemen zij hun taak als mede- opvoeder op en vervullen zij deze via de doelstellingen en beleidsrichtlijnen die van belang zijn.

Maatschappelijk is het ook relevant om te gaan kijken hoe de VRT als openbare omroep inspeelt op de educatie van kunst en cultuur bij kinderen van zes tot twaalf jaar.¹⁷⁹ Welke inspanningen doen zij om kunst en cultuur te doen smaken bij kinderen? Hebben de programmamakers er baat bij om zich op zulke thema's te richten? Maar hoe ver gaat dat dan? Deze vragen zijn belangrijk omdat de openbare omroep namelijk als taak heeft educatie, kunst en cultuur op hun programma te plaatsen. Zij treden op als opvoedende instantie via hun machtige invloed: beelden. Maar hoe ver gaat die invloed dan? Kinderen hebben nog altijd een eigen karakter, willetje en persoonlijkheid. We mogen er niet van uit gaan dat kinderen beïnvloedbare robots zijn. Nagaan wat het kind zelf belangrijk acht binnen zijn vrije tijd, kennis en leefwereld.

Deze twee luiken van mijn probleemstelling worden aan elkaar getoetst. Eerst nagaan wat de relatie is tussen kinderen van zes tot twaalf jaar en kunst en daarna toetsen hoe de VRT zijn aanbod richt naar deze doelgroep op vlak van kunst en cultuur. Volgens Jonker en Pennink kan een verantwoording enkel legitiem zijn als de onderzoeker bewust is van de keuzes die hij/zij heeft gemaakt en deze op een wetenschappelijke en maatschappelijke wijze expliciteert. De handelingen dienen inzichtelijk te zijn en aan alle deelnemende partijen meegedeeld te worden. Daarnaast is het van belang dat de focus van de probleemstelling centraal blijft staan waarbij de juiste richting aangehouden wordt.¹⁸⁰

¹⁷⁸ SCHREUDER PETERS (R.P.I.J.). *Methoden en technieken van onderzoek*. Schoonhoven, Academic Service, 2000, p. 35.

¹⁷⁹ VLAAMS CENTRUM VOOR VOLKSONTWIKKELING. *De impact van televisie op de culturele ontwikkeling*. Brussel, Vlaams Centrum voor Volksontwikkeling, 1988, pp. 90- 98.

¹⁸⁰ JONKER (Jan) & PENNINK (Bartjan). *De kern van methodologie*. Assen, Van Gorcum, 2000, p. 26, 27.

2.3.Hoe?

2.3.1. Ontologisch en epistemologisch kader

Binnen het ontologisch kader is het van belang te kijken naar de organisatie die bestudeerd wordt met interne en specifieke kenmerken, hier de openbare omroep en meer bepaald zijn kinderzender Ketnet. Het constructivisme legt de kenmerken van een dergelijke organisatie bloot door te kijken naar de impact van hun handelingen. De mensen die er werken, de structuren, de processen, de ontwerpen en de 'politiek' die er plaats vinden zijn uniek aan de openbare omroep en maken dat deze enkel te begrijpen vallen door hen van binnenuit te bestuderen. Door te kijken naar wat Ketnet doet ter bevordering van kunst- en cultuureducatie voor zes- tot twaalfjarige kinderen, wordt al snel duidelijk welk intern denkkader zij hanteren. Bij het maken en/of kopen van kinderprogramma's staan zij aan de leiding om keuzes te maken. Deze keuzes weerspiegelen hun perspectief op kunst en cultuur, dat in de onderzoeksbevindingen duidelijker zal worden.¹⁸¹ Het is van belang dat de onderzoeker kijkt in een bepaalde context die de primaire bron van de data vormt.

Kinderen hebben een eigen wereld die meestal door zichzelf geconstrueerd is. Deze omgeving wordt gekenmerkt door sociale interactie en reflectie. Hun wereld en realiteit waarin zij leven zou niet bestaan zonder betekenissen en interpretaties die zij zelf en anderen er aan geven. Net die betekenissen en interpretaties zijn belangrijk voor de onderzoeker om nader te bestuderen. De context hier is de betekenis van kunst binnen de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen en de inspanningen van de openbare omroep. Hierbij kunnen er duidelijk twee luiken verdeeld worden die elk een onderzoeksmethode vereisen.

In beide luiken dient de onderzoeker te kijken door de ogen van een ander met de nodige afstand. Enerzijds, inleving in de wereld en in het denkkader van kinderen en anderzijds, begrijpen hoe de werknemers van Ketnet en de openbare omroep denken betreffende kunst- en cultuureducatie. Door te kijken door hun ogen kunnen er duidelijk inzichten gecreëerd worden als buitenstaander.¹⁸² Het epistemologisch kader van dit onderzoek is interpretatief aangezien het de interpretaties van de onderzoeker van de interpretaties van de onderzoekssubjecten zijn, die bestudeerd worden. Specifiek: de betekenissen die kinderen geven aan kunst binnen hun leefwereld en de betekenis van kunst en cultuur volgens de werknemers van de openbare omroep en meer bepaald Ketnet. Deze verkeren beiden binnen een sociale werkelijkheid waarvan de onderzoeker dient te begrijpen wat er leeft aan de hand van interpretatie, observatie en analyse. De kennis die gegenereerd wordt is gebaseerd op hoe de onderzoekssubjecten zelf betekenis en zin geven aan de fenomenen. Anderzijds, zal de onderzoeker de geconstrueerde betekenissen dienen te vertalen naar de wetenschappen waarbij begrijpen en aanvoelen van cruciaal belang zijn. Het interpretativisme houdt verband met het ontologisch kader van hierboven, het constructivisme.

¹⁸¹ JONKER (Jan) & PENNINK (Bartjan). *De kern van methodologie*. Assen, Van Gorcum, 2000, p. 24.

¹⁸² IDEM, p. 49.

Ze zijn aan elkaar verwant aangezien de wijze waarop de onderzoeker het sociale fenomeen opvat een impact heeft op waarom en welke kennis de onderzoeker er wil over genereren.¹⁸³

2.3.2. Type onderzoek en methodologie

Dit onderzoek peilt naar de aard van een sociaal verschijnsel. Volgens Wester, Smaling en Mulder is een kwalitatief onderzoek gericht op "*het uitwerken van een analytisch kader*".¹⁸⁴ Met een kwalitatief onderzoek wordt er vertrokken vanuit een probleem dat enkele vragen en bijgevolg concepten met zich meebrengt. Naarmate het onderzoek evolueert, weet je als onderzoeker duidelijker waar je naartoe wil, welk denkkader je daarbij wil hanteren en in welke termen je de onderzochte verschijnselen wil bespreken.¹⁸⁵ Tijdens het onderzoek wordt er waargenomen en komen er bepaalde bevindingen aan het licht. Bij deze bevindingen is het van belang reflecties te maken binnen het kader van je onderzoek. Binnen het analytisch kader dienen de ontwikkelingen van je onderzoek samen te hangen en een juiste richting aan te nemen. Hierbij is het handig om steeds de probleemstelling voor ogen te houden, deze herinnert de onderzoeker er steeds aan welke kant hij/zij uit wil. Dit wordt het interpretatief onderzoeksproces genoemd.

Er vindt zich een afwisseling plaats tussen de observatie, de analyse en de reflectie. Deze dienen in verhouding te zijn en wisselen elkaar voortdurend af. Dit proces is uitermate belangrijk aangezien een kwalitatief onderzoek een meer open en ongestructureerd kader hanteert, de deductieve weg.¹⁸⁶ Binnen dit onderzoek staat de "*betekenisverlening*"¹⁸⁷ centraal. Het zijn visies op verschijnselen in de sociale realiteit die de onderzoeker toestaan waar te nemen en deels te reflecteren doorheen het proces. Mezelf in de leefwereld van de kinderen begeven om hen zo beter te begrijpen of mezelf in de positie van een werknemer van Ketnet begeven om zo beter hun perspectief te leren kennen. Zo leer je als onderzoeker de situaties en verschijnselen definiëren aan de hand van de betekenissen die de onderzoekssubjecten zelf hanteren. Dit onderzoek is hierdoor explorerend van aard.¹⁸⁸

Daarnaast tonen Wester, Smaling en Mulder aan dat het belangrijk is binnen kwalitatief onderzoek om eerst op bestaande theorie en materiaal een stelling te baseren, om zo de constructies en betekenissen van de werkelijkheid van de onderzoekssubjecten beter te begrijpen. Hierbij staan de leefwereld en het denkkader van de betrokkenen centraal.¹⁸⁹

¹⁸³ JONKER (Jan) & PENNINK (Bartjan). *De kern van methodologie*. Assen, Van Gorcum, 2000, p.20- 30.

¹⁸⁴ WESTER (Fred) & SMALING (Adri) & MULDER (Lambert). *Praktijkgericht kwalitatief onderzoek*. Bussum, Coutinho, 2000, p. 17

¹⁸⁵ IBIDEM.

¹⁸⁶ IDEM, p. 18.

¹⁸⁷ IBIDEM.

¹⁸⁸ IDEM, p. 22.

¹⁸⁹ IDEM, p. 23.

Vanuit de "*sensitizing concepts*" en het open karakter van het onderzoek kan er op basis van het verzamelde materiaal data gecreëerd worden aan de hand van onderzoeksmethodes die relevant zijn voor het onderzoek en binnen een eigen setting plaatsvinden.¹⁹⁰ Hierbij dient de onderzoeker rekening te houden dat de leefwereld van de betrokkenen die bestudeerd wordt een voorgeïnterpreteerde leefwereld is aangezien de betrokkenen zelf voortdurend betekenis geven aan de aspecten binnen hun omgeving.

Om deze reden is het van belang duidelijk omschreven theoretische concepten en onderzoeksmethoden te hanteren, om niet gevangen te worden door het subjectieve van de sociale werkelijkheid en de actoren die bestudeerd worden.¹⁹¹ De interactie met de onderzoekssubjecten dient een relatie te zijn die bestaat uit tweerichtingsverkeer. Hier wordt ook wel gesproken over de hermeneutiek aangezien er een subject- subjectsituatie plaatsvindt en er een dubbele interpretatie ontstaat. De interpretatie van de onderzoeker is namelijk de interpretatie van het onderzoekssubject, waarvan deze ook al geïnterpreteerd is. Deze insteek maakt het nog zo boeiend om aan kwalitatief onderzoek te doen.¹⁹²

2.3.3. Dataverzameling en data- analyse

Vooraleer data geselecteerd en verzameld kan worden dient er stilgestaan te worden bij welke soort kennis de onderzoeker wil vergaren. Aan de hand van het kennis- kader kan de onderzoeker besluiten welke soort data hij/zij nodig heeft ter uitvoering van het onderzoek.

Het eerste luik impliceert dat ik met kinderen moet gaan praten. De bedoeling is om binnen hun leefwereld te begrijpen wat zij onder kunst verstaan en welke rol deze speelt binnen hun leven. Een focusgroep is een handige methode om kinderen samen te zetten en te praten over een topic. Binnen de focusgroep zitten ze samen met hun peers op school en voelen ze zich meer ontspannen. Om deze reden zijn zij in staat hun mening te zeggen. Een diepte- interview met een kind zou hierbij te kort schieten aangezien het kind zich helemaal niet op zijn gemak zou voelen. Het creëren van een veilige en vertrouwde sfeer leek mij zeer belangrijk in het achterhalen van de data.

Daarnaast impliceert het tweede luik van mijn onderzoek dat het niet voldoende is om de beheersovereenkomst, theoretische documenten te gebruiken als informatie op mijn onderzoeksvragen. Het gaat er hem namelijk niet zozeer om uitdrukkelijke feiten en acties te achterhalen maar vooral om de werknemers van Ketnet, de personen die verantwoordelijk zijn voor het aanbod voor kinderen te leren kennen. Hun persoonlijke mening, visie en leefwereld dient namelijk afgestemd te zijn op de interesses en behoeften van kinderen. Om deze reden vond ik het noodzakelijk om persoonlijk te gaan praten met de experts betreffende dit domein. Aan de hand van expert- interviews dieperliggende antwoorden verkrijgen staat hier voorop.

¹⁹⁰ WESTER (Fred) & SMALING (Adri) & MULDER (Lambert). *Praktijkgericht kwalitatief onderzoek*. Bussum, Coutinho, 2000, p. 25.

¹⁹¹ IDEM, p. 38.

¹⁹² IDEM, p. 177.

Deze twee methoden veronderstellen in mijn data- analyse een open doch relevante en vooropgestelde aanpak. Coderen en labelen van de onderzoeksresultaten vormen hierbij een essentieel onderdeel. Bij de focusgroepen wil ik de terugkerende aspecten vooropstellen alsook de aspecten die eruit springen. Per graad en leeftijdscategorie gaan kijken naar wat de belangrijkste resultaten zijn en of ze vooral relevant zijn voor dit onderzoek. Het onderscheid tussen een katholieke school en een stedelijke school zal hier mede een rol spelen.

De expert- interviews impliceren een open aanpak waarbij er zich een verzadigingspunt aandient wanneer de experts hetzelfde zullen beginnen zeggen. Na enkele gesprekken wordt het meteen duidelijk welke dingen relevant en belangrijk zijn binnen hun denkkader. Toch is het interessant om verschillende werknemers aan het woord te laten aangezien hun persoonlijke mening ook van belang is. De woordkeuze die zij hanteren, alsook het perspectief op bepaalde vlakken kunnen verschillen en/of nieuwe visies opleveren.

2.3.3.1. Focusgroepen

Vader van de focusgroepen Robert K. Merton meent dat de techniek focusgroepen gehanteerd wordt in onderzoek waarbij de groep respondenten samen zitten op basis van een "*gemeenschappelijk kenmerk*".¹⁹³ De betekenis van kunst in de leefwereld van deze respondenten en hun leeftijd vormen de gemeenschappelijke kenmerken dat deze focusgroepen beogen. De focusgroep wordt dan ook aanzien als een "*gezamenlijke groep*"¹⁹⁴ en niet als aparte individuen. Om deze reden levert deze methode groepsgecreëerde data. In het boek van Mortelmans worden zeven kenmerken geformuleerd door Stewart en Shamdasani die gunstig kunnen zijn voor focusgroepen. Het kenmerk "*Het verkrijgen van inzichten in de denkwijzen van mensen over een bepaald thema*"¹⁹⁵, is relevant voor dit onderzoek. Omdat het onderzoek tracht te achterhalen hoe kinderen van zes tot twaalf jaar denken over kunst. Binnen de focusgroepen wordt er gebruik gemaakt van "*actieve technieken*"¹⁹⁶. De eerste techniek betreft het gebruik van visueel beeldmateriaal, de tweede betreft auditief materiaal en de derde een woordassociatie. Hieronder nader uitgelegd. Binnen dit onderzoek is het van belang om technieken te hanteren die activiteit uitlokken aangezien kinderen echt aan het woord dienen te worden gelaten. De moderator speelt hierbij de middenpersoon om te "*faciliteren*"¹⁹⁷, niet te controleren of zozeer te sturen. De kinderen zelf zijn het belangrijkste tijdens de focusgroep, enkel hun oordelen en gevoelens tellen. Het doel van deze technieken is om echt te luisteren naar wat de kinderen denken over vormen van kunst, hoe zij zich daarbij voelen, wat ze er van vinden, etc. Hierbij wordt er wel getracht de kinderen zoveel mogelijk te stimuleren om iets te zeggen binnen de groep. Een welkomst- en inleidende tekst zal voorafgaan aan elke focusgroep om enkele belangrijke gegevens mee te geven. Zoals het onderwerp van het onderzoek, wat er mee zal gebeuren, de duurtijd en de werkwijze van de focusgroep.

¹⁹³ MORTELMANS (Dimitri). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven, Uitgeverij Acco, 2007, pp. 317, 318.

¹⁹⁴ IDEM, p. 318.

¹⁹⁵ IBIDEM.

¹⁹⁶ IDEM, p. 324.

¹⁹⁷ IDEM, p. 321.

Aangezien de respondenten kinderen zijn, dient er sterk rekening gehouden te worden met het feit dat alle informatie die er gegeven wordt zo simpel mogelijk dient te zijn. De technieken en materialen die gekozen zijn om te hanteren tijdens de focusgroepen spelen in op de zintuigen. Via beeld, geluid en woorden op een zo speels en creatief mogelijke wijze de aandacht van de kinderen te trekken en vast te houden. Enkel droge vragen stellen om een conversatie aan te gaan, zou te kort schieten en schaarse resultaten opleveren.

2.3.3.1.1. Onderzoekspopulatie en steekproef

Op basis van het vooropgesteld onderzoekskader kunnen de doelgroepen geselecteerd worden. Aangezien het onderzoeksopzet al duidelijk aangeeft dat het onderzoek peilt naar de betekenis van kunst binnen de leefwereld van zes- tot twaalfjarige kinderen, kan er al snel een homogeniteit getrokken worden. Deze homogeniteit zorgt ervoor dat de respondenten zich vertrouwd voelen binnen de focusgroep en elkaar als gelijken beschouwen.¹⁹⁸ De onderzoekssubjecten zijn allemaal kinderen van zes tot twaalf jaar die Algemeen Secundair Onderwijs volgen op de lagere school in Aalst. Er is gekozen voor ASO aangezien dit onderwijsniveau een breed scala biedt van ontwikkeling en educatie. De keuze voor Aalst is simpelweg om de reden dat ik in Aalst woon. Hierdoor bespaar ik heel wat tijd, geld en transport.

Het is wel zo dat een school gelegen in de stad meer de mogelijkheid biedt om aan kunst te participeren in vergelijking met een school op het platteland bijvoorbeeld. Deze geografische component toont aan dat de stad heel wat cultuur en kunst te bieden heeft, waardoor kinderen er gemakkelijker mee in aanraking kunnen komen. Echter, worden er binnen dit onderzoek twee onderscheidingen gemaakt die van belang zijn voor de dataverzameling- analyse. Ten eerste, wordt er een onderscheid gemaakt tussen verschillende leeftijdscategorieën per graad. Dit brengt mij tot drie verschillende groepen. Ten tweede, wordt er een onderscheid gemaakt tussen kinderen die stedelijk onderwijs volgen en kinderen die katholiek onderwijs volgen. Deze onderscheiden selecties maken bewust deel uit van het onderzoeksopzet- en plan. Om mogelijke vergelijkingen te kunnen maken is het van belang verschillen en/of overeenkomsten te achterhalen. Dit kan ik bekomen door de groepen te homogeniseren en te heterogeniseren op basis van de kenmerken.¹⁹⁹ Deze gestratificeerde, doelgerichte steekproef doelt de afbakening van relevante groepen, waaruit de onderzoeker keuzes maakt op basis van de onderzoeksvragen en probleemstelling. De kenmerken van de doelgerichte selectie van de respondenten gebeurd op basis van de probleemstelling en de onderzoeksvragen.

¹⁹⁸ MORTELMANS (Dimitri). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven, Uitgeverij Acco, 2007, p. 167.

¹⁹⁹ IDEM, 167.

De focusgroepen zijn samengesteld op basis van demografische kenmerken.²⁰⁰ Deze beogen woonplaats, geslacht, onderwijstype en leeftijd. Selectiecriteria samengevat:²⁰¹

- Kinderen van zes tot twaalf jaar, van eerste tot zesde leerjaar
- Algemeen Secundair Onderwijs:
Stedelijk onderwijs 'De Regenboog' en Katholiek onderwijs 'Sint- Jozefscollege'
- Gemeente Aalst
- Jongens en meisjes

Op basis van het schema van Morgan, dat opgenomen is in het boek van Mortelmans wordt de focusgroep samengesteld. Dit betreft: aantal deelnemers, aantal vragen, duurtijd in minuten en minuten per persoon per vraag. Het onderzoeksopzet beoogt ongeveer tien deelnemers per focusgroep, dus illustreert het schema dat er twaalf vragen mogen gesteld worden, waarbij de focusgroep een uur duurt. Dit gegeven maakt dat er per respondent een halve minuut de tijd mag gegeven worden om een vraag te laten beantwoorden.²⁰² Dit dient niet noodzakelijk strikt gehanteerd te worden aangezien bepaalde respondenten meer of minder aan het woord zullen komen op basis van interesse, mondigheid, bekwaamheid, etc. Voor de volledige vragenlijst: zie bijlage.

2.3.3.1.2. Visueel beeldmateriaal

Tijdens de focusgroepen wordt er gebruik gemaakt van visueel beeldmateriaal. Zo zullen er foto's van bekende kunstwerken geprojecteerd worden tijdens de focusgroepen. Naderhand worden er enkele korte en simpele vragen gesteld. Deze techniek wordt volgens Dimitri Mortelmans en David Gauntlett "*foto- elicitatie*" genoemd.²⁰³ De foto's dienen als instrumenten zodat de interviewer beter kan binnentreden in de wereld van de geïnterviewden. Hierbij is het belangrijk dat de interviewer luistert naar wat de respondenten vertellen en het gesprek te laten evolueren.²⁰⁴ Dit visueel beeldmateriaal werd doelgericht verzameld en sluit aan bij de onderzoeksvragen en theoretische literatuurstudie. Het is namelijk van belang dat het gekozen beeldmateriaal relevant is voor dit onderzoek, zodat er aan de hand van het materiaal antwoorden kunnen achterhaald worden op de onderzoeksvragen. Om deze reden worden de beelden ook aanzien als data. De beelden staan in interactie met de kinderen binnen de focusgroepen. De onderzoeker treedt op als moderator om te faciliteren, maar zelf blijf hij/zij onpartijdig. Dit is van belang om zoveel mogelijk de kinderen zelf aan het woord te laten. Terzijde van mijn persoonlijke vooronderstellingen is het essentieel om te luisteren naar de gevoelens en meningen van de kinderen. Suchar spreekt van "*shooting scripts*" waarbij de onderzoeker vragen voorop stelt die de aanleiding geven tot het gekozen beeldmateriaal. Van algemene vragen tot meer concrete vragen. De Grounded Theory is hieraan verbonden.

²⁰⁰ MORTELMANS (Dimitri). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven, Uitgeverij Acco, 2007, p. 168.

²⁰¹ IDEM, p. 154.

²⁰² IDEM, p. 169.

²⁰³ IDEM, p. 200.

²⁰⁴ GAUNTLETT (David). *Creative Explorations. New approaches to identities and audiences*. London & New York, Routledge, 2007, p. 106

De onderzoeker dient de gehanteerde concepten zo diep mogelijk te behandelen om tot een theorie te komen die aansluit bij de onderzoeksvragen. Hierbij wordt er aanbevolen om het materiaal afwisselend te vergelijken. Steeds meer wordt er binnen onderzoek gebruik gemaakt van visueel beeldmateriaal. Dit omwille van het gegeven dat beelden bepaalde aspecten en oordelen gemakkelijker kunnen losmaken bij de onderzoeksobjecten. Vooral kinderen zijn zeer vatbaar voor het visuele, het trekt hen aan, het neemt hun aandacht.²⁰⁵

David Gauntlett schreef in zijn boek *Creative Explorations*, dat het werken met visueel beeldmateriaal handig kan zijn om verschillende interpretaties uit te lokken bij kinderen. Hij benadrukt hierbij de troef van deze methode, namelijk door het gebruik van media, zoals afbeeldingen en muziek bijvoorbeeld, dat de onderzoeker de wereld van de kinderen beter begrijpt omdat deze verder reiken dan woorden:²⁰⁶

*"In an era when audio- visual media play an increasingly influential role in children's and adolescent's perceptions, it is important that researchers not rely on verbal approaches alone, but also give young people the opportunity to express themselves in contemporary media forms... These works provide openings into the children's world which language barriers would otherwise render inaccessible."*²⁰⁷

Het beeldmateriaal dat geselecteerd is, is gebaseerd op het onderscheid tussen traditionele, oude schilderkunst en moderne, vernieuwende schilderkunst. Twee groepen van telkens twee kunststromingen (een traditionele en een moderne, bestaande uit vijf kunstwerken per kunststroming). De reden waarom er traditionele, oudere kunststromingen vergeleken worden met meer moderne en vernieuwende lijkt voor de hand liggend. De verschillen tussen bepaalde beeldende kunstwerken uit verschillende tijden zijn opmerkelijk en expliciet zichtbaar voor volwassenen met een algemene kennis. Maar kijken kinderen wel op dezelfde wijze naar de kunststromingen zoals volwassenen dat doen? Maken zij ook expliciet een onderscheid tussen traditionele, oudere kunstvormen en meer populaire, vernieuwende? De nadruk die Cultural Studies al aangaf binnen de theoretische literatuurstudie ligt hem op de kritische vraagstelling van het 'onderscheid' tussen hoge en populaire cultuur. Waar ligt de grens tussen deze twee? Heeft het te maken met het tijdsbestek? Of wordt het onderscheid eerder gemaakt op basis van kleuren, stijlen, vormen, erkenning? Hoe kijken kinderen dan naar dit onderscheid? Zien zij dit onderscheid ook daadwerkelijk?

²⁰⁵ MORTELMANS (Dimitri). *Op. Cit.*, 2007, p. 200.

²⁰⁶ GAUNTLETT (David). *Creative Explorations. New approaches to identities and audiences*. London & New York, Routledge, 2007, p. 107.

²⁰⁷ IDEM, pp. 113, 114.

Verantwoording van de gekozen kunststromingen gebaseerd op eigen kennis en vooronderstellingen:

De eerste vergelijking die ik maak, is tussen de Romantiek en Pop Art. De Romantiek (1780- 1850) omhelst een periode waarin men teruggreep naar de natuur, waarin vrijheid, verlangens, liefde en gevoelens centraal stonden. Deze kenmerken worden weerspiegeld en gerepresenteerd binnen de kunstwerken. De schilderijen bevatten een fel doch somber kleurgebruik. Fantasie en magie worden opgewekt bij het kijken naar de romantische landschappen en taferelen. Dit gegeven kan aansluiten bij de dromerige leefwereld van kinderen. Je kan er in wegdromen, er is veel diepgang en beweging zichtbaar binnen de schilderijen. De schilderijen zijn ook realistisch, waarbij de werkelijkheid wordt gedramatiseerd door emoties en gevoelens. Pop Art (1950- ...) echter, sluit feller aan bij de leefwereld van kinderen. Aangezien Pop Art gebruik maakt van bekende figuren of voorwerpen en het een commercieel karakter heeft, maakt dat kinderen er vertrouwd mee zijn. Pop Art maakt gebruik van felle en opvallende kleuren wat kinderen sterk zal aanspreken. Kinderen kiezen zelden voor sobere kleuren zoals zwart of grijs, eerder voor vrolijke kleuren die hen een gevoel van blijdschap geven. Het spreekt hen aan door het deviate, de vernieuwende toets van de schilderkunst. Bijvoorbeeld mensen die een onrealistische huidskleur hebben zoals Marilyn Monroe. Het lijkt voor kinderen niet meteen kunst omdat kinderen hun perspectief op kunst misschien soms gekleurd is door 'saaiheid'. Pop Art maakt gebruik van manifeste afbeeldingen, ze zijn meteen zichtbaar en er is weinig diepgang. Omwille van dit gegeven kan er verondersteld worden dat kinderen deze kunststroming waarderen. Kinderen hebben het graag simpel en Pop Art is niet meteen moeilijk te vatten.

De tweede vergelijking die ik maak, is tussen de Renaissance en het Surrealisme. De Renaissance (1300- 1600) wordt gekenmerkt door schilderijen met een somber en donker kleurgebruik. De dingen die afgebeeld worden zijn zeer realistisch. Meestal zijn het directe representaties van de werkelijkheid. Net zoals bij de Romantiek staan de mens en de natuur centraal. Net omwille van het hoog realistisch gehalte heb ik deze stroming gekozen. Surrealisme (1915- 1940) echter is het contrast van de Renaissance. Het woord zelf verwijst al naar de onrealistische toets van de schilderijen. De schilderijen zijn dromerig en zweverig, ze zitten boordevol fantasie waarbij er zeer open interpretaties mogelijk zijn. Dit vormt dan ook de reden waarom ik deze stroming gekozen heb. Ze lijkt totaal niet oud of traditioneel, eerder vernieuwend, speels en exploratief, wat volgens mijn hypothese kinderen zal aanspreken.

De gekozen schilderijen zitten in de bijlagen en zijn random geselecteerd. De verantwoording per kunststroming zou voldoende moeten zijn om de argumenten te staven. Het is niet de bedoeling om per kunstwerk te achterhalen wat de kinderen ervan vinden bijvoorbeeld. De schilderijen worden aanzien als groep per kunststroming. Mijn vooronderstelling is dat kinderen een stroming zoals de Romantiek of de Renaissance saai zullen vinden omwille van de kenmerken, de stijl, de vormen, het afgebeelde, de kleuren, ... tegenover een vernieuwende stroming zoals Pop Art of het overweldigende Surrealisme. Maar is dit effectief wel het geval? Voelen kinderen zich meer aangetrokken door het nieuwe en 'moderne'? Kritische zin en in vraagstelling zijn hierbij nodig waarbij er getoetst wordt naar de theorie.

2.3.3.1.3. Auditief materiaal

Om het luik van kunst uit te breiden is er gekozen om naast schilderkunst, muziek te hanteren als techniek en materiaal tijdens de focusgroepen. Naast het visuele beeld, trekt geluid en muziek ook sterk de aandacht van zes- tot twaalfjarige kinderen. Normaal gezien zijn kinderen van deze leeftijd sterk vertrouwd met populaire muziekvormen waar zij dagelijks mee worden geconfronteerd via televisie, radio en internet. Het aanbod van muziek gericht naar deze kinderen is ingevuld door commerciële, populaire liedjes. En dit via de muziekkanalen die er zijn zoals TMF, JIM en MTV. Maar ook Kzoom en VTM bijvoorbeeld die tijdens de 'kinderuren' meestal commerciële muziek uitzenden. Dit vormt volgens mijn assumptie een probleem. Aangezien het aanbod van muziek voor deze doelgroep zich concentreert op populaire, commerciële muziek wordt het kind achter gelaten met een gebrek aan meer esthetische, kunstzinnige vormen van muziek. Zeg maar Bach, Mozart, Vivaldi... Belangrijke componisten en muzikale talenten die op een intense wijze je gevoel laten spreken. Waarom zenden televisie, radio en internet zulke vormen van muziek niet uit? Omwille van ouderdom van de muziek en dat het misschien passé is? Het saaie karakter? De onderwaardering van de canon?

De bedoeling van deze techniek is om kinderen van deze leeftijd in contact te brengen met de meer kunstzinnige vormen van muziek. Hen aandachtig laten luisteren naar een stuk van Vivaldi zijn 'Vier Seizoenen' en hun mening vragen. Daadwerkelijk diepgang proberen verkrijgen in de oprechte en misschien schaarse antwoorden van deze kinderen. De doelstelling is om te achterhalen of deze kinderen zulke soort muziek mooi vinden of niet en waarom, hoe zij zich daar bij voelen, wat hun houding is, etc. Het kan zo zijn dat kinderen misschien wel naar deze muziek luisteren, enkel niet via de televisie. Hun ouders of omgevingscontext waarin zij leven kunnen misschien heel erg open staan voor deze klassieke muziekvormen, waardoor het kind er wel vertrouwd mee is. Deze aspecten trachten achterhaald te worden.

2.3.3.1.4. Woordassociatie

Het derde luik van de technieken van de focusgroepen betreft het werken met concepten. Via theoretische concepten (simpele woorden), ideeën uitlokken bij kinderen van zes tot twaalf jaar. De bedoeling is om concepten die handelen over kunst zoals dansen, gedichten, muziek, schilderen, toneel, etc. op het bord van het klaslokaal te schrijven. Hierbij zijn de kinderen vrij om een woord rond het concept te schrijven dat bij hen wordt opgeroepen. De bedoeling is om naast de eerste twee technieken die gebruik maakten van beeld en geluid, ook via woord de kinderen te ondervragen naar hun mening over kunstvormen. Het denken over kunst en dergelijke vormen, de betekenis in hun hoofd en de associaties die zij leggen bieden een bijdrage voor mijn analyse.

2.3.3.2. Expert- interviews

Expert- interviews worden in kwalitatief onderzoek gekozen als dataverzameling- methode wanneer de onderzoeker nood heeft aan kennis van een expert in een specifieke context. De kennis, de mening en vooral de expertise staan hierbij centraal. Het is van groot belang de expert aan het woord te laten en aandachtig te luisteren naar wat hij/zij te zeggen heeft. Vooraleer je als onderzoeker een expert- interview afneemt, is het van cruciaal belang zeer goed voorbereid te zijn betreffende de materie die ter sprake zal komen. Kennis betreffende de terminologie en het veld zijn hier van cruciaal belang. Wanneer dit niet het geval is, zal de expert dit snel merken en zich beledigd voelen. Als onderzoeker neem je namelijk een deel van zijn/haar kostbare tijd in beslag. Volgens Flick Uwe wordt deze methode meestal toegepast als complementair aan een andere onderzoeksmethode. Dit omwille van het feit dat de expert- interviews te kort kunnen schieten als alleenstaande, representatieve data. De individuele houding en mening van de expert zijn van belang aangezien zij ervaren zijn in het specifieke veld dat de onderzoeker wil nagaan. Het is een snelle manier om specifieke informatie te verzamelen over een bepaald domein.

Wanneer je als onderzoeker een expert- interview afneemt kan dit snel leiden tot andere experts die je verder kunnen helpen. Hierbij is de sneeuwbalmethode van toepassing. De experts staan meestal in contact met andere experts aangezien ze werken en ageren binnen dezelfde sfeer, werkomstandigheden of expertise. Via de expert zijn netwerk kan je zo meestal komen tot meerdere contactpersonen die je kunnen helpen bij je onderzoek. Experts zijn meestal gemotiveerd om hun kennis te delen wanneer deze kan bijdragen tot een wetenschappelijk onderzoek. Zij zijn bereid hun kennis en expertise te delen met de onderzoeker wanneer het onderzoeksthema of de problematiek relevant is binnen hun domein.

De hoge waarde van een expert zijn kennis of expertise hangt samen met het gegeven dat hij/zij verbonden is aan een aantal processen, attitudes, strategieën, ideologieën of perspectieven die verweven zijn binnen hun omgeving. Hierbij moet de onderzoeker in het achterhoofd houden dat wat de expert zegt meestal niet neutraal is en daardoor subjectief ingekleurd is door zijn/haar referentiekader, achtergrond, ervaringen, etc. Het verdere verloop van het interview wordt hierbij gekenmerkt door een hoge mate van interactie, waarbij de interviewer ingaat op de antwoorden die gegeven worden. Hierdoor ontstaat er een dialoog en kan de interviewer dieperliggende aspecten trachten achterhalen. Het is namelijk niet de bedoeling enkel en alleen de expert zijn verhaal te laten doen. De interviewer dient hierbij ook arbeid te verrichten.²⁰⁸

²⁰⁸ FLICK (Uwe). *An Introduction to Qualitative Research*. SAGE Publications Ltd., 2009, pp. 168- 170.

2.3.3.2.1. Onderzoekspopulatie en steekproef

De experts die geselecteerd zijn voor dit onderzoek is op basis van verkenning op het internet. Kijken naar wie instaat voor welke domeinen binnen de VRT. Via deze manier kwam ik al snel terecht op de website van de VRT waar er duidelijk een hulpvriendelijke klantendienst beschikbaar was. Binnen deze klantendienst worden studenten geholpen die onderzoeksdata nodig hebben voor hun thesis of ander onderzoek. Hieruit bleek dus alvast dat de openbare omroep zeer toegankelijk is voor jonge mensen die willen opklimmen. Door een duidelijke e- mail te sturen waarin het onderzoek kort werd geschetst, kwam ik al meteen met redelijk wat personen in contact die expertise hadden binnen dit onderzoeksdomein. Nadien heb ik de hulp gevraagd van mijn promotor Prof. Dr. Segers, om me in contact te brengen met relevante experts aangezien ik even te kort schoot. Via haar bijdrage ben ik zo terecht gekomen bij nog enkele relevante experts. Eenmaal er een expert- interview werd afgenomen werd ik al snel doorverwezen naar andere contactpersonen die bereid zouden zijn me hierbij te helpen. Elke expert heeft hierbij een andere functie binnen de keten van het onderzochte domein. Van experts die verantwoordelijk zijn voor de aankoop van externe producties, de eindredactie, de wrap, de interne producties, de programmering tot personen die verwant zijn met de aangehaalde topics binnen hun veld. Doordat de experts een gemeenschappelijke achtergrond of functie delen, kunnen er zo veralgemeningen gemaakt worden. Op deze manier is de selectie verlopen van de onderzoekspopulatie betreffende het expertiseveld van dit onderzoek.

2.3.3.2.2. Semi- gestructureerde vragenlijst/vragenprotocol met topics en subtopics

De expert- interviews binnen dit onderzoek zijn systematisch en theoriegenererend van aard. Ze dienen om een onderzoeksdomein beter te begrijpen of om een probleem beter te structureren. Hierdoor is de vragenlijst semi- gestructureerd maar kan deze leiden tot een meer open gesprek. Doch kunnen de vooropgestelde topics met interviewvragen de interviewer helpen een rode draad te hanteren in het leiden van het gesprek. Hierbij kan het voorvallen dat meerdere vragen wegvallen aangezien de expert deze al heeft beantwoord door uitgebreid in te gaan op aspecten die aangehaald worden. Deze expert- interviews zijn gericht op het genereren van informatie van de expert die hij zelf verkregen heeft door de praktijk. Hierbij is het van belang de verschillende expert- interviews naderhand te kunnen vergelijken. Het systematische en theoriegenererende expert- interview is voor een deel verweven aangezien de vragenlijst start van een semi- gestructureerde lijst doch uiteenvalt in een meer open gesprek. Dit open gesprek is nodig om de subjectieve kennis en ervaring van de expertise te achterhalen. Hierdoor peilen de vragen vaak naar de persoonlijke mening van de expert. Aangezien de informatie betreffende de problematiek van dit onderzoek deels achterhaald kan worden aan de hand van informatiebronnen die beschikbaar zijn via de programmering van de VRT, het internet, relevante artikels en de beheersovereenkomst, is het daarnaast voor dit onderzoek zeer relevant de experts te interviewen die dagdagelijks geconfronteerd zijn met de aspecten die hier aan bod komen.

Door hun engagement en inzet binnen hun specifiek domein: het bereiken van zes- tot twaalfjarige kinderen via Ketnet en de rol van kunst en cultuur daarin. Deze geïnterviewde experts hebben allen een aandeel binnen dit domein. Sommige staan dicht bij de verwezenlijkte realiteit dan anderen maar ze staan wel in teamverband aan de macht om te beslissen wat wel en niet belangrijk is voor kinderen van zes tot twaalf jaar. Hun perspectief op kunst en cultuur binnen de leefwereld van deze doelgroep is hét allerbelangrijkste onderdeel van deze expert- interviews.

Daarnaast komen ook andere topics aan bod die het plaatje compleet maken en mede relevant zijn voor dit onderzoek. Om de plaats van kunst en cultuur binnen Ketnet te gaan onderzoeken, zijn andere aspecten ook van belang, deze dienen om het geheel beter te begrijpen. Zo vormen mediawijsheid en media- educatie ook een onderdeel van dit onderzoek. Om de reden dat de media vandaag een zeer grote rol spelen binnen kinderen hun leefwereld en zij ook vormen van kunst en cultuur aangereikt krijgen via de media. Om tot deze informatie te komen, dienen zij wel wegwijs gemaakt te worden binnen de complexe wereld van de media en hun applicaties. Daarnaast is de vraag: 'Hoe in een kinderprogramma kunst en cultuur te integreren zonder belerend en saai over te komen?', ook zeer relevant. Een programma dat gericht is naar kinderen dient namelijk ontspannend te zijn. Het DNA van een kinderprogramma moet ten eerste 'fun' zijn, anders duikt al snel het gevaar op dat kinderen weg zappen. Daarnaast kan er steeds op een speelse wijze een educatief element verborgen zitten in het programma. Hier kan er gesproken worden over edutainment. Het combineren van ontspanning, educatie en informatie. De topic 'doelgroepen' is binnen de vragenlijst ook relevant aangezien kinderen een zeer specifieke groep vormt die een zeer specifieke aanpak vereist. Om deze reden is het van belang de logica van deze aanpak te begrijpen. De programmamakers dienen zich namelijk te verplaatsen in de leefwereld van kinderen en achterhalen wat daarin belangrijk is.

Als laatste onderdeel van de vragenlijst wordt het derde kanaal besproken. Dit innovatief initiatief van de openbare omroep biedt namelijk enkele troeven voor kinderen als doelgroep. Tijdens de interviews is het van belang dat de interviewer enkele eigen standpunten of meningen deelt met de expert om het gesprek of de discussie op gang te houden. Voor de volledige vragenlijst: zie bijlage.

DEEL III: ONDERZOEKSBEVINDINGEN

1. Focusgroepen met kinderen van zes tot twaalf jaar

1.1. Wat begrijpen kinderen onder kunst?

Binnen de analyse zijn de zes leerjaren gegroepeerd per graad. Zo zullen de onderzoeksresultaten weergegeven worden per eerste en tweede leerjaar, per derde en vierde leerjaar en per vijfde en zesde leerjaar. Dit is een bewuste keuze aangezien het denkkader en de antwoorden van de kinderen binnen deze groepen per graad het sterkst op elkaar aansluiten en meestal overeenkomen. Enkel bij de twee vragen onder schilderkunst, namelijk: "*Welke soort schilderijen spreken kinderen het meest aan en waarom?*" en "*Welke gevoelens krijgen kinderen bij welk soort schilderijen?*", werd de opdeling per graad gerapporteerd. Dit om de reden dat daar zich de grootste verschillen en/of overeenkomsten aandienen. Binnen de onderzoeksresultaten worden er af en toe citaten van de focusgroepen weergegeven om de argumentatie te ondersteunen. Kinderen en kunst, wat begrijpen zij onder kunst, welke betekenis heeft kunst voor hen?

Kinderen van zes tot twaalf jaar vatten kunst op als iets heel breed, iets wat voor iedereen toegankelijk is en waar iedereen een deel kan van uit maken, ze noemen het "*Een beetje van alles*". De domeinen die zij onder kunst begrijpen zijn schilderen, fantaseren, kleuren, dansen, muziek, knutselen, tekenen, etc. Zij verbinden dit met hun eigen vaardigheden en capaciteiten. Activiteiten waartoe ze zelf in staat zijn en die ze zelf uitoefenen. Bepaalde kinderen volgen daarbij les in de tekenacademie om in aanraking te komen met creatieve, kunstzinnige bezigheden. Hierbij vinden zij het zeer leerrijk en leuk om hun eigen gedachten en gevoelens te uiten op papier, doek of door iets te knutselen. Daarnaast zijn schaatsen, graffiti, dansen, koken en zingen ook vormen van kunst voor hen. Ze hanteren hierbij dus een zeer vrij en breed denkkader, zowel populaire als traditionele vormen van kunst behoren tot hun cultuurpakket, een Cultural Studies- benadering.

De meeste onder hen zijn onder begeleiding van hun ouders of familie al in contact gekomen met kunstvormen door musea of een tentoonstelling te bezichtigen. Daarnaast vatten zij kunst op als iets heel positief, het doet hen nadenken over bepaalde aspecten in het leven en dat ieder individu de mogelijkheid heeft deze aspecten weer te geven via kunstuitingen. Zij associëren kunst sterk met hun eigen talenten en vaardigheden waardoor het hen dichterbij hun zelfbeeld brengt. Dit gegeven zorgt voor een evolutie binnen hun ontwikkeling, zowel voor hun zelfontplooiing als voor de vooruitgang in hun vrij denken.

Er is wel degelijk een duidelijk verschil betreffende de kennis van kunst tussen de zes- tot tienjarige en de tien- tot twaalfjarigen. De derde graad biedt uitgebreidere antwoorden op deze vraag. Ze zeggen dat kunst sierlijk en mooi is omdat het handwerk is, dat mensen kunst in hun huis hangen om het te versieren en dat er ook kunst kan gemaakt worden van recycleerbare materialen bijvoorbeeld. Opvallend is hoeveel kinderen van deze leeftijd waarde hechten aan de betekenis van kunst, namelijk de opvatting en interpretatie. Een kind zei hierbij: "*Voor mij is kunst om gevoelens te uiten, iets wat je zelf doet en waar niemand u kritiek kan op geven.*"

Ze zeggen dat kunst voor iedereen iets anders is, dat iedereen er iets anders in kan zien dan wat de kunstenaar ermee bedoelt. Daarbij zei iemand: "*Wat kunst is hangt af van mens tot mens.*" Volgens hen ligt de betekenis van kunst nooit vast.

Ze verwijzen hierbij dat iedereen een kunstenaar kan zijn en dat je zelf dingen kan creëren door je fantasie te gebruiken en je gevoelens te uiten.

Ten slotte was er een duidelijke tweestrijd merkbaar betreffende de bedoeling van kunst.

Eenzijds, waren bepaalde kinderen van mening dat kunst mooi moet zijn en enkel als vorm van ontspanning dient en anderzijds, gaven zij aan dat je er ook iets uit moet kunnen leren.

1.2. Zijn kinderen via de televisie al in aanraking gekomen met kunst?

Ketnet is een bron van kunst voor kinderen. 'Mijn kunst is top' is zeer populair onder kinderen van zes tot twaalf jaar. Ongeveer $\frac{3}{4}$ kijkt naar het programma waarbij ze het onder andere beschrijven als volgt: "*Dat is een menheer die tegen een andere menheer moet spelen voor om het beste kunst*". Ze vermelden hierbij meerdere keren dat je van het programma iets kan bijleren en dat je daardoor beter kan schilderen, knutselen of tekenen. De "*Stimulation Hypothesis*" wordt hierbij bevestigd, namelijk dat de televisie een stimulans is tot kinderen hun eigen verbeelding en hierdoor een aanzet kan zijn tot de ontplooiing van hun eigen creativiteit. Daarnaast vermelden zij ook dat er veel verschillende soorten kunst aan bod komen waarbij je het nadien zelf kan uit proberen.

'Karrewiet' is ook bijna iedere keer vermeld. Zo zeiden de kinderen dat cultuur en kunst aan bod komen in het jeugdjournaal, wanneer een schilderij gestolen is bijvoorbeeld.

De 'Kleine Einsteins' heeft hen in aanraking gebracht met klassieke muziek. Daarnaast kwam VtmKzoom ook wel aan bod, maar geen vermelding van specifieke programma's.

1.3. Visueel beeldmateriaal: schilderkunst

Er werd van begin af aan een duidelijke vergelijking gemaakt tussen een kunststroming die iets ouder lijkt voor de kinderen, zoals de Romantiek en de Renaissance en een kunststroming die er nieuwer en moderner uit ziet zoals, Pop Art en Surrealisme. Deze keuze werd met opzet gemaakt om te toetsen of kinderen effectief zouden teruggrijpen naar iets dat meer aansluit op hun leefwereld. Dit is inderdaad het geval maar toch zijn er enkele bevindingen die interessant zijn om weer te geven. De schilderijen die gebruikt zijn als materiaal tijdens de focusgroepen zijn te raadplegen in de bijlagen.

1.3.1. Wat begrijpen kinderen onder schilderkunst?

Wanneer er gevraagd werd aan de kinderen wat zij onder schilderkunst verstaan kreeg ik interessante antwoorden. Kinderen van zes tot acht jaar vatten schilderkunst op als 'echte kunst', iets wat niet iedereen kan maken. Ze zijn van mening dat je bepaalde vaardigheden, talenten of capaciteiten moet bezitten om een echt schilderij te kunnen maken. Een nog wat elitaire, beperkende opvatting. Daarnaast vertellen ze dat een kunstenaar iets kan schilderen uit de werkelijkheid, iets dat bestaat maar ook iets dat niet bestaat door zijn fantasie te laten werken en te vertrouwen op zijn gevoel. Iemand zei hierbij: "*Ofwel schilderen ze zo iets na ofwel gebruiken ze hun fantasie*". De stelling van Gardner en Winner waarbij kinderen een duidelijk onderscheid kunnen maken tussen fantasie en realiteit wordt hierbij bevestigd. Ze zeggen dat een kunstenaar daarbij een wit doek en verf nodig heeft om iets te schilderen en dat hij hierdoor kan combineren. Kinderen van acht tot tien jaar zijn van mening dat iedereen kan schilderen en dat je vrij kan kiezen wat je wilt schilderen. Hierbij vertellen ze dat je nood hebt aan verschillende materialen zoals penselen, verf en doek om een schilderij te kunnen maken. Daarnaast zijn ze er van overtuigd dat een echt schilderij altijd mooi moet zijn zodat andere mensen daar willen komen naar kijken.

Tien- tot twaalfjarige kinderen zeggen dat iedere kunstenaar een verschillende stijl heeft doordat iedereen een andere persoonlijkheid heeft. Gardner en Winner gaven al aan dat kinderen van tien tot twaalf jaar een meer uitgesproken mening hebben door de ontwikkeling van hun persoonlijkheid binnen deze levensfase.

Zij halen hierbij Pablo Picasso aan die met verschillende vlakken, kubussen en vormen werkt en Leonardo Da Vinci die een bijdrage heeft geleverd voor het geloof en de kerken. Hierbij vertellen ze dat schilderkunst een heel grote waarde heeft aangezien mensen 'miljoenen' betalen voor werken van de grote kunstenaars. Ten slotte, geven zij aan dat een kunstenaar verschillende soorten materialen kan hanteren om een schilderij te maken en dat dit ook kan vervaardigd worden op de muur of op de grond. Hierbij verwijzen zij ook naar warme en koude kleuren.

1.3.2. Welke soort schilderijen spreken kinderen het meest aan en waarom?

Romantiek

- Eerste graad: zes tot acht jaar

Schilderijen van de Romantiek spreken kinderen van zes tot acht jaar niet zozeer aan. Zij zijn van mening dat er te veel donkere kleuren gebruikt worden en dat het hierdoor een gevoel van afschrikking en verdriet teweeg brengt. Zij bekijken de kleuren hierbij als grijs of zwart. Naast de kleuren geven zij wel aan dat ze er een gevoel van verliefdheid en liefde door krijgen. Misschien is dit door de naam van de kunststroming, dat ze dat meteen associëren met hartjes, koppels, kaarsjes, liefde, vriendschap, kussen, trouwen, verliefd zijn, rozen, van elkaar houden, Valentijn, etc. Hierbij kan vermeld worden dat de "associatieve oordeelstructuur" van Parsons bevestigd wordt. Een kind zei: *"Ik weet waarom het Romantiek is, omdat er veel mooie dingen zijn en als er mooie dingen zijn, betekent dat er liefde in het land is."* Ze hebben alleszins oog voor de dingen die afgebeeld worden, ze verwijzen naar mannen en vrouwen die lief zijn voor elkaar, naar de verschillende aspecten uit de natuur zoals bloemen, gras, regenboog, water, bomen maar ook naar oorlog. Opvallend is dat kinderen van het eerste en het tweede leerjaar van beide scholen de Romantiek associëren met concepten die ze kennen, ze vatten het woord zeer letterlijk op. Meermaals werd er ook verwezen naar Sneeuwwitje bij het schilderij van de vrouw in het beekje, het doet hen denken aan een sprookje. Hierbij zeggen zij dat het 'echte' schilderijen zijn en dat het 'echte' kunst is door de uitvoering van het penseel.

Ze zeggen ook wel dat het een beetje alles door elkaar is, van het ene naar het andere in vergelijking met Pop Art, waarbij er een duidelijke en eenduidige stijl kan aangegeven worden door de kleuren en de herhaling van de afbeeldingen. Ten slotte, waren kinderen wel nieuwsgierig naar de totstandkoming van dergelijke schilderijen. Hierbij gaven zij aan dat het duidelijk oude schilderijen van vroegere tijden waren.

- Tweede graad: acht tot tien jaar

Net zoals de kinderen van de eerste graad associëren acht- tot tienjarige de Romantiek met woorden zoals liefde, trouwen, kussen, Valentijn, etc. Deze kinderen hebben duidelijk geen voorkeur voor de Romantiek. Ze vinden het klassiek en ouderwets en iets van in de 'oudheid'. Ze zeggen dat de donkere kleuren hen niet echt aanspreken en dat ze er negatieve gevoelens door krijgen. Hierbij zeggen ze dat de schilderijen van de Romantiek over gevoelens gaan en dat je daarom het gevaar loopt je triestig te voelen. Naast deze negatieve connotaties zijn ze het wel met elkaar eens dat de schilderijen meer effect hebben doordat wat er afgebeeld wordt 'echt' is.

Ze zijn van oordeel dat het traditionele, klassieke kunst is. Ze verwijzen hierbij naar de realiteit en naar de mensen. Daarbij vinden ze het interessant om eens te zien hoe het er vroeger aan toe ging. Opvallend is dat ze een sterk oog hebben voor de natuur en de omgeving.

- Derde graad: tien tot twaalf jaar

Kinderen van de katholieke school hebben een duidelijke voorkeur voor de Romantiek in vergelijking met kinderen van de stedelijke school. Ze zeggen dat deze schilderijen 'echter' zijn en de geschiedenis illustreren, hoe het vroeger was. Dit vinden zij zeer interessant aangezien ze nieuwsgierig zijn naar oudere tijden en ze op deze wijze iets kunnen bijleren. Hierbij vermelden ze dat de schilderijen allen een verhaal neerzetten met een zeer realistisch karakter in vergelijking met Pop Art bijvoorbeeld. Ze vinden het zeer interessant om het vanuit verschillende opzichten te bekijken door er bepaalde aspecten van de realiteit en jezelf in te verplaatsen. De kinderen van de stedelijke school echter vonden de Romantiek saai, traditioneel en iets voor oude mensen. Het sprak hen niet aan omdat het volgens hen niet iets uit hun tijd is maar uit vroegere tijden, waar zij weinig interesse voor tonen. Bepaalde kinderen verwezen wel naar de gelaatsuitdrukkingen van de personen op de schilderijen. Ze zeggen hierbij dat je van hun gezicht kan aflezen wat ze voelen en dat het meer is dan een foto die gewoon bewerkt is zoals bij Pop Art.

Pop Art

- Eerste graad: zes tot acht jaar

Bij de zes- tot achtjarigen is het zeer opvallend dat hun voorkeur uitgaat naar de kunststroming Pop Art. Zij zijn het allemaal met elkaar eens dat deze het best aansluit bij hun leefwereld. Door de verschillende kleuren die er weergegeven worden, voelen zij zich het meest aangesproken. Het felle en diverse kleurgebruik spreekt tot hun visuele zintuigen, het trekt hen aan en het geeft hen een gevoel van blijdschap. Ook door de bekende figuren zoals Michael Jackson en Marilyn Monroe, vinden zij dat deze de mooiste zijn. Zij geven hierbij aan dat ze Michael Jackson bijvoorbeeld herkennen omdat hij zo populair is door zijn dans- en zangkwaliteiten. Dit maakt dat kinderen opkijken naar bekende figuren en het hen aantrekt. Ook geven zij aan dat de grappige aspecten op de beelden zoals de uitstekende tongen en de hondjes met de verschillende kleuren echt iets voor hen is. Ze zouden het zo op hun kamer kunnen hangen en wanneer ze zich triest voelen, zouden ze daar weer vrolijk van worden. Dit maakt duidelijk dat Pop Art echt iets voor jonge kinderen is. Het spreekt hen aan door de kleuren, de bekende figuren, de felheid en het eenvoudige. Ze zoeken niet te veel naar betekenissen binnen deze schilderijen, ze vinden ze gewoon mooi hoe ze zijn, simpel maar aantrekkelijk.

- Tweede graad: acht tot tien jaar

Kinderen van acht tot tien jaar hebben allen een duidelijke voorkeur voor Pop Art, deze kunststroming vinden zij de allermooiste. Dit argument staven zij door de weergave van de verschillende kleuren, de bekende personen zoals Michael Jackson en Marilyn Monroe en de grappige aspecten zoals de hondjes en de uitstekende tongen. Hierbij weerklinken dus dezelfde meningen als bij de eerste graad. De kinderen van de katholieke school waren allen bekend met de stroming aangezien ze eens opdrachten hebben gedaan binnen een workshop die gebaseerd was op Pop Art. Daarbij dienden ze een foto te nemen van zichzelf en hun gezicht in te kleuren met verschillende kleuren. De verschillende achtergronden en de schaduweffecten die aanwezig zijn op de schilderijen spraken hen erg aan. Ze geven hierbij aan dat ze zeker een dergelijk schilderij op hun slaapkamer zouden willen hebben omdat ze dan elke dag vrolijk en goed gehumeurd zouden worden, net zoals bij de eerste graad dus. Ze beschouwen de schilderijen als een onderdeel van *"De tijd van nu en iets voor de jeugd"*. Door steeds dezelfde afbeeldingen herhaaldelijk te gebruiken met verschillende kleuren vinden ze rust en blijdschap terug.

- Derde graad: tien tot twaalf jaar

Kinderen van beide scholen vonden Pop Art leuk en waren er van overtuigd dat het iets voor hun generatie is, iets van hun tijd. Ze vergelijken het met kunst dat ook op straat kan getoond worden, zoals graffiti. Ze vinden het wild, hip en cool en waren gefascineerd door de diverse effecten. Doch viel het sterk op dat kinderen van het katholiek onderwijs meer een voorkeur hadden voor de Romantiek. Ze vonden het maar gewoontjes en saai aangezien het altijd dezelfde werking is, namelijk altijd dezelfde figuren maar dan in een andere volgorde met verschillende kleuren. Hierdoor getuigden zij dat ze er snel op uit gekeken waren. Ze vonden de schilderijen zeer 'basis', zonder een verhaal, waarbij je volgens hen geen talent voor nodig hebt om het te vervaardigen. Daarbij vinden ze ook dat de kleuren zeer onnatuurlijk zijn doordat ze te extreem en te fel zijn. Zij waren wel vertrouwd met de kunstenaar Andy Warhol. Kinderen van de stedelijke school echter voelden zich zeer fel aangesproken door deze kunststroming. Ze vinden dat de verschillende felle kleuren het effect tot zijn recht brengt en dat de omlijning van de figuren de afbeeldingen duidelijker maken. Ze vinden het iets van de nieuwere tijden waarbij ze een dergelijk schilderij zeker op hun kamer zouden willen hangen. Ze verwijzen hierbij naar het creatieve karakter van de schilderijen en zeggen dat je zoiets zelf ook kan maken met de foto's van jezelf, je familie, vrienden en huisdieren.

Renaissance

- Eerste graad: zes tot acht jaar

Bij de kinderen van het stedelijk onderwijs ging hun voorkeur overduidelijk naar de Renaissance door het schilderij van 'De Geboorte van Venus' waarbij er naakt getoond wordt. Hierbij zeggen ze wel dat het duidelijk is dat mensen er veel aan gewerkt hebben. Ze vinden het net zoals bij de Romantiek meer 'echte' kunst. Een kind zei: "*Hier doen ze meer hun best omdat ze het pietje precies moeten maken*". Ze geven hierbij aan dat dit meer kunst was door de details die ze opmerkten. Dit geeft aan dat kinderen toch oog hebben voor de arbeid en de 'skills' die nodig zijn voor het vervaardigheden van dergelijke schilderijen en dat ze traditionele kunst opvatten als echte kunst in tegenstelling tot Pop Art en het Surrealisme. Kinderen van beide scholen vonden deze schilderijen niet echt spectaculair, er was weinig enthousiasme of interesse rond. Hierdoor hadden de kinderen van deze leeftijd bijna geen mening over de schilderijen.

- Tweede graad: acht tot tien jaar

Net zoals bij de kinderen van de eerste graad, vonden acht- tot tienjarige kinderen de Renaissance 'echte' kunst. Ze vonden dat de schilderijen zeer "stipt" geschilderd zijn. Hierbij blijkt dus dat de kinderen oog hebben voor de details en de arbeid. Daarnaast vermelden ze dat ze de schilderijen ouderwets vinden en dat het meer iets is voor oma en opa. Ze zijn van mening dat ze een dergelijk schilderij nooit op hun slaapkamer boven hun bed zouden hangen omdat het zo saai en klassiek is. Ze vinden het wel fijn om te kijken naar schilderijen van vroeger omdat ze zo meer te weten komen over de geschiedenis. Kinderen van de katholieke school hadden hierbij een duidelijk oog voor het geloof binnen de schilderijen, ze verwezen hierbij naar de kerk en de engelen en dat ze deze al eens gezien hebben in handboeken op school. Alle kinderen van beide scholen merkten het schilderij 'Kinderspelen' op doordat ze dit al eens hadden gezien in een handboek op school.

- Derde graad: tien tot twaalf jaar

De tien- tot twaalfjarige kinderen van het katholiek onderwijs vonden de Renaissance mooier dan het Surrealisme in vergelijking met de kinderen van de stedelijke school. Ze herkennen het schilderij 'Kinderspelen' van Pieter Brueghel en de 'Toren van Babel'. Het deed hen denken aan de middeleeuwen met jonkvrouwen en ridders. Het spreekt hen enorm aan omdat de dingen die afgebeeld zijn echt bestaan en ze daardoor er iets kunnen van leren. Ze vonden het schilderijen met een duidelijke boodschap en een verhaal, waarbij ze uren naar de schilderijen zouden kunnen kijken. Zij waren heel erg gemotiveerd om bijvoorbeeld bij te leren over de middeleeuwen via de schilderijen, waarbij ze veel waarde hechtten aan de details. Kinderen van de stedelijke school vonden het veel te klassiek en ouderwets. Ze verwezen naar oudere tijden en dat het totaal niets voor hen is. Ze vonden het ook te katholiek.

Verder verwezen zij bij 'Kinderspelen' naar het gegeven dat er veel mensen gegroepeerd staan en dat dat nu niet meer zo is, dat iedereen zich nu meer thuis bezig houdt in plaats van samen buiten te komen. Hierbij vonden ze het interessant om te kijken naar speelgoed dat er nu niet meer is. Ten slotte, stelden zij dat er kleuren gebruikt worden die nu niet meer zouden gebruikt worden aangezien die te donker zijn.

Surrealisme

- Eerste graad: zes tot acht jaar

Surrealisme spreekt tot hun fantasie en wekt verbazing en verwondering op. Ze schrikken van wat er wordt afgebeeld. Ze vinden het allemaal grappig doordat er dingen afgebeeld worden die niet echt bestaan zoals de paarden met de lange benen, de reus die een boom opheft, een vrouw met drie ogen, een boot met vlinders als zeil, etc. Ze zijn van besef dat wat er afgebeeld wordt niet realistisch is. Hierbij vermelden zij dat je zo iets ook kan maken op je computer met speciale programma's en dat je dat niet kan doen met schilderijen van de Romantiek en de Renaissance. Ze vinden het zeer leuk om te kijken naar dingen die niet echt bestaan en waardoor ze hun eigen fantasie kunnen gebruiken.

- Tweede graad: acht tot tien jaar

Acht- tot tienjarige kinderen werden fel aangesproken door het Surrealisme. Ze zeggen dat fantasie veel meer verkoopt omdat het veel meer effecten veroorzaakt. Ze vonden het fijn om bepaalde thema's te zien die in het echt niet kunnen. Hierdoor kunnen ze hun fantasie op hol laten slaan en er zelf verhalen bij bedenken. Deze kinderen kunnen dus ook al een duidelijk onderscheid maken tussen fantasie en werkelijkheid. Ze vinden het zeer fijn dat de betekenis van de schilderijen nooit vastligt omdat het zo onrealistisch is. Iemand zei hierbij: "*Bij die schilderijen kan je zo verschillende dingen bedenken en dat maakt daar ook leuk aan, je kan daar uren naar kijken want daar bestaan duizenden verhalen bij*". Hierdoor krijgen zij een gevoel van vrijheid en worden zij in staat gesteld op autonome basis te denken wat ze zelf willen. Ze zijn van mening dat de schilderijen vernieuwend zijn en je veel inspiratie geven. Een kind zei: "*Daar komen dingen in die eigenlijk niet kunnen en als je dat dan ziet, dan is dat wel leuk om te zien als je dat nooit in het echt kunt zien*". De kleuren, de geweldige afbeeldingen en het overdreven karakter spreekt hen het meest aan. Ze noemen de stroming "*modern, eigentijds en fantasierijk*".

- Derde graad: tien tot twaalf jaar

De tien- tot twaalfjarigen van het katholiek onderwijs vonden de schilderijen van het Surrealisme zeer onrealistisch en nutteloos. Ze vonden ze wel mooi en grappig maar ze zagen het nut er niet van in. Ze vonden de schilderijen speciaal, onmogelijk, onlogisch en een beetje eng doordat er bepaalde objecten of mensen vervormd waren. Hun grootste argument was hierbij dat je er niets kan uit leren aangezien wat er afgebeeld wordt allemaal niet bestaat. Ze vonden het wel fijn dat je je fantasie hierbij zijn gang kon laten gaan en dat het leuk was eens een kijkje te nemen op iets dat niet echt kan. Kinderen van het stedelijk onderwijs hadden een duidelijke voorkeur voor het Surrealisme. Ze waren gefascineerd door de uitingen van de kunstenaars hun fantasie en door de werking van hun eigen fantasie hierbij. Ze vonden het een soort omgekeerde wereld, een droombeeld van de kunstenaar.

Ze waren van mening dat je bij deze schilderijen heel vrij en impulsief kan zijn. Om deze reden spraken deze schilderijen hen het meest aan aangezien zij dit zelf ook zouden kunnen schilderen, omdat je volgens hen hier geen fouten kan bij maken.

1.3.3. Welke gevoelens krijgen kinderen bij welke soort schilderijen?

Romantiek

- Eerste graad: zes tot acht jaar

De Romantiek gaf hen een gevoel van droevigheid door de donkere kleuren en door de harde feiten die werden afgebeeld. Zoals de 'dode' vrouw in het water en het schilderij waar er oorlog werd gevoerd. Daarnaast voelden ze zich wel vrolijk door de liefde, de ballerina, de regenboog en het koppel dat verliefd naar elkaar keek. Hier is zeer duidelijk dat de gevoelens dubbel zijn, misschien omwille van het gegeven dat wat er afgebeeld wordt en wat de kunstenaars willen weergeven ook uitingen zijn van dubbele gevoelens, expressies en emoties. Een jongen gaf aan dat hij blij wordt van het schilderij waarbij de heks aan het verdrinken is (vrouw liggend in het beekje). Hij zegt dat hij hier blij van wordt omdat er zo toch al één stoute heks minder is. Hierbij kan er vermeld worden dat kinderen een besef hebben van goed en kwaad waarbij zij een duidelijke voorkeur hebben voor het goede.

- Tweede graad: acht tot tien jaar

Sommige kinderen voelden zich warm en gelukkig door te kijken naar de schilderijen van de Romantiek. Ze zeggen hierbij dat je je gevoelens kan los laten en dan de schilderijen je in staat stellen zelf na te denken over wat er gebeurd in het schilderij. Deze kinderen voelen zich blij, verliefd, romantisch en gevoelig. Andere kinderen echter voelen zich triest maar niet door wat er afgebeeld wordt, wel door de donkere kleuren, zeggen ze. De gevoelens zijn hier dus ook dubbel.

Eenzijds voelden kinderen er zich goed bij omdat ze denken aan de romantiek zelf, liefde en warme dingen.

Anderzijds voelden de kinderen zich minder goed maar dat is dan enkel door de kleuren die gebruikt worden.

- Derde graad: tien tot twaalf jaar

De Romantiek wekte bij de kinderen van beide scholen ongeveer dezelfde gevoelens uit. Eenzijds, werden zij blij door de liefde die geïllustreerd werd maar anderzijds, werden zij droevig door de sombere en doffe kleuren die er gehanteerd werden. Hun grootste argument was dat ze er dubbele gevoelens bij kregen waarbij ze deze niet zo goed konden plaatsen, net zoals bij de eerste en de tweede graad dus.

Door de verschillende thema's van de schilderijen werden zij zeer nieuwsgierig naar de betekenis ervan, ze vonden het fijn dat de schilderijen iets 'mysterieus' uitstraalden. Ten slotte, gaven de schilderijen hen een ontspannen en rustig gevoel door de verhalen die geïllustreerd werden.

Pop Art

- Eerste graad: zes tot acht jaar

Kinderen van het eerste en het tweede leerjaar voelen zich zeer vrolijk, blij en opgewekt bij de schilderijen van Pop Art. Dit argument onderbouwden zij door te verwijzen naar de felle en leuke kleuren, de bekende figuren, de grappige dingen, de hondjes die ze associëren met hun eigen huisdier en de uitstekende tongen. Bepaalde kinderen vonden het schilderij van Michael Jackson spannend omdat het hen deed denken aan 'Thriller' en zombies. Alle kinderen waren het hierover met elkaar eens, er was geen discussie mogelijk. Slechts enkelen gaven aan dat ze het een beetje raar vonden omdat de dingen die afgebeeld werden niet echt bestaan en het hen een beetje in de war maakte.

- Tweede graad: acht tot tien jaar

De acht- tot tienjarige werden allen heel blij van Pop Art. Het deed hen aan popmuziek denken en aan hun lievelingszangers. Ze kregen er kriebels van in hun buik en zouden zo zelf aan de slag willen gaan. Wat opviel is dat weer de felle kleuren hen blij en vrolijk maakte, net zoals bij de kinderen van de eerste graad. Enkel positieve gevoelens bij Pop Art, deze kunststroming is een duidelijke winnaar voor de kinderen.

- Derde graad: tien tot twaalf jaar

De tien- tot twaalfjarige kinderen werden van Pop Art zeer vrolijk en blij. Net zoals bij de eerste en de tweede graad. Ze verwezen hier wederom naar de felle en lichte kleuren, het deed hen denken aan de disco waarbij ze een gevoel kregen om te dansen. Zeer actieve gevoelens werden hier uitgelokt, door de flashy kleuren werden ze er opgewekt, druk en hevig van.

Renaissance

- Eerste graad: zes tot acht jaar

Opvallend was dat kinderen moeilijk kunnen omgaan met personen die naakt worden weergegeven op een schilderij. Of ze vinden het grappig en absurd of ze vinden duidelijk dat zoiets niet kan. Bij deze soort schilderijen was er binnen de eerste graad geen groepering van toonaangevende gevoelens. De gevoelens en emoties van de kinderen lagen een beetje verspreid en dat ging zowel van negatief naar positief. Opmerkelijk was dat kinderen wel blij en vrolijk werden van het schilderij 'Kinderspelen' van Pieter Brueghel. Zij vonden het zeer leuk dat iedereen speelt, praat, overeen komt en lief is voor elkaar.

- Tweede graad: acht tot tien jaar

De meeste kinderen vonden de schilderijen van de Renaissance gewoon mooi hoe ze zijn, ze konden de schilderijen niet zo goed plaatsen binnen een bepaald thema en daardoor hadden ze er geen uitgesproken gevoelens bij. Sommigen vonden wel dat ze er zich raar of vies bij voelden door het naakte dat afgebeeld wordt. Daarnaast werden ze er stil en sereen van omdat het hen deed denken aan de sterfte van hun grootouders. Dit omwille van het gegeven dat er volgens hen veel donkere kleuren gebruikt worden en het geloof zich aandient.

- Derde graad: tien tot twaalf jaar

Kinderen van beide scholen waren van dezelfde mening dat de schilderijen dubbele gevoelens uitstraalden. Enerzijds, hadden zij een koud en dicht gevoel door de sombere en doffe kleuren en anderzijds, hadden ze een warm gevoel omdat ze mensen gezellig en dicht bij elkaar zagen op het schilderij 'Kinderspelen'. Doordat de schilderijen voor hen oud en traditioneel waren, voelden ze zich ontspannen, rustig en veilig. Meerdere kinderen gaven aan dat het hen sterk aan het denken zette aangezien er zo veel details kunnen opgemerkt worden.

Surrealisme

- Eerste graad: zes tot acht jaar

Bijna alle kinderen van zes tot acht jaar voelden zich zeer blij en opgewekt bij de schilderijen van het Surrealisme. Dit omwille van de felle kleuren en de onrealistische inhoud. Ze voelden zich vrij en vrolijk door de fantasie die er gebruikt werd. Sommige kinderen voelden er zich ook raar bij omdat ze niet begrepen wat er afgebeeld werd. Ze konden het moeilijk vatten dat een kunstenaar dergelijke dingen kan bedenken en schilderen. Dit vonden zij ook net zo interessant aan de schilderijen, doordat ze het niet goed begrepen vonden ze het helemaal niet saai. Ze waren allen verwonderd en verrast en het deed hen lachen.

- Tweede graad: acht tot tien jaar

Net zoals bij de eerste graad voelden acht- tot tienjarige kinderen zich zeer blij, vrolijk en opgewekt bij de schilderijen van het Surrealisme. Ze ervoeren een gevoel van autonomie aangezien het hen in staat stelde vrije interpretaties te maken. Ze meenden dat als ze naar de schilderijen keken, ze zich zelf in die fantasie begaven. Dit maakt dat de onrealistische afbeeldingen sterk tot hun eigen verbeelding en fantasie spreekt. Ze vonden het mooi en cool omdat het anders is dan normaal.

- Derde graad: tien tot twaalf jaar

Surrealisme wekte hier wederom speciale gevoelens uit. De kinderen konden niet goed verwoorden wat ze exact voelden bij de schilderijen. Enerzijds, werden ze vrolijk en blij door de fantasie die gebruikt werd. Anderzijds, voelden ze zich raar en hadden ze wat angst door het bizarre karakter van de illustraties. Ze waren het er alleszins over eens dat je een gevoel van vrijheid kreeg omdat het hen op één of andere manier aanzette om zelf iets te maken, waarbij niemand een fout kan maken. Zo zei een kind: *"Het geeft mij het gevoel dat ik zelf een blad wil nemen en ook een beetje wil beginnen tekenen."* Ze waren van mening dat je in de schilderijen altijd iets nieuw ontdekt door de 'speciale' inhoud. Ze vonden het een soort omgekeerde wereld en het deed hen denken aan dromen. Bepaalde kinderen voelden zich ook angstig bij de schilderijen omdat het allemaal zo bombastisch en onwerkelijk was.

1.3.4. Wat zien kinderen op de schilderijen?

Over de hele lijn kan er veralgemeend worden dat zes- tot twaalfjarige kinderen zien wat ze willen zien op de schilderijen. Zij maken hierbij zeer open en brede interpretaties. Bepaalde aspecten trekken steeds hun aandacht. Doch gaat de meeste aandacht uit naar materiële objecten, personen en kleuren maar minder naar stijlen. Dit heeft misschien te maken met het niveau van hun ontwikkeling en hun concentratie en diepgang tot iets. Als er gevraagd werd wat ze zagen op de schilderijen, werden steeds alle dingen opgenoemd die effectief afgebeeld werden. Hierbij groeven zij jammer genoeg niet dieper naar achterliggende boodschappen maar wel naar achterliggende objecten in de diepte van de schilderijen. Ze keken verder dan het centrale thema van het schilderij en hadden ook oog voor de achterliggende objecten of personen.

Bij Pop Art en het Surrealisme waren ze er allen van overtuigd dat de dingen die afgebeeld werden niet bestaan. Zij staafden hun mening door aan te geven dat normale mensen geen blauw haar of een roos gezicht hebben. Of dat paarden geen reuzenpoten hebben, dat reuzen niet bestaan en dat een boot niet gezeild wordt door vlinders.

De Romantiek en de Renaissance vatten zij wel zeer realistisch op. Ze noemden deze schilderijen steeds 'echte' schilderijen waarbij ze fel de nadruk legden op het verleden. Zij hebben dus een duidelijk begrip van het onderscheid tussen werkelijkheid en fantasie. Zeer opvallend is dat de kunststromingen die meer fantasierijk zijn zoals Pop Art en het Surrealisme hen het meest aanspraken. Dit heeft te maken met de verschillende en felle kleuren, de onrealistische inhoud, de bekende figuren en de stijl. Zij waren er allen van overtuigd dat deze schilderijen modern zijn en iets van deze tijd. Ze waren er van overtuigd dat deze twee kunststromingen iets voor hun generatie is en meer aansluit bij hun leefwereld. De Romantiek en de Renaissance vonden zij iets traditioneel, iets van vroeger en oud. Deze argumenten staafden zij door te zeggen dat er geschiedenis wordt afgebeeld, er veel donkere kleuren gebruikt worden en dat ze ook dienen om echt iets bij te leren over hoe het vroeger was. Vooral de meisjes waren van mening dat schilderijen ook dienen om iets bij te leren. In vergelijking met jongens die zeiden dat dat niet de bedoeling is van kunst, dat het enkel dient ter ontspanning en om de schoonheid te waarderen.

1.4. Auditief materiaal: muziek

1.4.1. Wat begrijpen kinderen onder muziek?

Over de hele lijn kan er vastgesteld worden dat kinderen muziek zien als iets heel breed. Ze beschouwen het als een deel van hun cultuur en hebben een correcte en brede opvatting van wat muziek allemaal is en inhoudt. Zowel rock, pop, klassiek als jazz horen tot de genres die zij kennen. Ze zijn er zich van bewust dat er materiaal voor nodig is, namelijk instrumenten en hebben soms een kennis van notenleer. Zij hebben een brede kennis over de verschillende instrumenten omwille van het feit dat veel kinderen zelf een instrument bespelen. Ze associëren muziek met hun eigen muzikale talenten en hebben een utopisch beeld van hun latere carrière. Daarnaast is de overstap naar dansen heel snel gemaakt, vooral bij de meisjes valt het op dat ze muziek steeds associëren met bewegen, ritme, pasjes en dansen. Velen onder hen dansen zelf en zijn vertrouwd met de bijdrage van muziek. Hierbij geven de meisjes ook aan dat ze graag een show geven voor hun ouders. Daarnaast associëren ze muziek met zingen maar zeggen ze ook dat er in sommige muziek niet gezongen wordt. Ze weten ook dat er op de televisie programma's zijn met zangwedstrijden.

Klassieke muziek bekijken veel kinderen van zes tot tien jaar als iets voor oude mensen omdat het in hun ogen zo rustig en saai is. Ze hebben een voorkeur voor hippe en wilde muziek zoals pop, rock, dance. Ze zeggen hierbij dat klassieke muziek meer iets voor hun oma en opa is.

Kinderen van de derde graad hanteren net zoals bij de schilderkunst een meer uitgebreide kennis. Ze zijn van mening dat muziek een middel kan zijn om je gevoelens en emoties te uiten en dat elk soort muziek andere gevoelens inhoudt, waardoor dit een invloed kan hebben op je eigen gemoedstoestand. Door zelf een instrument te spelen, kunnen ze andere mensen blij maken en dat geeft hen een goed gevoel over zichzelf. Daarnaast waren zij van mening dat liedjes steeds een verhaal inhouden en dat ze je iets willen vertellen. Ze verwezen naar de verschillende genres en dat iedereen een eigen smaak hierbij heeft. Ze waren ook van mening dat er vandaag veel muziek gecombineerd wordt waardoor nieuwe stijlen ontstaan.

1.4.2. Vinden kinderen klassieke muziek mooi en waarom wel of niet?

De meeste kinderen van zes tot twaalf jaar vonden klassieke muziek wel mooi en herkenden het meteen als 'klassiek'. Opvallend daarbij is dat ze klassieke muziek wel appreciëren maar dat ze het in de meeste gevallen zelf niet graag horen. Klassieke muziek wordt hierbij snel geassocieerd met iets saai, traag en daardoor meer iets voor oude mensen. Ze geven aan dat de muziek niet modern is, iets van vroeger is en dat ze het niet leuk vinden dat er in klassieke muziek meestal enkel instrumenten zitten en geen zang. Hierbij zei een kind: *"Ik ga dat misschien later als ik oud ben of een opa ben, dan ga ik dat misschien kopen omdat ik dan minder van rock- muziek of moderne muziek zal houden maar meer van klassieke muziek"*. Een ander kind was van dezelfde mening en zei: *"Als je jong bent dan houd je daar niet van en als je ouder bent wel want dan wil je meer op uw gemak zitten"*.

Ze beschouwen het niet als hun muziek, het hoort niet tot het culturele pakket dat zij meedragen. Hun voorkeur gaat liever naar moderne muziek zoals pop en rock, muziek waarvan ze opgewekt en blij worden. Hierbij geven zij een voorkeur aan radiozenders zoals QMusic en MnM en een afkeur voor Radio 1 of Klara. Doordat het aanbod dat beschikbaar is op de diverse media- kanalen meer gevuld is met commerciële muziek van deze tijd, staan kinderen minder open voor klassieke muziek. Aangezien ze er niet mee in aanraking komen, herkennen ze het niet als iets van hun generatie en tonen ze er bijgevolg minder appreciatie voor. Ze staven hun mening door te zeggen dat klassieke muziek wel mooi is door de instrumenten, de noten, het ritme, de mooie en zachte klanken maar dat ze er zelf niet zouden naar luisteren als ze de keuze zouden hebben. Hierbij zei een kind: *"Je ziet dat op straat ook als jonge gasten, ja die luisteren meer naar popmuziek en als je dan spreekt over klassiek, dan bekijken ze u alsof je een alien bent"*. Hierbij kan zeer duidelijk opgemerkt worden dat kinderen ontzettend opkijken en zich vergelijken met hun leeftijdsgenoten en met oudere kinderen. Ze willen niet uit de boot vallen en er bijhoren. Wat wel opvalt, is dat kinderen die zelf een instrument bespelen meer open staan voor klassieke muziek en er een duidelijke appreciatie voor hebben.

Naarmate de kinderen ouder zijn, de tien- tot twaalfjarigen, staan ze wel meer open voor de interesse tot klassieke muziek. Deze kinderen vinden het heel fijn zulke muziek eens te horen en geven aan dat hun smaak kan veranderen doordat hun leeftijd verandert. Zo zeggen ze dat als ze later volwassen zijn, ze deze muziek wel graag zullen horen omdat ze dan iets rustiger willen, omdat dat meer past bij hun leeftijd. Ze vinden dat als je ouder bent, je dan niet meer zo veel danst en dan meer genegenheid zoekt tot zachtere muziek. Vooral de 'Can- can' maakte hen zeer vrolijk omdat het een sneller ritme heeft waarop je kan dansen en bewegen. 'Lente' van Vivaldi is dan weer rustiger en trager waardoor ze het aanvoelen als saai en oud waarbij ze in slaap zouden kunnen vallen. Doordat ze meer in aanraking komen met popmuziek en deze beter herkennen, hebben zij hier een voorkeur voor. Aangezien ze klassieke muziek niet goed kennen of herkennen voelen ze zich bevangen. Ze hebben niet echt een kennis van klassieke muziek en hierdoor staan ze er misschien nog minder voor open, een angst om te falen misschien.

Ze vonden het wel allen knap door de verschillende instrumenten waarbij het leuk is om te zoeken naar welk instrument er bespeeld werd. Ten slotte gaven enkelen aan dat klassieke muziek cliché is.

1.4.3. Welke gevoelens krijgen kinderen bij klassieke muziek?

De gevoelens die de kinderen kregen bij het luisteren naar klassieke muziek waren verspreid en had ook duidelijk te maken met welk genre van klassieke muziek. Ze waren zich bewust van het feit dat klassieke muziek droevig en/of vrolijk kan zijn. Hierbij is opvallend hoe snel kinderen de link maken met het uitlokken van emoties en gevoelens bij muziek. Enkelen gaven aan dat wanneer klassieke muziek snel is, het hen opwekt en wanneer het traag gaat, het hen droevig en triest maakt. *'Lente'* van Vivaldi werd minder goed onthaald dan de *'Can can'*. Het eerste vonden ze saai, ouderwets en echt klassiek, terwijl het tweede hen meer aansprak. De *'Can can'* gaf hen een gevoel van blijdschap waardoor ze allen de neiging hadden om te dansen. Dit viel op bij alle focusgroepen van alle leeftijden.

Ze vonden het allen een vrolijk deuntje, werden er opgewekt van en voelden er zich gelukkig bij. Kinderen gaven ook aan dat in elk muziekstuk een verhaal zit en dat het leuk is om daar zelf over na te denken. Klassieke muziek is in deze zin voor hen iets wat vreugde en rust teweeg brengt. Een kind zei hierbij: *"Als ik ziek ben en ik luister naar die muziek, dan lijkt het alsof ik ineens genezen ben"*.

Ze werden dus blij en opgewekt door het ritme en de verschillende instrumenten maar droevig en saai omdat ze het iets voor oude mensen vinden en niet dood willen gaan. Hierbij hebben zij een duidelijke voorkeur voor 'swingende' muziek omdat ze daar niet van in slaap vallen, zeggen ze. Hierbij kan vastgesteld worden dat kinderen zeer actief denken en handelen. Ze hechten er veel waarde aan in beweging te zijn en hun energie te uiten. Ook omwille van het gegeven dat zij leven en ingebakken zitten binnen een maatschappij waar alles snel gaat. In vergelijking met vroeger wanneer mensen meer leefden op een trager tempo.

1.4.4. Hoe zijn kinderen al in contact gekomen met klassieke muziek?

Opvallend is dat kinderen van de katholieke school meer kennis en appreciatie toonden voor klassieke muziek dan kinderen van de stedelijke school. Zij gaven aan dat ze deze soort muziek al veel thuis hadden gehoord, op een concert, op bij hun opa en oma. Kinderen van de stedelijke school waren met deze muziek al in aanraking gekomen via de televisie of door Disney- films. In beide scholen waren er ongeveer even veel leerlingen die een instrument bespeelden op de muziekschool, deze kinderen konden dan wel weer hun appreciatie tonen voor klassieke muziek aangezien ze er zelf wekelijks mee in aanraking komen. Het programma de *'Kleine Einsteins'* op Ketnet werd meermaals vermeld bij deze vraag. Ze zeiden hierbij dat er binnen dit programma klassieke muziek op de achtergrond gespeeld wordt waardoor dat het programma leuker wordt.

De tien- tot twaalfjarigen waren meer vertrouwd met klassieke muziek, ze hadden deze al meerdere keren gehoord. Zo waren Youtube, Klara, de Koningin Elisabeth- wedstrijd en het nieuwjaarsconcert bronnen voor hen. Er kan alleszins opgemaakt worden dat alle kinderen van beide scholen al eens in contact gekomen zijn met klassieke muziek. Via televisie, internet, radio, concerten of door familie.

1.4.5. Zouden kinderen naar klassieke muziek luisteren als ze later volwassen zijn en waarom?

De vraag of kinderen later naar klassieke muziek zouden luisteren of zelf zouden kopen lokte diverse antwoorden uit. Sommigen getuigden van wel aangezien ze het mooi, vrolijk en origineel vonden en ze er later wel zouden voor open staan. Ze zouden zulke muziek opleggen bij hun thuis wanneer er bezoek zou komen. Anderen getuigden dan weer helemaal van niet aangezien ze het saai vonden en voor oude mensen. Deze kinderen waren er van overtuigd dat ze deze muziek nooit echt mooi zouden vinden aangezien ze het nu ook niet apprecieerden. Daarbij waren enkelen het niet eens en gaven aan dat smaken kunnen veranderen doordat je leeftijd ook verandert. Zo zouden bepaalde kinderen op latere leeftijd meer open staan voor klassieke muziek omdat het dan meer bestemd is voor hun leeftijd en levensfase.

Opvallend was dat kinderen klassieke muziek beschouwen als iets dat duur is. Hierdoor zouden ze veel geld verliezen, zeggen ze. Dit heeft misschien te maken met hun denkkader dat ze hierbij hanteren, namelijk dat klassieke muziek iets elitair is en alleen voor rijke mensen. Al bij al waren de meeste kinderen ervan overtuigd dat klassieke muziek niet echt iets van hun generatie is en het niet aansluit bij hun 'hippe' en 'coole' leefwereld waar alles het liefst snel, modern en opgewekt is. Velen onder hen vonden klassieke muziek ook niet zo mooi aangezien er volgens hun denken meestal geen zang in komt. Ze vinden het fijn om te luisteren naar wat de zanger of zangeres verteld in zijn/haar liedjes. Hierdoor zouden ze het 'weggesmeten geld' vinden als ze klassieke muziek zouden kopen.

Ten slotte, zouden de tien- tot twaalfjarigen open staan voor alle soorten muziek, ze zijn van mening dat je minstens één cd van klassieke muziek in huis moet hebben.

1.5. Woordassociatie aan de hand van concepten: dansen, opera, poëzie

De concepten die gekozen zijn voor de woordassociatie zijn gebaseerd op hun leeftijd, dus van simpel naar iets moeilijker. 'Dansen' werd gebruikt binnen de eerste graad, 'opera' binnen de tweede graad en 'poëzie' binnen de derde graad. Met de woordassociaties werd er niets speciaal gedaan, deze zijn puur uit interesse om een beter zicht te krijgen op de kennis en denkkaders van de kinderen. Om deze reden worden de woordassociaties hier even kort vermeld. Hierbij kan er gesteld worden dat kinderen wederom een zeer breed denkkader hanteren betreffende verschillende kunstvormen.

- Dansen: pasjes, ballet, split, liedjes, tango, zingen, opera, limbo, blijdschap, breakdance, vriendschap, tapdans, radio, vrolijk, muziek, feestje, K3, Michael Jackson, wedstrijd, optreden, hiphop, leren, etc.
- Opera: klassiek, lang zingen, luid, cultuur, melodietjes, glazen die breken, slapen, hard, vrij, oren kapot, fantasie, instrumenten, oud en van vroeger, hoge noten, lange klanken, veel volk, vrouwen, rustig, La vita et bella, musical, saai, gevoelens, etc.
- Poëzie: langdradig, boeken, rijmen, traag, gedichten, poëzieclub, verhaal, korte zinnen, Louis Paul Boon, literatuur, Guido Gezelle, kunst, realiteit, toernooi, fantasie, ontspanning, etc.

1.6. Verschil tussen een stedelijke school en een katholieke school

Het voornaamste verschil tussen een stedelijke school en een katholieke school is dat kinderen van het katholiek onderwijs meer in staat zijn hun uitgesproken mening te uiten. Zij hebben geen angst om te antwoorden op de waarom- vraag. Vragen die peilen naar hun persoonlijke mening, de reden waarom ze op een bepaalde wijze over iets denken al dan niet door de invloed van eigen ervaringen of door het denkkader die ze hanteren. Ze kunnen beter verwoorden wat ze zien of voelen en hanteren hier een uitgebreidere woordenschat bij. Daarnaast zijn ze in staat meer in interactie te treden met anderen en voort te bouwen of te reageren op anderen hun standpunten. De kinderen van de stedelijke school echter, hadden vaak problemen hiermee. Als er gevraagd werd 'waarom' werd er veel geantwoord: "*Gewoon, omdat dat zo is*". Hoe dieper er naar het antwoord werd gevist, hoe meer de kinderen dichtklapten. Dit was niet het geval met de kinderen van de katholieke school. Deze kinderen kenmerkten zichzelf over alle leeftijden door hun sterke persoonlijkheid waarbij ze zich bewust waren waarover ze het hadden. Ze durfden openlijk te uiten wat zij dachten en deelden deze mening zonder problemen met hun leeftijdsgenoten. Dit zorgde ervoor dat er binnen deze school heel wat interessante onderzoeksresultaten verschenen. De kinderen dachten echt na over de vragen, ze wisten op voorhand dat er van hen iets verwacht werd. Ze werkten op een actieve en participatieve wijze mee binnen de focusgroep. Misschien heeft dit te maken met het gegeven dat zij strenger worden opgevoed op school en het gewoon zijn om antwoord te geven. In tegenstelling tot de stedelijke school waarbij er zeer korte antwoorden werden geleverd die minder inzichtelijke resultaten opleverden. Daarnaast was het zeer opmerkelijk dat kinderen van de katholieke school veel meer weet hadden van dergelijke kunstvormen, kunststromingen en kunstenaars. Dit kwam doordat kinderen veel meer in contact komen met kunst door de invloed van hun ouders. Het kwam zeer vaak voor dat wanneer er de vraag gesteld werd: "*Hoe ben je al in contact gekomen met kunst?*", dat de kinderen antwoorden dat ze met hun ouders regelmatig naar musea, concerten of tentoonstellingen gaan. Daarnaast hebben de kinderen bij hun thuis ook zelf heel wat schilderijen hangen omdat hun ouders dat mooi vinden. Zij merken dit op door elke dag bijvoorbeeld op de trap naar boven te gaan, waar dan een schilderij hangt en waarbij ze af en toe eens blijven stil staan om ernaar te kijken. Hun ouders zijn ook vaak fan van klassieke muziek waardoor ze deze thuis horen op cd, de radio, op dvd of op de computer van hun vader bijvoorbeeld. Dit was minder het geval bij kinderen uit de stedelijke school. Daarnaast bleek dat kinderen van de katholieke school ook meer kennis hadden over de Renaissance door de katholieke handboeken die zij in de klas hanteerden. Bij de verhalen over God en Jezus staan er namelijk illustraties, schilderijen van bekende kunstenaars om het verhaal een meerwaarde te geven. Hierdoor bleek dat ze bepaalde kunstwerken herkenden van stijl en wat er afgebeeld werd. Ook waren zij fel op de hoogte van Pop Art aangezien deze kunststroming geïntegreerd was binnen een workshop op school. Kinderen van beide scholen herkenden Pop Art en werden er het meest toe aangesproken door de vormelijke en inhoudelijke aspecten die aansloten bij hun persoonlijke leefwereld: felle kleuren, bekende figuren en grappige beelden. De stijl sloot ook aan bij hun ervaring met cartoons en strips. Deze bevindingen dienen uiteraard relativerend te worden omdat dit onderzoek slechts twee scholen betreft.

2. Expert- interviews met werknemers van de openbare omroep

2.1. Kunst en cultuur

2.1.1. Cultuur

De openbare omroep vat cultuur op als iets heel breed waarbij er een duidelijk evenwicht dient gemaakt te worden op alle vlakken. Aangezien de definitie zo breed is, is het een definitie van cultuur en niet van kunsten volgens Jan Hautekiet. Hij zegt hierbij:²⁰⁹

"Het is erop gericht, net zoals voor onze educatieve opdracht dat we culturele items of culturele materie coveren of ontsluiten op een zo breed mogelijk gamma aan platformen en niet alleen in nicheprogramma's maar ook en vooral in generalistische programma's".²¹⁰

Hij benadrukt hierbij dat iedere persoon een eigen cultureel profiel heeft en dat het de opdracht is van de openbare omroep om iedere Vlaming te bereiken. Dus een brede cultuuropdracht naar een brede groep.²¹¹ Zowel het bieden van de Vlaamse cultuur als andere maatschappelijke culturen, de culturele platformen en activiteiten, rekening houdend met de behoeftes van de kinderen, zowel traditionele als populaire cultuur. Een brede mix van wat de medewerkers van Ketnet denken dat kinderen nodig hebben en interessant is voor hun ontwikkeling alsook de samenwerking met externe productiehuisen, de culturele sectors zoals HetPaleis bijvoorbeeld.²¹² Bij alle experts die geïnterviewd zijn, kwam steeds het brede karakter van de invulling van cultuur terug. Aangezien televisie een breed medium is, biedt dit een groot voordeel om zo veel mogelijk kinderen te bereiken. Binnen deze brede opvatting van cultuur gaat het zowel over de invulling binnen de programmering als over de kanalen waarover het verspreid wordt. Dit heeft ook te maken met de 360°- benadering die Ketnet hanteert. Zowel op televisie als online, proberen zij een breed draagvlak te bieden op vlak van cultuur waarbij de inbreng en de participatie van het kind centraal staat. Zij waken over de mogelijkheid tot het ontwikkelen van de eigen creativiteit van het kind.²¹³ Dit doen zij door hen cultuurvormen aan te reiken en te laten smaken. Hierdoor kunnen kinderen zelfstandig beslissen wat hen aanspreekt en waar zij meer willen over weten. De opdracht van een openbare omroep is om zo veel mogelijk mensen te bereiken. Kinderen vormen een specifieke doelgroep en hebben hun eigen kindzender. Cultuur maakt ook een deel uit van deze opdracht. Cultuur hoort onder de educatieve taak van de openbare omroep.²¹⁴ Cultuur zijn volgens de werknemers van Ketnet niet enkel vormen met een grote C, ook sport, koken, gezondheid en dergelijke horen onder deze noemer.

²⁰⁹ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

²¹⁰ IDEM.

²¹¹ IDEM.

²¹² KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²¹³ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²¹⁴ HAUTEKIET (Jan). *Op. Cit.* 19/03/2012

Er is ook heel veel en hier dient steeds een selectie uit gemaakt te worden met het oog op wat kinderen zelf leuk of interessant vinden. Het moet steeds op een of andere manier aansluiting vinden bij hun leefwereld.

Hierbij moet het hen prikkelen en aanzetten om te reageren of om te participeren aan wat er geboden wordt.²¹⁵ In zeer brede formats kunnen er heel wat culturele componenten zitten of culturele prikkels. Zo kan er bijvoorbeeld een spannende format gecreëerd worden rond actie en misdaad in een operagebouw maar waarbij kinderen alles leren kennen binnen de operawereld. Het gaat over de manier dat je dat naar de kinderen communiceert, hoe je deze doelgroep aanspreekt en wat en hoe je iets in beeld brengt. Vorm en inhoud moeten steeds op een slimme manier op elkaar worden afgestemd.²¹⁶ Uit de brede waaier van cultuur dat wordt aangeboden, kunnen kinderen zelf kiezen en eruit halen wat zij leuk vinden.

Diverse cultuurvormen worden op verschillende manieren tot bij het kind gebracht. Zo wordt bijvoorbeeld klassieke muziek geïntegreerd in de serie de 'Kleine Einsteins' als achtergrondmuziek. De programma's zijn steeds cultureel getint, naast het expliciete kunst- en cultuurgerichte programma 'Mijn kunst is top', zit het er meestal latent in.²¹⁷ Steeds de juiste accenten leggen binnen de juiste format. Als ik de experts vroeg hoeveel programma's er zijn op Ketnet die expliciet handelen over kunst en cultuur, dan zijn dat er zeker niet veel. Er is wel opmerkelijk veel vraag door externen, namelijk de culturele centra, het middenveld, naar de integratie van kunst en cultuur binnen de programmering van Ketnet, die educatief de brug willen slaan naar kinderen via het medium televisie. Deze voorstellen blijken één voor één zeer interessant te zijn maar dan komt het er op aan om een selectie te maken. De juiste vorm kiezen voor de inhoud die gebracht dient te worden waarbij er duidelijke afwegingen dienen te worden gemaakt, steeds met de leefwereld van de kinderen in het achterhoofd.²¹⁸

Cultuur maakt wel degelijk een onderdeel uit van Ketnet maar niet zozeer in programmavorm, er is wel steeds redactionele aandacht voor. Cultuur wordt er op een zodanige wijze in verpakt dat het de kinderen niet opvalt dat ze iets leren en ondertussen hebben ze het ook mee. De aanpak die Ketnet hanteert is dat kinderen eigenlijk niet mogen doorhebben dat ze iets aan het bijleren zijn. De Cultuurcel van de VRT waakt er over om te bepalen welke vormen van cultuur kunnen opgenomen worden binnen de programmering.²¹⁹ Daarnaast is er ook het Cultuuroverleg waarbij de bevoegde werknemers samen komen wanneer een programma handelt over cultuur. Tijdens dit overleg wordt er nagegaan of de inhoud van het programma intern coherent en aanvaardbaar is op vlak van cultuur. Daarnaast is Ketnet als kindzender zelf verantwoordelijk voor het bepalen van de culturele vormen die aan bod dienen te komen. Doorheen het aanbod van Ketnet is cultuur steeds aanwezig zowel impliciet als expliciet, dus zelfs in programma's waar het accent niet ligt op kunst en cultuur, vind het kind heel veel dingen terug.²²⁰

²¹⁵ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²¹⁶ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

²¹⁷ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²¹⁸ AMERROUSS (Najat). *Op. Cit.* 03/04/2012

²¹⁹ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²²⁰ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

De wrappers die de hosting verzorgen zijn allen multitalente mensen die zelf begaan zijn met cultuur en ook culturele activiteiten uitoefenen. Hun insteek op vlak van cultuur wordt gerepresenteerd via hun hosting, het is getint door wie zij zijn. Daarnaast hebben zij hun eigen culturele producties waar ze alle culturele centra mee rondtrekken.

Elke wrapper heeft een eigen specifiek veld waar hij/zij goed in is, dat kan gaan van kindertheater tot sport of zang.²²¹ Door deze verscheidenheid spreekt het ook telkens bijna alle kinderen aan binnen hun eigen interesseveld. 'Karrewiet' is een programma waarbij het belangrijk is kinderen te informeren, kunst en cultuur zijn daar ook een onderdeel van.

Ketnet is nog altijd de zender met de hoogste kijkcijfers voor kinderen. Zowel via de televisie, alsook online en via Ketnet video of Ketnet Kingsize bijvoorbeeld, worden de verschillende kanalen bewandeld die een brug slaan om kunst en cultuur dichterbij het kind te brengen.²²² De Ketnet-website is een hele doe-site waarbij de ontwikkeling van de eigen creativiteit zeer centraal staat. Participatie is één van de drie pijlers van Ketnet, kinderen zelf de mogelijkheden bieden iets te vervaardigen.²²³ Ketnet is een zender voor en door kinderen. Kinderen groeien mee met Ketnet en Ketnet groeit mee met de kinderen. Het is belangrijk voor de werknemers van Ketnet voldoende op de hoogte te zijn van de interesses en behoeftes van kinderen. Hierdoor kunnen zij nog zo goed inspelen op hun leefwereld. Zij zien creativiteit van de kinderen als een manier om te groeien en hun persoonlijkheid te ontplooiën. Ketnet geeft tools, instrumenten aan om zelf aan de slag te kunnen gaan.

Daarnaast biedt Ketnet feedback, met dat wat de kinderen maken, gaat Ketnet aan de slag. Zowel op antenne als online worden de dingen die de kinderen maken getoond, er wordt over gepraat, etc. Een mooi voorbeeld hiervan is Junior Eurosong, kinderen konden een eigen demo maken en deze doorsturen naar Ketnet. Daar werd dan een selectie uit gemaakt. Kinderen leren zingen, hen in aanraking brengen met muziek en hun eigen talent. Daarnaast bijvoorbeeld ook tekeningen die kinderen maken, die ze dan opsturen en getoond worden door de wrappers in de hosting met de nodige uitleg.²²⁴ Kinderen worden ook gestuurd naar culturele activiteiten aan de hand van een zomerkalender bijvoorbeeld.²²⁵ Ketnet hanteert hierbij steeds een 360°-benadering. Zij proberen aanwezig te zijn op alle mogelijke vlakken om zoveel mogelijk kinderen te bereiken waarbij zij de mogelijkheid krijgen om van de culturele vormen te proeven. Ketnet probeert zo veel mogelijk mee te gaan in die ontwikkeling van een kind en biedt daarom een bijdrage. Iets maken op maat van de kinderen vereist een specifieke aanpak waarbij de mensen die daarvoor verantwoordelijk zijn zelf een heel open en breed referentiekader hanteren.²²⁶ Doordat kinderen van zes tot twaalf jaar nog in hun volle ontwikkeling verkeren, staan zij open voor heel veel dingen, al dan niet bewust. Ze zijn in staat de dingen die ze zien of horen te absorberen. Op deze leeftijden is het het ideale moment om dingen op te pikken en mee te nemen in hun leefwereld.

²²¹ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²²² DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²²³ KLAI (Telidja). *Op. Cit.* 13/03/2012

²²⁴ DE VRIESE (Fran). *Op. Cit.* 13/03/2012

²²⁵ KLAI (Telidja). *Op. Cit.* 13/03/2012

²²⁶ IDEM.

Om deze reden voelt Ketnet als kindzender van de openbare omroep zich zeer verantwoordelijk voor het nodige, brede aanbod waaruit kinderen zelf kunnen kiezen. Het prikkelen van hun creativiteit vormt hierbij nogmaals een zeer belangrijk gegeven aangezien kinderen hierdoor later in staat zijn beter om te gaan met bepaalde aspecten in hun leven.

De personen binnen Ketnet voelen zich verantwoordelijk voor de ontplooiing en de ontwikkeling van de creativiteit van een kind als werknemer en als volwassene of ouder.²²⁷ Dirk Terryn verwoord cultuur als volgt: "*Alles wat in ons leven een soort zin kan geven*".²²⁸ Deze korte zin benadrukt tevens alle belangrijke vlakken die de definitie van cultuur met zich meedraagt. De verbinding van jezelf met de werkelijkheid door te zoeken naar aspecten in het leven die je verbeelding prikkelen en die de onbegrijpelijke dingen verbinden met elkaar. Opmerkelijk is dat dingen die kinderen niet begrijpen of kunnen vatten, toch gaan gebruiken binnen hun verbeelding. Ze zoeken er ook onbewust naar en proberen deze te associëren met aspecten die ze wel kennen en begrijpen binnen hun leefwereld. Cultuur en kunst kunnen hiertoe bijdragen, het raakt en verwekt verwondering. Hierdoor ontstaan er denkprocessen waarbij er meerdere vraagtekens worden gezet.²²⁹ Door deze vraagtekens worden kinderen gestimuleerd zelf op zoek te gaan naar antwoorden. Door te schrijven, te tekenen, te schilderen, te sporten of te koken kan je je zelf ontdekken en ontplooien. Allemaal takken binnen een bepaalde cultuur die je aanzetten tot actie. Deze brengen naderhand een heel belangrijke verbinding met je identiteit, namelijk hoe je in het leven als persoon wil staan en wat je daarbij belangrijk acht.²³⁰

Ketnet kan bepaalde waarden en normen meegeven door middel van kunst en cultuur. Zij dragen bij tot de meerwaarde en de uitbreiding van een kind zijn wereld en kennisferen. Binnen het basisonderwijs wordt er ook heel sterk gekeken naar de culturele en kunstzinnige eindtermen zegt Dirk Terryn. Drama, muziek, dans, beweging en media zijn allemaal elementen van onze cultuur. Door deze verschillende domeinen aan te reiken, kunnen kinderen op een volwaardige manier opgroeien.²³¹

Naast al deze positieve aspecten blijkt uit onderzoek over Ketnet dat kinderen vaak moe worden door naar Ketnet te kijken en dit omwille van het hoge actieve en participatieve karakter. Ketnet bekijken en beleven vereist een actief engagement. De passiviteit van het onbewuste kijken naar kindertelevisie wordt hierbij vervangen door een zelf doen, zelf creëren, actief luisteren, kijken en leren. Ze worden aangezet om zelf iets te knutselen, te tekenen, een gedicht te schrijven en op te sturen. Maar aangezien we leven in een tijd waar er veel nadruk wordt gelegd op prestatie, worden kinderen hierdoor enorm onder druk gezet. Ze dienen een hele dag te presteren op school en daarnaast hebben ze hun hobby's ook nog eens. Om deze reden willen kinderen binnen hun vrije tijd ook gewoon eens ontspannen en hersenloze televisie consumeren.²³²

²²⁷ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

²²⁸ TERRYN (Dirk). *Interview*. 27/03/2012

²²⁹ ROBBRECHT (Geertrui). *Interview*. 17/04/2012

²³⁰ TERRYN (Dirk). *Op. Cit.* 27/03/2012

²³¹ IDEM.

²³² DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

Ketnet speelt op deze kritiek in door een combinatie van educatie en ontspanning aan te bieden, het zogenaamde edutainment. Aangezien er heel veel concurrentie is binnen de kindertelevisiemarkt is het belangrijk dat zij dit evenwicht bewaken. Dus het mag volgens de werknemers binnen Ketnet wel wat meer overhellen naar het ontspannende.²³³

2.1.2. Kunst

Kunst is een element van cultuur, een bijzonder element. Van belang hierbij is dat kinderen vrijheid hebben in het beleven van kunst. Je biedt hen iets aan waarbij niet alles wordt uitgelegd. Kunst doet zelf de verbeelding wekken en naderhand de betekenisstructuren. Vrijheid binnen het ervaren van kunst vormt één van de belangrijkste eigenschappen. Kinderen die bijvoorbeeld kijken naar een beeld of een schilderij, er zelf een verhaal rond creëren en er aspecten in herkennen, zijn elementen aan het ontwikkelen van een eigen verbeelding. Daarbij dient niet alle kunst verstaanbaar te zijn. Het mooie aan kunst is net het gegeven dat het mysterieus en vaag kan zijn. Binnen de kunst kunnen kinderen zelf aan de slag met het geven van een betekenis. De betekenis ligt niet vast en de fantasie is vrij. Zo een ervaring kan leiden tot een verscheidenheid van meningen, gedachten en emoties wat wederom bijdraagt tot het totaalpakket dat een kind dient te hebben.²³⁴

'Mijn kunst is top' is een specifiek programma rond kunst en cultuur op Ketnet. Dit programma haar sterkte is dat het een heel breed publiek aanspreekt door de brede mix van kunst die er aangeboden wordt. De diversiteit maakt hier net dat het programma een coherent geheel is. Het programma dat afgeleid is van 'Mijn sport is top' en 'Mijn job is top' wordt goed ontvangen door de kinderen en kent een groot succes, net door de diverse en brede mix. Door zo veel mogelijk vormen te laten zien, hoopt Ketnet dat elk kind wel iets zal tegen komen dat aanspreekt en waar het misschien een passie voor heeft.²³⁵ De werknemers van Ketnet noemen het een soort 'talent-detectie'.²³⁶ Hierbij ligt de identificatie met andere peers zeer hoog, kinderen kijken naar hun leeftijdsgenoten, hoe zij bezig zijn met hun kunstzinnige activiteit, talent. Hierdoor kijken ze er naar op en worden ze misschien gestimuleerd zelf te gaan proberen en experimenteren.²³⁷ Hierbij ligt weer het aanwakkeren van de creativiteit en de participatie centraal, waar Ketnet zo veel belang aan hecht. Het is een samenwerking met het kabinet van Minister Smet, niet van cultuur. Jeugd en onderwijs vonden het uitermate belangrijk kinderen en jeugd in contact te brengen met kunst en cultuur om hen zo te stimuleren en te mobiliseren tot deeltijds kunstonderwijs. De bedoeling hierbij is dat ze de stap meer zouden zetten tot participatie aan kunst en cultuur. Hierbij was het essentieel de verschillende kunstdisciplines, de clusters van muziek, beeld, dans, theater aan bod te laten komen.

²³³ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²³⁴ TERRYN (Dirk). *Interview*. 27/03/2012

²³⁵ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²³⁶ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²³⁷ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

Deze doelgroep wordt extra gestimuleerd en ondersteund om kunst en cultuur te proeven.²³⁸ Net door die mix, met de nodige humor, de speelsheid en de veelzijdige presentator dat de kinderen aanspreekt, maakt dat het programma in al zijn eigenheid zo sterk aanslaat en waardoor kinderen op een onbewuste wijze veel bijleren. De bekende personen die een deel uitmaken van het programma, vormen ook een voorbeeld voor hen die hen aanspreken om zelf eens iets te proberen omdat ze daar naar opkijken.

Het programma heeft alles en bereikt kinderen van alle leeftijden.²³⁹ Het programma dekt dus verschillende functies, dat op een mobiliserende wijze talent en aandacht vindt en weet vast te houden.²⁴⁰ Het zijn verschillende smaak- makers die een breed draagvlak bieden van wat kunst is of wat kunst allemaal kan zijn. Het is aan het kind om daar zijn gading of passie in te vinden waarbij de vrijheid dus weer centraal staat.²⁴¹ Daarnaast is er rond het programma een 'Mijn kunst is top- dag' die er op gericht is kinderen te bereiken die niet de kans of mogelijkheid hebben culturele of kunstzinnige activiteiten te beoefenen.

Kunst wordt binnen de VRT en Ketnet niet opgevat als iets apart, dat een andere behandeling behoeft dan cultuur. Neen, kunst is een bijzondere vorm van cultuur maar het is en blijft wel een vorm van 'cultuurverwerving' en 'cultuurbeleving', zegt Jan Hautekiet. Hij ziet hierbij steeds een inclusieve benadering voor ogen waarbij er geprobeerd dient te worden zo veel mogelijk aspecten in te sluiten. Er is steeds een 'suikerlaag' rond het educatie programma om de inhoud aantrekkelijker te maken. Zeker omdat kunst per definitie niet voor iedereen is, kunst is vooral voor zij die bereid zijn de sprong te wagen en er mee in te stappen. Hierdoor is het de taak van de openbare omroep kinderen in aanraking te brengen met kunst, het nodige aanbod te voorzien, hen te stimuleren om zelf te participeren en hen zelf de keuze te laten. Kinderen zijn nog zeer vatbaar voor nieuwe elementen aangezien ze nog volop in hun ontwikkeling verkeren. Ze kunnen minder 'onbevangen' naar dingen kijken en hebben minder angst, ze zijn minder bevreesd en kunnen handig omgaan met hun verbeelding en fantasie. Hierbij zegt hij: "*De ongeremdheid van de verbeelding is krachtig*". Kunst vormt hun persoonlijkheid, hoe zij later in het leven zullen staan en welk denkkader zij hierbij zullen hanteren. Televisie is een krachtig instrument om daarop in te spelen. Hierdoor vindt Jan Hautekiet dat het zeker de taak is van de openbare omroep het creatieve, kunstzinnige deel van de hersenen bij kinderen aan te spreken en te stimuleren.²⁴² Het ontwikkelen van de creativiteit, de persoonlijkheid, namelijk de zelfontplooiing, vormen hierbij de gewenste resultaten en doelen. Jan Hautekiet zegt hierbij: "*Elke mens die je warm kunt maken voor kunst is een gewonnen wedstrijd*".²⁴³ Hij vindt dat kunst zorgt voor 'een expansie van de geest', het staat hen bij om inzicht te verkrijgen in bepaalde aspecten dat het leven te bieden heeft. "*Omdat het voor een stuk ook het vormen van een identiteit is tegen een wereld die misschien iets te rationeel en te bedreigend is*".²⁴⁴

²³⁸ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²³⁹ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²⁴⁰ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

²⁴¹ TERRY (Dirk). *Interview*. 27/03/2012

²⁴² HAUTEKIET (Jan). *Op. Cit.* 19/03/2012

²⁴³ IDEM.

²⁴⁴ IDEM.

Kunst biedt vrijheid en autonomie. Bij de inbreng van kunst in een kinderprogramma is het steeds belangrijk een juist kader en een juiste formule te ontwikkelen. De keuze van de presentator, het thema, de opbouw en het afstemmen van het televisieprogramma op de evenementen zijn allemaal even belangrijke aspecten die je als werknemer meeneemt in het verhaal bij de verantwoordelijkheid van het aanbod van de kinderzender van de openbare omroep. Alles dient op een creatieve manier tot een geheel gegoten te worden. De interactie en participatie van Ketnet met de kinderen gebeurt door hen vooral te stimuleren.²⁴⁵

2.1.3. Invulling

De programma's op Canvas en/of de VRT die expliciet handelen over kunst zoals Canvascollectie of Canvasconnectie zijn volgens de meeste experts niet geschikt voor kinderen aangezien ze ook helemaal niet kindvriendelijk zijn wegens té informatief, educatief.²⁴⁶ Ze zijn wel van mening dat een gelijkaardig programma kan gericht worden naar kinderen maar dan onder de juiste vorm, format. Dit omwille van het gegeven dat kinderen ook helemaal geen volwassenen zijn. Het speelse karakter van een kinderprogramma vormt steeds dé basis, hierop bouwen zij verder, dan pas kunnen er educatieve insteken gedaan worden.²⁴⁷ Steeds opletten dat het programma niet te eng en te niche gericht is, de brede basis vormt de grondslag.²⁴⁸ De vertaalslag van de inbreng van de aantrekkelijke disciplines naar de speelsheid en actiegerichtheid van een kinderprogramma wordt steeds voor ogen gehouden. De werknemers dienen steeds te kijken naar wat kinderen zelf leuk en interessant vinden. Wat is tof om naar te kijken, wat leeft er onder de kinderen, wat is populair, wat willen ze wel eens zien of wat kennen ze absoluut nog niet maar is wel heel interessant om hen dat aan te bieden? De rol van de ouders wordt ook serieus opgevat bij Ketnet. Zij zijn namelijk de belangrijkste opvoeders van de kinderen en zijn er toe in staat hen in contact te laten komen met bepaalde aspecten die belangrijk zijn in het leven, dus ook kunst en cultuur. Het is ook hen taak hen hiervoor te stimuleren en hen warm te maken. Als ouder dien je ook de rol van de televisie in te perken aangezien televisie niet alles kan aanbieden, het blijft uiteraard een massamedium.²⁴⁹

Alle experts zijn het er over eens dat er nog meer kan gedaan worden om kunst en cultuur tot bij zes- tot twaalfjarige kinderen te brengen. Alleen benadrukken zij de moeilijkheidsgraad om hiermee om te gaan. Aangezien er zo veel is en kan gedaan worden is het nog zo cruciaal de juiste keuzes te maken en inhoud te verpakken binnen de juiste vorm. Iedereen heeft zijn bepaalde voorkeuren en/of vereisten. Een programma maken over boeken is één ding maar het zodanig omlijsten dat het kinderen aanspreekt is iets anders. Een verlangen uiten is gemakkelijker dan het effectief te realiseren.²⁵⁰

²⁴⁵ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

²⁴⁶ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²⁴⁷ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Op. Cit.* 03/04/2012

²⁴⁸ DE VRIESE (Fran). *Op. Cit.* 13/03/2012

²⁴⁹ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²⁵⁰ IDEM.

De personen die verantwoordelijk zijn bij Ketnet voor het bieden van kunst en cultuur dienen allen goede televisiemakers te zijn.²⁵¹ Zij dienen geen cultuurcritici of kunsten- experts te zijn. Wat wel belangrijk is, is dat er een goede balans is tussen werknemers die goed kunnen inspelen op de leefwereld van kinderen en werknemers die goede televisie kunnen maken of weten wat er geschikt is voor kinderen van die leeftijd. Weer het brede concept, de mix van de diverse aspecten.²⁵²

Volgens Jan Hautekiet moeten de personen die verantwoordelijk zijn voor het bieden van kunst en cultuur naar kinderen zeker en vast niet 'de heavy user' te zijn. Ze moeten wel voeling hebben met de kunst en cultuur die kinderen mogelijkwijs kunnen aanspreken. Zij moeten aandacht hebben voor de vorm van een programma, de redactie, hoe je zoiets overbrengt naar kinderen, hoe je de materie van het programma zo goed mogelijk afstemt op de interesses van de kinderen. Hierbij vormt reflectie een onmisbaar gegeven.²⁵³ Geertrui Robbrecht zegt hier ook dat het een samenspel is van het hele team, wat belangrijk is voor de kinderen. Het verloopt niet hiërarchisch maar organisch, het vormt de verantwoordelijkheid van iedereen die er een belang bij heeft.²⁵⁴

Daarnaast geeft Dirk Terry aan dat goede programma's over kunst of cultuur een aanzet kunnen geven voor opname binnen het onderwijs. Hierdoor zou er volgens hem een dynamiek kunnen ontstaan, het belangrijke van de conversatie in de klas over wat ze hebben gezien, hoe ze zich daar bij voelen en hoe zij daar over denken. Kinderen zien namelijk de dingen wel op televisie maar het is ook belangrijk dat ze er kunnen over praten en hun gedachten erover kunnen delen met anderen. Vanuit de extra financiering van Jeugd en Cultuur is er wel aanzet geweest om te gaan kijken hoe een overstap te maken tussen de opdrachten die Adriaan binnen 'Mijn kunst is top' aanreikt en de opdrachten die er in het onderwijs rond kunnen gedaan worden. Zo staat Karrewiet bijna op gelijke voet met het tijdschrift Yeti van Canon Cultuurcel, waarbij essentiële instrumenten worden ingezet om bepaalde thema's aan bod te brengen.²⁵⁵

Fran De Vriese zegt dat kinderen nog meer kunnen gestimuleerd worden om te lezen. Zij acht literatuur zeer belangrijk voor de ontwikkeling van een kind. Ketnet is geen voorstander om bijvoorbeeld een voorleesprogramma aan te bieden omdat dit te belerend zou overkomen en de kinderen niet zou aanspreken. Wat ze bijvoorbeeld wel doen is flink inspelen op de jeugdboekenweek.²⁵⁶

Door onbekende domeinen op te nemen binnen de programmering, kan je kinderen laten proeven waardoor het hen misschien zal aanspreken. Kinderen leren op die leeftijd veel motoriek en coördinatie bij. 'Mijn kunst is top' is hier een voorbeeld van maar ook 'Circus' waarbij kinderen fel opkijken naar hun peers die daar mee bezig zijn en daardoor gestimuleerd worden ook te participeren.²⁵⁷

²⁵¹ TERRY (Dirk). *Interview*. 27/03/2012

²⁵² JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

²⁵³ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

²⁵⁴ ROBBRECHT (Geertrui). *Interview*. 17/04/2012

²⁵⁵ TERRY (Dirk). *Op. Cit.* 27/03/2012

²⁵⁶ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²⁵⁷ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

Een programma zoals 'Oliver Twist, achter de schermen' biedt hen ook een blik op kunst en cultuur maar is niet zo gelaagd als 'Mijn kunst is top'.²⁵⁸ Ook via Vlieg.be kunnen kinderen zelf kiezen uit een breed aanbod van kunst en cultuur.²⁵⁹

²⁵⁸ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²⁵⁹ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

2.2. Ontspanning en educatie

2.2.1. Educatie

Eerst en vooral vormt educatie een opdracht van de openbare omroep, opgenomen binnen de beheersovereenkomst. Kinderen zijn nog heel leergierig en daarom is educatie zo belangrijk voor hun ontwikkeling.²⁶⁰ Aangezien televisie een heel belangrijk en toegankelijk medium is, kan de openbare omroep via dit kanaal een opvoeding- en begeleidingstaak op zich nemen. Ketnet is de kinderzender van de VRT die instaat voor het begeleiden van kinderen binnen hun ontwikkeling. Ketnet staat klaar als merk dat belangrijk is voor kinderen van nul tot twaalf jaar. Net zoals de ouders en het onderwijs vormt Ketnet een opvoedingsinstantie binnen kinderen hun leefwereld, die maken dat kinderen opgroeien met de nodige hulp en begeleiding. Via de programma's die Ketnet aanbiedt zijn er steeds waarden en normen geïntegreerd.

Volgens de experts worden er twee soorten programma's aangeboden.

Enerzijds, zijn er de programma's die het educatieve element onderliggend bevatten, bijvoorbeeld 'Peperbollen', 'Elfenheuvel', 'Galaxy Park', 'De Hopeloze Heks'. Deze programma's zijn puur ontspannend van aard maar bevatten steeds een verborgen educatieve toets waardoor kinderen het niet door hebben dat ze iets bijleren. Hier kan er gesproken worden over een edutainment-formule. Namelijk de pure combinatie van ontspanning en educatie maar op een dergelijke manier dat kinderen het enkel aanvoelen als iets leuks.

Anderzijds, zijn er de programma's die een puur educatief element bevatten en waarbij het expliciet wordt meegegeven aan de kinderen: 'Kleine Einsteins', 'Mijn kunst is top', 'Mijn sport is top', 'Mijn job is top', 'Karrewiet', 'Chinees voor mij' zijn hier voorbeelden van. Zo verteld Telidja Klai dat Ketnet een nieuwe reeks heeft aangekocht waarbij dit goed wordt aangetoond: 'Just in Time'. Deze reeks gaat over een jongen die steeds een probleem heeft en zijn fantasie hanteert om oplossingen te zoeken. Deze oplossingen tracht hij te vinden door te reizen naar andere landen, culturen en tijden. Hierdoor komen de kinderen in aanraking met de geschiedenis en met gebruiken van andere landen en culturen. Hierbij dient gezegd te worden dat Ketnet nooit een puur educatief programma aanbiedt, om de reden dat schooltelevisie onder andere is afgeschaft. Ontspanning blijft de basis van een programma, zeker binnen een kindertelevisiemarkt waar de concurrentie te snijden is en waarbij de commerciële zenders zich vooral richten op entertainment. Als je kinderen volledig de keuze laat, kiezen ze uiteraard het liefst voor cartoons.

Om deze reden dient Ketnet steeds ontspanning aan te bieden, maar omwille van hun educatieve opdracht dient er wel steeds een leerzaam element in verpakt te zitten. Dirk Terryn zegt hierbij dat het vooral van belang is dat de personen die een kinderprogramma maken, goede televisiemakers zijn, waarbij de dynamiek van het aan de slag gaan met iets voor kinderen zeer duidelijk dient afgestemd te worden op hun leefwereld.

²⁶⁰ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

Hij benadrukt het belang dat een programma niet expliciet de nadruk mag leggen op het educatieve. Hij zegt hierbij: "*De educator voor educatie, de televisiemaker voor televisie*". Dit toont aan dat educatie wel degelijk een opdracht is van de openbare omroep maar niet de enige.

Het grootste deel van educatie dient nog steeds gedragen te worden door het onderwijs en de ouders. Dus televisie dient vooral goede kinderprogramma's te maken waarbij een educatieve insteek via deze weg steeds mooi meegenomen is.²⁶¹ Amerrouss Najat is van dezelfde mening en zegt: "*Een openbare omroep heeft een andere taak dan het onderwijs. Het onderwijs heeft heel specifiek de taak van educatie. Bij ons is het één van de opdrachten.*"²⁶²

2.2.2. Ontspanning

Bij het bieden van een programma voor kinderen van zes tot twaalf jaar kijken de werknemers van Ketnet naar in hoeverre het aansluit op de kinderen hun leefwereld. Dit vormt in eerste instantie dé belangrijkste opdracht. Daarnaast moet het fijne televisie zijn om naar te kijken. Om deze reden is het belangrijk dat Ketnet de formule educatie- ontspanning hanteert.

De identificatie van een kinderprogramma moet zeer hoog liggen. Kinderen moeten zich daarin kunnen herkennen, ze dienen de mogelijkheid te krijgen zich in te leven of er naar op te kijken. Zo wordt er regelmatig gebruik gemaakt van hits en helden binnen de programma's.²⁶³ Door bepaalde bekende koppen of wedstrijden aan een programma vast te pinnen kan dat al heel ontspannend en interessant overkomen.²⁶⁴ Een kinderprogramma dat gericht is naar zes- tot twaalfjarige kinderen moet steeds een goede dosis humor en speelsheid bevatten, het moet hen op een aantrekkelijke manier aanspreken en tegelijkertijd een educatieve insteek bevatten. Door het 'fun'- gehalte van het programma worden de kinderen getriggerd om te blijven kijken naar iets en ondertussen hebben ze ook andere dingen mee.

Daarnaast dienen de programma's ook steeds gelaagd te zijn, verschillende vormen van ontspanning, informatie, educatie, cultuur dienen verwerkt te zijn in het programma, zo breed mogelijk gaan. Fran De Vriese zegt hierbij dat het ook niet te gelaagd mag zijn omdat anders zoiets niet werkt, zij haalt hierbij het voorbeeld van 'De Pretshow' aan waar dit het geval was en waardoor ze kinderen verloren. Het gaat erom het juiste evenwicht te bereiken, een balans met de insteek van de juiste elementen.²⁶⁵

Daarnaast zegt ze dat de mix heel belangrijk is: "*Het is heel belangrijk dat een programma goed gesandwichd is, dus dat er daarvoor en daarna twee heel sterke programma's zitten en dat moet fictie zijn*". Zij haalt dit aan omwille van het gegeven dat wanneer een educatief programma wordt aangeboden, dit dient geplaatst te worden tussen twee ontspannende programma's. Op deze manier blijven kinderen hangen en hebben ze het leerrijke ook mee.²⁶⁶

²⁶¹ TERRY (Dirk). *Interview*. 27/03/2012

²⁶² AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²⁶³ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²⁶⁴ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

²⁶⁵ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²⁶⁶ IDEM.

Jan Hautekiet is van dezelfde mening en zegt dat een programma tegelijk een ontspannende functie en een 'vormende' of 'kennisoverdragende' functie moet hebben. Hij zegt dat een goed programma een mix is van allebei waarbij het evenwicht bij het ene programma wat meer naar het entertainende of naar het educatieve zal overhellen.

Een goede dosering is hierbij van belang.²⁶⁷ Maarten Janssen zegt ook dat het van belang is een ideale mix samen te stellen van iets wat heel breed kan gaan en iets dat meer specifiek is.²⁶⁸ Geertrui Robbrecht benadrukt hier tevens het belang van het ontspannende karakter bij het ontwikkelen van nieuwe formats en zegt hierbij: "*Het speelse karakter is het DNA van een programma*".

2.2.3. Informatie

De informatie die de werknemers van Ketnet en kenners van Ketnet als belangrijk achten gaat heel breed. Zij vinden het belangrijk om hen van alles iets mee te geven. Zowel sport, kunst, cultuur, actualiteit, literatuur, etc. Alles waar kinderen mee bezig zijn. Jan Hautekiet spreekt hier weer over een inclusieve benadering waarbij Ketnet tracht zo veel mogelijk mee te geven om de kinderen te prikkelen en te stimuleren, hen bekende en onbekende dingen aan te bieden om hun kennis te verruimen. Kinderen dienen op de hoogte te zijn van wat er leeft binnen onze maatschappij, welke fenomenen of trends er zich voordoen, een blik op de wereld.²⁶⁹

Amerrouss Najat acht het belangrijk kinderen van alles aan te bieden en hen te laten proeven van wat er allemaal is. Op deze manier kunnen zij zelf kiezen wat hen aanspreekt. Het is dus belangrijk hen nieuwsgierig te maken door een diversiteit van informatie aan te bieden.²⁷⁰

Geertrui Robbrecht is van dezelfde mening en zegt: "*De rijkheid die wij hen aanbieden moet een afspiegeling zijn van de rijkheid en keuzes die ze kunnen maken in hun leven.*" Door een divers aanbod te bieden van alle soorten informatie worden zij geprikkeld en gestimuleerd om de informatie op te pikken die aansluit bij hun leven.²⁷¹

Eenzijds, is het belangrijk programma's aan te bieden waarbij de nadruk duidelijk ligt op een specialiteit of één bepaald aspect zoals 'De Dansbende' of 'Mijn kunst is top'. Dit dient om hen in aanraking te brengen met een bepaald domein waarbij ze in de diepte meer kunnen over leren door hen aandacht vast te houden aan de hand van één aspect.

Anderzijds, hanteren zij een heel breed denkkader. Doordat Ketnet de ontwikkeling van kinderen wil begeleiden dienen zij steeds heel breed te gaan. Karrewiet is het jeugdjournaal voor kinderen, zij bieden pure actualiteit en informatie. Bij dit programma is er een duidelijke informatie-overdracht waarbij het leerrijke van belang is.²⁷²

²⁶⁷ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

²⁶⁸ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

²⁶⁹ HAUTEKIET (Jan). *Op. Cit.*, 19/03/2012

²⁷⁰ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²⁷¹ ROBBRECHT (Geertrui). *Interview*. 17/04/2012

²⁷² KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

Dit programma is expliciet vanuit het beleid afgedwongen met een uitgesproken educatieve opdracht.²⁷³ Kinderen dienen bij te leren over de wereld en hun eigen omgeving. Actualiteit, de pure informatie dient er te zijn om kinderen te helpen tot het worden van een volwassen persoon en dat het belangrijk is een kritische houding te kunnen aannemen.²⁷⁴

De personen die bepalen welke informatie belangrijk is voor kinderen zijn in de eerste plaats de kinderen zelf. Door met hen in dialoog te gaan. Daarnaast ook de ouders, de scholen, experts en de werknemers van Ketnet. Dus ook weer een heel brede aanpak. Ouders en leerkrachten vinden het relevant dat kinderen naar Karrewiet kijken, zij hebben een groot vertrouwen in Ketnet. Als ze weten dat hun kinderen naar Karrewiet kijken, dan weten ze dat ze iets hebben bijgeleerd. Dit gegeven toont aan dat de openbare omroep in haar educatieve opdracht bij kinderen voldoende slaagt, aangezien de andere twee educatieve instanties in kinderen hun leven er een enorm vertrouwen in hebben en erop terugvallen.²⁷⁵ Dirk Terry n meent dat het van belang is dat wat kinderen zien op televisie of op internet, dat ze dat thuis en bij vrienden ter sprake kunnen leggen. De relevante thema's die aangereikt worden, doen vragen oprijzen waarbij het interessant is om over te vertellen tegen de mensen die je vertrouwd en waarop je als kind kan terugvallen.²⁷⁶

Maarten Janssen en Hanne Laureys benadrukken beiden het brede aanbod van allerhande informatie. Zij zeggen hierbij wel dat bepaalde informatie op momenten wordt aangeboden. Zoals 'De Pretshow' zich toespitste op geschiedenis en kunst nu expliciet aan bod is geweest in 'Mijn kunst is top'. Het is dus niet over de hele lijn dat steeds alle soorten informatie aangeboden wordt, het is wel in periodes. En net dat is zo belangrijk om de aandacht van de kinderen vast te houden, anders loop je het gevaar de kinderen af te schrikken door een 'information- overload'.²⁷⁷

²⁷³ ROBBRECHT (Geertrui). *Interview*. 17/04/2012

²⁷⁴ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²⁷⁵ IDEM.

²⁷⁶ TERRY N (Dirk). *Interview*. 27/03/2012

²⁷⁷ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

2.3. Mediawijsheid en media- educatie

2.3.1. Nieuwe en oude media

De nieuwe media bij Ketnet is beperkt tot de websites. Ketnet.be en Kaatje.be zijn twee platformen die er zijn voor de kinderen. Deze geven aansluiting op wat er aangeboden wordt op televisie. Kinderen kunnen op deze wijze hun interessevelden aanvullen naargelang zij zelf willen.²⁷⁸ Deze twee platformen worden ter bescherming van de kinderen gemodereerd. Er is ook een wakend oog over hyperlinks, kinderen moeten in een beschermde omgeving zitten.²⁷⁹ Daarnaast is er ook een facebook- pagina en een twitter- pagina maar deze zijn niet bedoeld voor kindergebruik.²⁸⁰ Volgens Ammerouss Najat is Ketnet al langer bezig met activiteiten rond nieuwe media, al voor dat er specifieke beleidsrichtlijnen waren. Aangezien zij zich iedere dag binnen de leefwereld van kinderen proberen in te leven, zijn zij snel op de hoogte van wat er in kinderen hun hoofd speelt. Nieuwe en oude media zijn 'all around' en daar maken kinderen zeker gebruik van. Beeldschermkinderen worden ze genoemd, ze zijn er allemaal heel snel mee weg. Het is volgens haar eerder een mentaliteitswijziging bij de werknemers van Ketnet aangezien de nieuwe media zelfs al niet meer nieuw zijn, kinderen zijn er mee opgegroeid, ze hebben het nooit anders geweten. Kinderen zijn 'early adopters' en vertalen dit naar hun gebruik en hun handelingen.²⁸¹

De nieuwe beheersovereenkomst van 2012- 2016 hecht opvallend veel belang aan die nieuwe media en aan het belang van die mediawijsheid.²⁸² Kinderen worden via Ketnet op een bewuste wijze begeleidt in hun mediagebruik. Via de website en Ketnetvideo trachten de werknemers van Ketnet zoveel mogelijk aan te bieden en op die mediawijsheid in te spelen. Zij trachten kinderen 'bewust' te maken van hun mediagebruik. Ketnet slaagt daar ook in, zij hebben de prijs gekregen van Childfocus rond Safe Internet.

De interne en externe productiehuzen zijn zich ook heel erg bewust van het belang van mediageletterdheid en proberen dit op één of andere manier te integreren in de programma's. Dit om de reden dat de media gewoon weg een zeer levendig aandeel bezitten in kinderen hun leefwereld. Telidja Klai benadrukt het belang van een veilige en betrouwbare omgeving waarin kinderen bewust kunnen omgaan met media. Ze zegt hierbij: " *Een veilige oefentuin waar ze kunnen proeven en spelen*".²⁸³ Kinderen moeten daar mee leren omgaan waarbij er een gezond evenwicht dient gecreëerd te worden tussen hun media- gebruiken en hun dagelijkse activiteiten zoals naar school gaan, hun hobby's en spelen of voetvallen in de tuin bij wijze van spreken.²⁸⁴

Geerttrui Robbrecht spreekt hier ook over het belang van andere activiteiten in een kind zijn leven en dat het niet allemaal 'eenheidsworst' mag worden en het enige is waar ze nog mee bezig zijn.²⁸⁵

²⁷⁸ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

²⁷⁹ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

²⁸⁰ IDEM.

²⁸¹ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²⁸² IDEM.

²⁸³ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²⁸⁴ IDEM.

²⁸⁵ ROBBRECHT (Geerttrui). *Interview*. 17/04/2012

De trend is dat elke culturele instelling wel de troeven ziet van die nieuwe media en daar op inspeelt om kinderen op een geloofwaardige manier hun aandacht te trekken.²⁸⁶

2.3.2. Belang en inspanningen

Jan Hautekiet zegt dat er vier specifieke domeinen zijn binnen Ketnet die inspelen op mediawijsheid. Ten eerste is er Ketnet.be, ten tweede is er de vernieuwing van Ketnet.be met aansluiting van het sociaal luik, ten derde het creëren van een vertrouwde online omgeving en ten vierde het maken van participatieve projecten naar kinderen. De bedoeling is om over de hele lijn en over de verschillende kanalen aandacht te schenken aan de werking van het internet, spam, privacy en hen daarbij ook te duiden op de opportuniteiten en de risico's van dat nieuwe mediagebruik. Kinderen dienen toegang te hebben tot de diversiteit van de media, daarna moeten ze er leren mee omgaan, dan moeten ze kritisch kunnen zijn door te evalueren en inzicht te verkrijgen waarbij ze ten slotte zelf media gaan maken, zelf experimenteren, zoals user generated content. Maar vooral van belang is dat ze eerst zelf kunnen experimenteren en spelen, door eigen praktische ervaring komen zij tot de theoretische basis. Dus volgens Jan Hautekiet mag het geen puur pedagogische benadering zijn.²⁸⁷ Telidja Klai maakt een mooie vergelijking die hierbij aansluit: "*We stimuleren de kinderen om dat te gebruiken maar we begeleiden ze daarin, je moet ook leren zwemmen met zwembandjes en die zijn wij*". Dit maakt dat Ketnet als een soort voorbehoedsmiddel fungeert ter bescherming van de valkuilen van nieuwe en oude media.²⁸⁸ Het belangrijkste is dat je de kinderen aanleert hoe daarmee om te gaan.

Ze leven in een Multi- schermomgeving, het is nu eenmaal zo, daar proberen een evenwicht in te vinden en de kansen grijpen maar hen wel bewust maken van de gevaren.²⁸⁹

Twee specifieke projecten waarover de werknemers het hadden tijdens de interviews waren 'Vet op het Net' en 'Het is de Max'. Deze twee projecten zijn gericht naar kinderen van zes tot twaalf jaar en hebben de bedoeling hen bewust te maken van de valkuilen van de media.²⁹⁰ 'Vet op het net' illustreert op een speelse manier wat je niet mag doen op sociale netwerksites. Daarin zien de kinderen dat de wrappers dingen doen die ze normaal in het echte leven niet doen. Zoals hun telefoonnummer aan iedereen geven. Dit toont aan dat je zoiets niet doet dus in de virtuele wereld moet je dat dan ook niet doen. 'Het is de max' is gemaakt door het intern productiehuis en geeft de kinderen een blik achter de schermen bij de televisiemaker om aan te tonen dat niet alles wat op televisie verschijnt realistisch is en dus vaak bedrog is, televisie is maakbaar.²⁹¹

In samenwerking met Childfocus is er een 'Safe internet- kit' samengesteld die voorgesteld werd in de hosting. Deze educatieve kit helpt de kinderen te begeleiden in hun gebruik van media en wijst hen op het belang om er bewust mee om te gaan. Zo konden klassen een dergelijke kit winnen.²⁹²

²⁸⁶ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

²⁸⁷ IDEM.

²⁸⁸ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²⁸⁹ HAUTEKIET (Jan). *Op. Cit.* 19/03/2012

²⁹⁰ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²⁹¹ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²⁹² KLAI (Telidja). *Op. Cit.* 13/03/2012

Zo is er ook een 'Safe Internet- day' geweest waarbij kinderen in de wrap vragen konden stellen aan experts over internet en het gebruik ervan.²⁹³

De nieuwe website biedt sociale media- toepassingen, een sociaal luik met veilige begeleiding, binnen een beschermde sfeer.²⁹⁴ Dit sociaal luik is bewust ontwikkeld om te voorkomen dat jonge kinderen zich zouden begeven op sociale netwerksites die bedoeld zijn voor volwassenen. Binnen dit sociaal luik krijgen zij de mogelijkheid om naargelang de evolutie van hun ontwikkeling, hun vaardigheden en behoeften, zelf te sturen aan de hand van sociale en communicatieve applicaties. Daarbij is het sociaal luik heel erg gericht op de mogelijkheden die zij hebben op die leeftijd. Zo zullen er beperkingen zijn naar vaardigheid en leeftijd waarbij de ouders ook eerst hun toestemming en akkoord moeten geven voor de toelating en participatie van hun kind.²⁹⁵ Binnen dit sociaal luik zullen zij dingen kunnen sharen en liken. Directe communicatie met andere kinderen is uitgesloten aangezien het een veilige omgeving dient te blijven. Het principe geldt: hen voor te bereiden op sociale netwerkapplicaties die ze later als volwassene misschien zullen hanteren zoals facebook, twitter of netlog.²⁹⁶ Dirk Terry n noemt het 'een facebook avant la lettre'. Kinderen van zes tot twaalf jaar verkeren binnen de basisschool in een beschermde sfeer van geborgenheid waar veiligheid en gezamenlijkheid centraal staan.²⁹⁷ Binnen de nieuwe website komt er ook een ouderluik waarbij het de bedoeling is ook hen mee te krijgen en hen te wijzen op hun taken.²⁹⁸

Het project 'Ingebeeld' toont hoe je kritisch met informatie moet leren omgaan.²⁹⁹ Dit is het mediawijsheid- platform van Onderwijs in samenwerking met de VRT, opgenomen in de beheersovereenkomst.³⁰⁰ Het project houdt ervaringsgerichte oefeningen in rond verstandig gebruik van media, beelden en de grammatica daarvan.³⁰¹

Dirk Terry n is van mening dat kinderen een duidelijk oordeel hebben over de media en dat het verstandig is om daarover te kunnen praten en rond te werken in de klas bijvoorbeeld. Hij bekijkt de samenwerking tussen onderwijs en media als iets zeer uniek. Hierbij verduidelijkt hij dat kinderen in principe eerst zelf iets moeten doen, daarna er kritisch mee leren kunnen omgaan om vervolgens bewust te zijn van de impact van die media, 'media- ecologie' genoemd volgens de literatuur zegt hij. Hierin deelt hij hetzelfde standpunt als Jan Hautekiet.³⁰²

Amerrouss Najat benadrukt tevens dat de samenwerking tussen onderwijs en Ketnet betreffende mediawijsheid bijvoorbeeld nog geoptimaliseerd kan worden en dat dit in de toekomst wel een mogelijkheid tot verbetering kan zijn.³⁰³

²⁹³ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

²⁹⁴ IDEM.

²⁹⁵ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

²⁹⁶ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

²⁹⁷ TERRY N (Dirk). *Interview*. 27/03/2012

²⁹⁸ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

²⁹⁹ DE VRIESE (Fran). *Op. Cit.* 13/03/2012

³⁰⁰ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

³⁰¹ TERRY N (Dirk). *Op. Cit.* 27/03/2012

³⁰² IDEM.

³⁰³ AMERROUSS (Najat). *Op. Cit.* 03/04/2012

Kunst- en cultuureducatie kunnen wel degelijk gecombineerd worden met nieuwe media, mediawijsheid en media-educatie aangezien de media en de nieuwste media een deel uitmaken van de cultuur van kinderen. Dirk Terry n vindt het van groot belang dat kinderen erover kunnen praten wat ze gezien hebben, zowel thuis, als op school tegen hun vrienden. De grenzen tussen kunst, cultuur en media vervagen, er dienen zich vernieuwende vormen aan waardoor de drie verweven. Dit biedt veel mogelijkheden en vormt een interessant gegeven voor kinderen, media, onderwijs en kunst- en cultuurinstellingen.³⁰⁴ Het kan voor verdieping zorgen en het maakt het aantrekkelijk.³⁰⁵ Amerrouss Najat benadrukt tevens de mogelijkheid van culturele instellingen zoals musea om die nieuwe media te gebruiken ten goede van de kinderen, door het te vertalen naar hun maat en zo kunst voor hen toegankelijker te maken.³⁰⁶

³⁰⁴ TERRY N (Dirk). *Interview*. 27/03/2012

³⁰⁵ ROBBRECHT (Geertrui). *Interview*. 17/04/2012

³⁰⁶ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

2.4. Het belang van doelgroepen

2.4.1. Doelgroepen

In eerste instantie is het de opdracht van de openbare omroep de hele bevolking zo goed mogelijk te bedienen en daarvoor is dus enige vorm van representativiteit nodig.³⁰⁷ Volgens Jan Hautekiet dient de openbare omroep ervoor te zorgen dat ze met al haar merken, radio- en televisienetten, platformen, etc. een zo groot mogelijk bereik realiseren. Daarbij wordt er steeds op een gesegmenteerde manier nagedacht over de bediening van verschillende doelgroepen.³⁰⁸ Vroeger maakte Ketnet programma's voor de verschillende leeftijden onder kinderen, zij werkten aan de hand van stadia. Specifieke programma's voor de kleuters, de min zesjarigen, voor de zes- tot tienjarige, voor de tien- tot twaalfjarigen en zelfs voor de dertien- tot veertienjarige.³⁰⁹ Hier zijn zij van afgestapt, sinds kort hebben zij zich voorgenomen programma's te maken voor de zes- tot twaalfjarigen omdat blijkt dat zeventig percent van de kinderen samen naar Ketnet kijkt met de broers of zussen. Om deze reden maken zij programma's die heel breed gaan en toegankelijk zijn voor verschillende leeftijden. Volgens Fran De Vriese is dit een moeilijke opdracht aangezien kinderen van verschillende leeftijden en geslacht op diverse vlakken niet overeenkomen. De negen- tot twaalfjarige kinderen bijvoorbeeld bevinden zich al in een puberfase waardoor ze moeilijk aanspreekbaar zijn op vlak van speelse programma's. Doch vindt Ketnet dit de beste aanpak met het beste bereik.³¹⁰ Hierdoor kan je ze persoonlijk en op maat aanspreken.³¹¹

Belangrijk is dat Ketnet een sterk merk heeft en dat deze een goede relatie heeft met de doelgroep die zij trachten te bereiken.³¹² De specifieke doelgroep kinderen en daardoor de creatie van Ketnet is er gekomen omdat kinderen specifieke behoeften hebben.³¹³ Jongeren echter, hebben geen specifiek aanbod dat op hun leefwereld is afgestemd. Één en Canvas bieden wel programma's aan waar ze ook kunnen naar kijken maar die niet specifiek voor hen bedoeld zijn. Om deze reden is er mede het voorstel gedaan voor de oprichting van het derde kanaal waarover meer uitleg hieronder. De VRT heeft in december ook een 'Speak- Up' georganiseerd, een soort jongerenpanel waar naar de mening van de jongeren werd gevraagd betreffende programma- invulling specifiek bedoeld voor jongeren. Daarin viel op dat jongeren zeer klassieke dingen aanreikten zoals 'Het leven zoals het is op kot'.³¹⁴

³⁰⁷ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

³⁰⁸ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

³⁰⁹ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

³¹⁰ DE VRIESE (Fran). *Op. Cit.* 13/03/2012

³¹¹ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

³¹² ROBBRECHT (Geertrui). *Interview*. 17/04/2012

³¹³ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

³¹⁴ DE VRIESE (Fran). *Op. Cit.* 13/03/2012

2.4.2. Kinderen van zes tot twaalf jaar

Om mee te zijn, op de hoogte te zijn van wat kinderen leuk, interessant vinden en wat aansluit binnen hun leefwereld, doet Ketnet als kinderzender van de openbare omroep regelmatig aan onderzoek. Zo nemen zij focusgroepen af met kinderen om na te gaan wat er allemaal binnen hun leefwereld en omgeving belangrijk is, wat zij zelf leuk vinden, waar hun aandacht naar gaat, etc. Daarnaast wordt er één of twee keer per jaar een grootschalig onderzoek gedaan met de ouders. Ook om dezelfde reden. Wanneer er een aangekocht programma op antenne gaat wordt dit getest met een vast kinderpanel. De zogenaamde test- screenings. Hierdoor komen de werknemers van Ketnet aan de hand van simpele vragen te weten wat kinderen van het programma vinden.³¹⁵ Bij de productiehuisen van Ketnet wordt er ook zo te werk gegaan.³¹⁶ Zij geven ook de mogelijkheid om kinderen te verplaatsen als de eigenaar van een televisiezender. Zo kunnen kinderen zich verplaatsen in deze rol en aangeven wat ze wel en niet zouden uitzenden, hierbij wordt er ook gepeild naar hun voorkeuren aan de hand van beoordelingscijfers op de programma's. Kinderen zijn ook steeds welkom in de studio elke week en in het hosting- programma in het weekend 'Live Kingsize'. Ketnet houdt ook regelmatig gesprek met leerkrachten op school om te weten te komen wat er speelt binnen die leefwereld van kinderen. Deze inspanningen die Ketnet verricht om in contact te komen met wat kinderen belangrijk, leuk en interessant vinden illustreert hoe Ketnet als kinderzender van de openbare omroep een grote mate van verantwoordelijkheid op zich neemt. Zij zoeken informatie bij de drie belangrijkste opvoedingsinstanties in kinderen hun wereld: eerst en vooral bij de kinderen zelf, bij de ouders en binnen het onderwijs. Door kinderen in kinderpanels of in focusgroepen bij elkaar te zetten staan zij ook in nabij contact met hun peers, wat een invloed zal hebben op hun voorkeuren. Daarnaast wordt er ook een beroep gedaan op experts aan de hand van trendonderzoek, om na te gaan wat kinderen van die leeftijd belangrijk vinden en wat past binnen hun ontwikkelingskader.³¹⁷

Kinderen als doelgroep moeten au serieux genomen worden, zij houden er niet van betutteld te worden. Ketnet moet ook zijn best proberen te doen niet te cool of te hip te willen overkomen, kinderen hebben dit snel door en haken op deze manier af.³¹⁸ Daarnaast kan je niet ontkennen dat kinderen ook kijken naar programma's voor volwassenen, elk kind ontwikkeld zich op zijn eigen tempo en veel programma's die de VRT aanbiedt zijn familie- gericht.³¹⁹ Via een uitgebreide agenda worden zij in contact gebracht met kunst en cultuur waaruit zij zelf kunnen kiezen wat hen aanspreekt.

³¹⁵ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

³¹⁶ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

³¹⁷ KLAI (Telidja). *Op. Cit.* 13/03/2012

³¹⁸ DE VRIESE (Fran). *Op. Cit.* 13/03/2012

³¹⁹ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

2.4.3. Ketnet

Ketnet was de eerste kinderzender in Vlaanderen.³²⁰ Ketnet wil als kinderzender er altijd en overal zijn voor hun specifieke doelgroep. Telidja Klai zegt hierbij: "*Ketnet wil een wereld neerzetten, Ketnet is er altijd en overal, niet alleen op televisie, ook online, op uw iPad, het maakt niet uit waar*". Door gebruik te maken van de verschillende kanalen en platformen wil Ketnet er voor de kinderen steeds zijn. Zij dragen dit hoog in het vaandel aangezien zij echt een deel willen uitmaken van kinderen hun leefwereld en steeds beschikbaar willen zijn voor hen. Dat is ook de reden waarom het initiatief er kwam voor het derde kanaal. Kinderen dienen namelijk een volwaardig aanbod te hebben op een volwaardig kanaal die er voor hen is op de momenten dat zij er zijn, van zes uur 's ochtends tot acht uur 's avonds. Zij weten dat kinderen multischerm- gebruikers zijn en spelen in op dit gegeven. Niet door hen continue te stimuleren om schermen en beelden te consumeren maar door aanwezig te zijn op alle mogelijke kanalen en platformen. Kinderen moeten zelf de mogelijkheid hebben om een platform te kiezen naar hun interesse. Aan de hand van projecten, evenementen en samenwerking met HetPaleis, bijvoorbeeld 'Klara4Kids', 'Sunjata', 'Wat is dat?', willen zij er altijd zijn voor de kinderen en hen de mogelijkheid bieden te participeren aan realistische evenementen.³²¹

Kinderen identificeren zichzelf met Ketnet aangezien deze duidelijk is afgestemd op hun leefwereld en beantwoordt aan hun behoeften.³²² Ketnet is de enige zender van de openbare omroep dat echt inspeelt op een specifieke doelgroep, zij zijn op de kindertelevisiemarkt de leider. Al de rest is generalistisch aanbod waarbij het bereiken van zo veel mogelijk mensen de doelstelling is.³²³ Ketnet biedt niet enkel programma's aan voor kinderen maar ook door kinderen. Door de link te leggen naar hun zelf kunnen ze zich gemakkelijker herkennen.³²⁴ Op de Ketnet- website komt al het aanbod samen, daar kunnen ze alles beleven wat ze op televisie zien maar dan naar hun eigen voorkeuren en op hun eigen tempo.³²⁵ De wijzigingen die de website van Ketnet ondergaat, zijn al voor een deel hierboven uitgelegd. De principes blijven 'zelf kunnen spelen, kijken en doen' maar dan geoptimaliseerd.

Door toevoeging van de sociale netwerk- toepassingen komen er nieuwe mogelijkheden om met de huidige en de nieuwe content meer te gaan doen aan de hand van een individueel Kingsize Ket- profiel.³²⁶ Fran De Vriese vindt televisie maken voor kinderen iets nobel aangezien Ketnet kinderen helpt en mee begeleidt in hun ontwikkeling. Ketnet wil het goede voorbeeld geven waarbij het aanbod verantwoordt dient te zijn.³²⁷ 'Karrewiet' vormt volgens de meeste experts de belangrijkste spil van Ketnet waar al de rest kan rond draaien.³²⁸

³²⁰ KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

³²¹ IDEM.

³²² IDEM.

³²³ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

³²⁴ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

³²⁵ ROBBRECHT (Geertrui). *Interview*. 17/04/2012

³²⁶ IDEM.

³²⁷ DE VRIESE (Fran). *Interview*. 13/03/2012

³²⁸ HAUTEKIET (Jan). *Op. Cit.* 19/03/2012

Het perspectief dat gehanteerd wordt bij het produceren of aankopen van een kinderprogramma is dat de verantwoordelijken zich zo goed mogelijk kunnen verplaatsen in de leefwereld van die kinderen. Dat iedere werknemer met zijn eigen achtergrond de juiste keuzes kan maken aan de hand van eigen competenties en het nodige inzicht. Hierbij is respect voor de identiteit van de kinderen een belangrijke factor, je dient ze op een geloofwaardige manier aan te spreken.³²⁹ Volgens Amerrouss Najat is de sterkte van Ketnet de variatie. Het pakket dat de totaliteit van de diverse aspecten omhelst en tot één geheel maakt zodat je als kind bij Ketnet voor alles terecht kunt.³³⁰ Ketnet zorgt ook voor een structuur en regelmaat in kinderen hun leven waardoor ze een houvast hebben. De kinderen op een juiste manier op het juiste moment aanspreken is van groot belang.³³¹

³²⁹ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

³³⁰ AMERROUSS (Najat). *Interview*. 03/04/2012

³³¹ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). *Interview*. 03/04/2012

2.5. Derde kanaal

2.5.1. Doel

In de eerste plaats is de doelstelling van het derde kanaal dat kinderen een volwaardig aanbod krijgen via Ketnet. De argumentatie die door de raad van bestuur en de directie van de VRT is gedaan, is dat kinderen in eerste instantie behoefte hebben aan regelmaat en structuur.³³² Aangezien er regelmatig onderbrekingen zijn van Canvas of sport bood Ketnet geen volwaardig aanbod op elk moment van de dag voor de kinderen. Doordat Ketnet en Canvas splitsen zullen kinderen een volwaardig kanaal ter beschikking hebben met een volwaardig aanbod van zes uur 's ochtends tot acht uur 's avonds, de momenten waarop kinderen naar televisie kijken.³³³ Zo zijn zij op dezelfde uren aanwezig als alle andere kinderzenders.³³⁴ Over de verdere invulling van het derde kanaal is er nog niet veel gecommuniceerd naar de buitenwereld maar men weet wel al heel strategisch wat, waar en hoe men naartoe wil met dit derde kanaal. De uitwerking ervan ligt momenteel volop in productie- en ontwikkelingsfase.

Er is dus al een heel plan maar het zal nog een jaar en een half de tijd vergen om dit om te zetten naar televisie.³³⁵ Daarnaast dient het derde kanaal om groepen te bedienen die nog geen specifiek aanbod krijgen via de openbare omroep, vooral jongeren en Xpats, buitenlanders. De VRT gaat hier bepaalde doelgroepen op bedienen maar het vormt geen doelgroepen- kanaal.³³⁶ Vooral jongeren zullen hier meer kunnen genieten van een afgestemd aanbod, zodat zij door de openbare omroep ook als een volwaardige doelgroep worden aanzien.³³⁷ Het derde kanaal zal aanbod- gedreven zijn waarbij de participatie en interactie met de beoogde doelgroepen hoog zal liggen.³³⁸

2.5.2. Invulling

Het derde kanaal betreft de splitsing van Ketnet en Canvas waarbij Ketnet helemaal verhuisd naar dat derde kanaal vanaf 1 mei 2012. Hierop zullen kinderen een aanbod krijgen van zes uur 's ochtends tot acht uur 's avonds. Na acht uur sluit Ketnet en zal er een aanbod zijn die zich toespitst op andere doelgroepen.³³⁹ Vanaf 2013- 2014 zullen jongeren maximum vier avonden in de week een aanbod hebben dat specifiek afgestemd is op hun interesses.³⁴⁰ Binnen dit derde kanaal zal er meer aandacht gaan naar kunst en cultuur, actualiteit, sport, mensen met een beperking, jongeren en Xpats. De domeinen die nog niet voldoende zijn opgenomen binnen de programmering van de bestaande kanalen van de openbare omroep.³⁴¹

³³² AMERROUSS (Najat). Interview. 03/04/2012

³³³ DE VRIESE (Fran). Interview. 13/03/2012

³³⁴ JANSSEN (Maarten) & LAUREYS (Hanne). Interview. 03/04/2012

³³⁵ KLAI (Telidja). Interview. 13/03/2012

³³⁶ HAUTEKIET (Jan). Interview. 19/03/2012

³³⁷ DE VRIESE (Fran). Op. Cit. 13/03/2012

³³⁸ KLAI (Telidja). Op. Cit. 13/03/2012

³³⁹ IDEM.

³⁴⁰ IDEM.

³⁴¹ IDEM.

Eerst dient er een integratie te zijn met andere kanalen, er moet een aanbod zijn, vervolgens moet er een merk zijn waarmee jongeren zich kunnen identificeren en daarnaast gaat er een 360°-strategie uitgedacht worden.³⁴² Het kanaal is ook bedoeld om beter in te spelen op evenementen en dergelijke. Er gaan een aantal vernieuwende dingen uitgeprobeerd worden waar er op de bestaande netten niet meteen ruimte voor is. Hierdoor wordt de Canvaskijker en de Ketnetkijker optimaal bediend binnen hun eigen zendtijd.³⁴³

³⁴² KLAI (Telidja). *Interview*. 13/03/2012

³⁴³ HAUTEKIET (Jan). *Interview*. 19/03/2012

CONCLUSIE

Enerzijds, wat begrijpen kinderen van zes tot twaalf jaar onder kunst? Welk perspectief hanteren zij daarbij? Anderzijds, wat begrijpt de VRT onder kunst en op welke wijze vullen zij dit in om de participatie en de creativiteit van deze doelgroep te verhogen? Hoe kan media, hier televisie een middel zijn om kunst tot bij kinderen te brengen? Deze hoofdvragen maken deel uit van de probleemstelling, waarbij de conclusie een weerspiegeling dient te zijn van de samenhang tussen de theorie en de onderzoeksresultaten.

De relevantie van dit onderzoek wordt zowel wetenschappelijk als maatschappelijk aangetoond. Kinderen, kunst en media, een relatie die vandaag zeer interessant is om nader te bestuderen. Media vormen een integraal deel van kinderen hun leefwereld, kunst echter niet. Ketnet, als kinderzender van de openbare omroep speelt hier een belangrijke rol als boodschapper, kanaal. Zij dragen de taak om kunst dichterbij kinderen te brengen. Het is verantwoord enerzijds, te gaan kijken wat kinderen nu effectief onder kunst begrijpen en hoe zij zich daarbij voelen om anderzijds, te gaan toetsen of Ketnet dezelfde opvatting heeft als hen en op welke wijze zij dit dan invullen in hun programmering en activiteiten. Deze twee luiken werden door middel van een kwalitatief onderzoek nagegaan aan de hand van focusgroepen en expert- interviews.

De theorieën opgenomen binnen de literatuurstudie tonen aan dat televisie wel degelijk een bijdrage kan bieden tot de verbeelding van een kind. De "*Stimulation Hypothesis*" wordt hierbij bevestigd. De televisie, hier de kinderzender Ketnet, biedt wel degelijk kunst aan. Zij scheppen een kader waarin kinderen zelf vrij zijn hun verbeelding en creativiteit te laten werken. Via 'Mijn kunst is top' worden zij opengesteld voor diverse kunstvormen en worden zij door middel van de televisie gestimuleerd om op een speelse manier te leren en zelf aan de slag te gaan. De focusgroepen toonden aan dat kinderen van zes tot twaalf jaar in sterke mate open staan om nieuwe domeinen te verkennen en zelf te beleven. Door middel van de ontspanning- educatie strategie die Ketnet hanteert, krijgen kinderen de nodige motivatie om op autonome basis hun eigen verbeelding te laten werken.

De "*Reduction Hypothesis*" dient hierbij tegengesproken te worden. Televisie vervangt kinderen hun eigen verbeelding niet. Integendeel, door middel van de aangeboden beelden wordt hun verbeelding gestimuleerd. Deze creëren samen met de verantwoorde educatieve inhoud een mooie basis om actief en zelfstandig een aantal denkprocessen te genereren. De televisie vervangt dus in geen geval de creativiteit van een kind. Het is wel zo dat aangezien kinderen vandaag leven in een maatschappij waar alles sneller dient te gaan, zij ook meer aangesproken worden door snelle kunstvormen. Zygmunt Bauman wordt hier bevestigd, mediaboodschappen kunnen wel degelijk beschouwd worden als instant koffie. Vroeger leefden de mensen op een trager tempo, dit werd ook weerspiegeld in de kunstvormen die er waren en geapprecieerd werden. Klassieke muziek en opera kenmerkten zichzelf door een iets trager en rustiger niveau. In vergelijking met nu, is de meerderheid van de muziek die aangeboden wordt via de beschikbare media- kanalen en die een toegang hebben tot de kinderen hun leefwereld, sneller en heviger.

Doordat kinderen bijna geen aanbod hebben dat gevuld is met klassieke muziek, herkennen ze deze niet, zijn ze er minder voor geïnteresseerd en tonen ze er moeilijker appreciatie voor.

Hetzelfde kan gezegd worden over de schilderwerken. Vroeger hadden mensen meer de tijd om naar een schilderij te kijken, waarbij verdieping in het verhaal en de details een onderdeel waren van de ervaring. Vandaag, kiezen kinderen het eenvoudige en het meest aantrekkelijke, zoals Pop Art bijvoorbeeld. Het is gemakkelijk consumeerbaar aangezien het gekenmerkt wordt door een duidelijke en onmiddellijke boodschap. Om een schilderij van de Romantiek of de Renaissance te vatten, is er meer tijd en energie nodig. Deze hebben kinderen misschien niet of willen ze er geen tijd of energie aan besteden aangezien zij leven in een consumptiemaatschappij waar veel domeinen gemakkelijk verteerbaar dienen te zijn.

Doordat zij ingebakken zijn, in laat ons zeggen een 'wegwerpmaatschappij', zijn zij het gewoon minder 'arbeid' te leveren om tot een voldoening te komen, hier de appreciatie van een kunstwerk. Opvallend is dat kinderen die bijvoorbeeld zelf een instrument bespelen op de muziekacademie of zelf tekenles volgen op de tekenacademie, meer appreciatie vertonen voor klassieke muziek of schilderkunst. Dit om de reden dat ze er meer mee in contact komen en het herkennen als iets van hun cultuurpakket in tegenstelling tot de andere kinderen. Hierin kan Ketnet misschien nog meer een steentje bijdragen.

Het onderzoek van Gardner en Winner wordt ook deels bevestigd door de onderzoeksresultaten. Kinderen verkeren inderdaad in de situatie waarbij ze van zeven tot tien jaar heel goed fantasie van werkelijkheid weten te onderscheiden, net zoals Jean Piaget beschreef. In contrast met de bevindingen van Gardner en Winner, kan er wel weerlegd worden dat kinderen van deze leeftijd geen voorkeur hebben voor het 'visueel realisme' maar wel voor de leuke en aantrekkelijke kunstvormen zoals het Surrealisme of Pop Art. De stelling waarbij zij zeggen dat tien- tot twaalfjarige kinderen in staat zijn een persoonlijke mening te vormen door de ontwikkelingsfase waarin zij verkeren, wordt hier wel bevestigd.

Daarnaast leidt kunst wel degelijk tot de stimulering van de creativiteit van kinderen. Het valt op hoe hoog de spontaniteit en de onbevangenheid van een kind wel is. Zij hanteren een zeer vrij en breed denkkader binnen hun eigen wereld. Hierin zijn zij in staat hun eigen interpretaties en betekenissen te maken, wat wederom bijdraagt tot hun zelfontplooiing. Zowel Ketnet als de kinderen zelf, hechten enorm veel waarde aan creativiteit. Beiden slagen erin een waarde te hechten aan zelf experimenteren, denken en creëren. Binnen de verzakelijkte maatschappij waarin zij leven is het van belang een uitlaatklep te vinden in vormen van kunst omdat dit nu net een uitweg kan zijn naar vrijheid en eigenheid. Zowel de kinderen zelf als de werknemers van Ketnet, bevestigen dit gegeven waarbij hun denkkader aansluit bij dat van Cultural Studies. Zowel de traditionele kunst als de meer populaire vormen van kunst, maken een deel uit van hun cultuur.

De oordeelstructuren die Parsons uitlegde worden hier tevens bevestigd. De weg die een kind aflegt in het beoordelen van een kunstwerk heeft inderdaad een zeer goede relatie met de vijf fasen die beschreven werden. Zowel associatie, nabootsing, expressie, formaliteit als openheid en autonomie, waren manieren die de kinderen hanteerden bij het beoordelen van een kunstwerk. In de meeste gevallen liep hun leeftijd evenredig met de volgorde van de oordeelstructuren.

Dit onderzoek maakt duidelijk dat kinderen van zes tot twaalf jaar en de kindzender Ketnet een zelfde perspectief hanteren op kunst. Kunst kan voor hen opgevat worden als een zeer brede mix van diverse kunstvormen die spreekt tot hun verbeelding, past binnen hun leefwereld en een bijdrage kan leveren tot hun ontwikkeling. Doordat de betekenis van kunst door zes- tot twaalfjarige kinderen en door Ketnet hetzelfde is, kan er gesproken worden van een mooie relatie tussen beiden. Ketnet weet wel degelijk waar zij mee bezig zijn in het vervullen van het behoeftepakket van de kinderen enerzijds en het aanbod van informatie, educatie en ontspanning, waarvan zij denken dat deze noodzakelijk zijn binnen een kind zijn leven anderzijds.

Op deze wijze kan Ketnet als kindzender van de VRT op vlak van kunst én cultuur beschouwd worden als een 'openbare(nde) omroep'. Zij zijn sterk op de hoogte van wat er speelt binnen een kind zijn leefwereld. Dit doen zij op een doeltreffende wijze door te gaan praten met de belangrijkste actoren binnen hun leven, die een invloed hebben op hun denken en ontwikkeling. Namelijk de ouders, de school en de kinderen zelf natuurlijk. Aan de hand van focusgroepen, kinderpanels, gesprekken met leerkrachten en ouders, etc. trachten zij een op een interactieve wijze zichzelf te verplaatsen binnen de leefwereld van kinderen. Hierbij kan er besloten worden dat media wel degelijk een krachtig instrument zijn om kinderen in contact te brengen met kunst. Kinderen leven in en met de media, zij behoren tot de beeldcultuur waarbij Ketnet de nodige inspanningen verricht om als volwaardige kindzender er overal en altijd voor hen te zijn.

Ten slotte kan er besloten worden dat kinderen opgroeien op hun eigen tempo en zelf de weg vinden naar wat zij nodig hebben en wat niet. Zij worden wel aanzien als kwetsbaar waarbij zij dienen beschermd te worden maar dan op een dergelijke wijze dat zij zelf nog altijd de vrijheid hebben. Ketnet biedt hen de emancipatie om zelf te experimenteren, te participeren en te creëren maar dan wel met de nodige begeleiding zowel op vlak van kunst, cultuur en het gebruik van media. De standpunten van Joshua Meyrowitz en Neil Postman dienen hierbij weerlegd te worden, er is geen sprake van een teloorgang van de kindertijd. Integendeel, kinderen krijgen vandaag via de middelen die er zijn toegang tot meer informatie die kan bijdragen tot hun ontwikkeling. Er vindt zich een democratisering plaats waarbij kinderen beschouwd worden als volwaardige subjecten die de weg naar volwassenheid met de verantwoorde vrijheid zelf kunnen vinden.

Dit onderzoek kan complementair en/of vernieuwend zijn door de aanzet te geven naar verder onderzoek, die de relatie tussen kinderen, kunst en Ketnet zou uitbreiden naar het hele pakket van de opvoedingsinstanties binnen kinderen hun wereld, namelijk de ouders en het onderwijs. Hoe kunnen ouders en het onderwijs nog meer een bijdrage leveren betreffende de overdracht van kunst naar kinderen?

BIBLIOGRAFIE

▪ Wetenschappelijke werken

BAMFORD (Anne). *Kunst- en cultuureducatie in Vlaanderen*. Vlaanderen, Jo De Ro, Agentschap voor Onderwijscommunicatie, 2007, 96p.

BAUMAN (Zygmunt). *Zoals op TV*. Nederland,s.e., Ethische perspectieven 10, 2000, 16p. [Online] <http://www.kuleuven.be/ep/viewpic.php?LAN=E&TABLE=EP&ID=175> [04.01.2012]

BENJAMIN (Walter). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. Clive Cazeaux (ed.) The Continental Aesthetics. London: Routledge, pp. 322- 343.

BREEUWSMA (Gerrit) & HAANSTRA (Folkert) & KOOPMAN (Constantijn) & LAARAKKER (Karin) & SCHRAM (Dirk) & WITTE (Theo). *Ontwikkelingsstadia in het leren van kunst, literatuur en muziek*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2005, 47p. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse14.pdf#page=19 [04.11.2011]

BURN (Andrew) & BUSCHKÜHLE (Carl- Peter) & DUNCUM (Paul) & HEIJNEN (Emiel) & MARTENS (Hans). *Media + Kunst + Educatie: internationale ontwikkelingen in media- en kunsteducatie*. Utrecht, Cultuurnetwerk, 2009, 120p. [Online] http://www.cultuurnetwerk.nl/producten_en_diensten/publicaties/pdf/cpluse26.pdf#page=18 [04.11.2011]

CANON CULTUURCEL. *Ingebeeld*. Print International, Brugge, 2007, 42p.

CHRISTENSEN (Pia) & JAMES (Allison). *Research with children. Perspectives and practices*. London & New York, Falmer Press, 2000, 272p.

DE GROOF (Jan) & SCHECK (W. Michaël) & PENNEMAN (Hilde). *Cultuurparticipatie*. Leuven-Appeldoorn, Garant, 2001, 223p.

D'HAENENS (Leen) & KOKHUIS (Madelon) & VAN SUMMEREN (Cindy). *Kijken of surfen? Mediagebruik van kinderen en adolescenten*. Leuven, Uitgeverij Acco, 2001, 127p.

DOORMAN (Maarten) & ZEEMAN (Michaël). *Het scherm der verbeelding*. Amsterdam, J.M. Meulenhoff bv, 1998, 239p.

F. KOHL (Mary Ann) & SOLGA (Kim). *Kinderen ontdekken de grote kunstenaars*. Katwijk-Nederland, Panta Rhei, 2000, 133p.

FLICK (Uwe). *An Introduction to Qualitative Research*. SAGE Publications Ltd., 2009, 528p.

GAUNTLETT (David). *Creative Explorations. New approaches to identities and audiences*. London & New York, Routledge, 2007, 211p.

GAWAIN (Shakti). *Creatief visualiseren*. Deventer, Ankh- Hermes, 1981, 140p.

GOEGEBUER (Annemie). *Audiovisuele Vorming in het Vlaamse Onderwijs 2004*. Gent, IAK, 2004, 218p.

HOWE (Michael J.A.). *Learning from Television. Psychological and Educational Research*. London, Academic Press Inc., 1983, 226p.

HUISINGH (Annemieke) & HULSHOFF POL (Rixt) & VAN DEN BOMEN (Ellie). *Toeval gezocht: kunst, kunstenaars en jonge kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat, 2009, 274p.

JONKER (Jan) & PENNINK (Bartjan). *De kern van methodologie*. Assen, Van Gorcum, 2000, 106p.

MORTELMANS (Dimitri). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven, Uitgeverij Acco, 2007, 534p.

MC QUAIL (Denis). *Mc Quail's mass communication theory*. London, SAGE Publications Ltd, 2005, 616p. (Vijfde editie)

NIKKEN (Peter). *Kind en media*. Amsterdam, Uitgeverij Boom, 2002, 156 p.

RONDHUIS (Thecla) *Filosoferen met kinderen. Anders kijken naar kinderen*. Rotterdam, Lemniscaat Publishers, 1994, 123p.

SCHNEIDER (Cy). *Children's Television. The art, the Business and How It Works*. Chicago- U.S.A., NTC Business Books, 1987, 228p.

SCHOLLEN (Ineke). *Kunsteducatie. Picasso in de poppenhoek*. Nederland, HJK, april 2010, 3p.

[Online]

http://tm.thiememeulenhoff.nl/assets/documentenservice zen/hjk/archief/2010/08_april_2010/jrg_37_nr8_april2010_I.Scholten_Picasso_in_de_poppenhoek_pag_8_10.pdf [04.11.2011]

SCHREUDER PETERS (R.P.I.J). *Methoden en technieken van onderzoek*. Schoonhoven, Academic Service, 2000, 340p.

SINGER (Dorothy G.) & SINGER (Jerome L.). *Handbook of children and the media*. USA, Sage Publications, 2001, 765p.

TWAALFHOVEN (Anita). *Van jonge mensen en de dingen die gaan komen*. Nederland, Boekman, 2003, 6p. [Online]

http://www.boekman.nl/documenten/boekman_56_twaalfhoven1.pdf [04.11.2011]

VALKENBURG (Patti). *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Boom/Amsterdam, P.M. Valkenburg, 2002, 224p.

VALKENBURG (Patti). *Vierkante ogen. Opgroeien met TV & PC*. Amsterdam, Uitgeverij Balans, 1997, 176p.

VAN DEN BULCK (Jan). *Kijkbuis kennis*. Leuven, Uitgeverij Acco, 1996, 242p.

VAN DER WAL (Geke). *Kleine mensen, grote zaken. Kindertelevisie, commercie & internet*. Amsterdam/Antwerpen, Uitgeverij L.J. Veen, s.d., 166p.

VAN DRIEL (Hans). *Beeldcultuur*. Boom- Amsterdam, Hans van Driel redactie, 2004, 216p.

V. THOMAS (Glyn) & M.J. SILK (Angèle). *De psychologie van kindertekeningen*. Amsterdam/ Lisse, Swets & Zeitlinger B.V., 1993, 173p. (vertaling)

WESTER (Fred) & SMALING (Adri) & MULDER (Lambert). *Praktijkgericht kwalitatief onderzoek*. Bussum, Coutinho, 2000, 206p.

WESTER (Fred) & RENCKSTORF (Karsten) & SCHEEPERS (Peer). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen aan den Rijn, Kluwer, 2006, 692p.

- **Niet- wetenschappelijke werken**

HETPALEIS. *Kinderkunstendag*. Antwerpen, 2012. [Online]

<http://www.hetpaleis.be/programma/2011-2012/2011-2012-kinderkunstendag> [21.12.2012]

LASSO. *Kunst voor Ketjes*. Brussel, 2012. [Online]

<http://www.kunstvoorketjes.be/> [04.04.2012]

UITMETVlieg. *Mijn kunst is top, alle afleveringen*. Vlaanderen, 2012. [Online]

<http://www.uitmetvlieg.be/mijn-kunst-is-top/afleveringen> [19.04.2012]

VITAMINE C. *Cultuur doet groeien*. Leuven, 2012. [Online]

<http://bruismee.be/> [02.02.2012]

VLAAMS CENTRUM VOOR VOLKSONTWIKKELING. *De impact van televisie op de culturele ontwikkeling*. Brussel, Vlaams Centrum voor Volksontwikkeling, 1988, 162p.

VLAAMSE REGULATOR MEDIA. *Decreet betreffende de radio- omroep en de televisie*. Vlaanderen, Belgisch Staatsblad, 27/03/2009, 77p. [Online]

<http://www.vlaamseregulatormedia.be/media/8992/mediadecreet%2027%20maart%202009.pdf>
[15.12.2011]

VRT & DE VLAAMSE GEMEENSCHAP. *Beheersovereenkomst 2012- 2016*. Brussel, VRT & de Vlaamse Gemeenschap, 22/07/2011, 59p. [Online]

http://www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_VRT_2012-2016.pdf
[15.12.2011]

VRT. *Ketnet*. Vlaanderen, 2012. [Online]

<http://www.ketnet.be/> [19.04.2012]

VRT. *Tussen 15 en 22? En een mening over de openbare omroep? Speak Up?* Brussel, 2011. [Online]

<http://www.vrt.be/nieuws/2011/11/tussen-15-en-22-en-een-mening-over-de-openbare-omroep-speak> [16.12.2011]

BIJLAGEN

Expert- interviews: semi- gestructureerde vragenlijst/vragenprotocol met topics en subtopics

Datum:

Starttijd:

Eindtijd:

Interviewer:

Fiche respondent

Naam:

Voornaam:

Geboortedatum:

Studies:

Functie:

Deze vragen zijn gebaseerd op de informatie die voorhanden is via de informatie- middelen die er zijn: beheersovereenkomst 2012- 2016, websites van de VRT, dergelijke documenten, nieuws- informatie, etc. Naast het officiële beleid is het de bedoeling de persoonlijke mening van de expert te achterhalen aan de hand van specifieke vragen. De eigen invulling en kennis van de expert staan centraal binnen deze interviews. De individuele houding en mening van de expert is van groot belang voor mijn onderzoek omdat ik tracht te achterhalen wie verantwoordelijk is voor het aanbod voor kinderen van zes tot twaalf jaar. Om welke redenen, hoe dat in zijn werk gaat, welke perspectieven er gehanteerd worden, etc.

Inleidende vragen:

- Wat is uw rol binnen de VRT?
- Wat doet u concreet?
- Bent u tevreden dat u verbonden bent met het aanbod voor kinderen? Om welke redenen?

1. **Wat begrijpt de VRT onder kunst en cultuur?**

1.1. Cultuur

- Wat verstaat de openbare omroep onder cultuur? Sluit dit aan bij uw perspectief van cultuur?
- Biedt Ketnet als kind- en jongerenzender voldoende cultuur volgens u? Op welke wijze?
- Via welke kanalen wordt cultuur tot bij het zes- tot twaalfjarig kind gebracht?

1.2. Kunst

- Wat verstaat de openbare omroep onder kunst? Sluit dit aan bij uw perspectief van kunst?
- Wordt kunst volgens u voldoende binnen de programmering opgenomen, dat gericht is naar zes- tot twaalfjarige kinderen? Leg uit.
- Waarom vindt u het als werknemer belangrijk aandacht te besteden aan de esthetische ontwikkeling van een kind via de bijdrage van televisie en/of internet?
- Treden jullie voldoende in interactie en participatie met kinderen van deze leeftijd betreffende kunst? Op welke wijze?

1.3. Invulling

- De programma's op Canvas en de VRT die handelen over kunst, zijn deze ook gericht naar kinderen van zes tot twaalf jaar? Leg uit
- Hoe gaat u als werknemer aan de slag om kunst binnen de programmering op te nemen, met als doelgroep zes- tot twaalfjarige kinderen? Zoals het programma 'Mijn kunst is top'.
- Welke vormen van kunst worden aangereikt via jullie programmering? Focus op hoge, traditionele cultuur of populaire cultuur? Of mix van allebei? Welke kunstvormen vindt u als werknemer essentieel?
- Welke personen zijn verantwoordelijk voor het bieden van kunst en cultuur? In welke mate zijn deze zelf kunstzinnig ingesteld?

2. Hoe gaat de VRT te werk in het brengen van educatie, dat tegelijkertijd aantrekkelijk en interessant genoeg is voor kinderen?

2.1. Educatie

- Waarom vindt u als werknemer het belangrijk kinderen iets bij te leren via de middelen die jullie ter beschikking hebben?
- In welke mate maakt de VRT gebruik van nieuwe media om in te spelen op de interesses van kinderen? Sluiten deze richtlijnen aan bij de praktische uitvoering?
- Welke vormen van praktische uitvoering zijn het resultaat van het beleid betreffende educatie? Waar kan er volgens u nog bijgestuurd worden?

2.2. Ontspanning

- In welke mate houdt u als werknemer rekening met het 'speelse' karakter van een kinderprogramma?
- Welke doelen worden er vooropgesteld bij het maken van een ontspannend programma voor kinderen van zes tot twaalf jaar?
- Kan volgens u educatie met ontspanning gecombineerd worden? Zoja, op welke wijze?

2.3. Informatie

- Welke soorten informatie vindt u belangrijk voor zes- tot twaalfjarige kinderen?
- Wie bepaalt welke informatie essentieel is gericht naar kinderen?
- Via welke kanalen berichten jullie zes- tot twaalfjarige kinderen over aspecten waarvan zij op de hoogte dienen te blijven? Is dit volgens u voldoende of kunnen er nog verbeteringen aangebracht worden?

3. Waarom hecht de VRT waarde aan mediawijsheid?

3.1. Nieuwe en oude media

- De nieuwe beheersovereenkomst hecht veel aandacht aan mediawijsheid. In welke mate speelt u als werknemer in op het gegeven dat kinderen zware mediagebruikers zijn?
- Hoe hanteren jullie het internet als tool in het brengen van relevante informatie?
- Vindt u dat er nog betere initiatieven kunnen aangebracht worden naast de richtlijnen van de beheersovereenkomst rond mediawijsheid?
- Op basis van welke argumenten vult u mediawijsheid en mediageletterdheid in?
- Op welke wijze kunnen volgens u kunst en cultuur gecombineerd worden met nieuwe media?

3.2. Belang en inspanningen

- Om welke redenen hecht u er veel belang aan het concept mediawijsheid op te nemen in de beheersovereenkomst en dit te vertalen in de praktijk?
- Op welke doelgroep richt het initiatief mediawijsheid zich het meest en waarom?
- Welke doelen worden er nagestreefd in het bevorderen van mediawijsheid en welke middelen worden daarvoor ingezet? Wat kan er volgens u nog verbeterd worden?
- Wat zijn de kosten en baten bij de initiatieven rond mediawijsheid? Zijn deze volgens u in proportie?
- Hoe ziet u als werknemer de relatie tussen enerzijds kunst- en cultuureducatie en anderzijds het belang van media- educatie en mediageletterdheid?

4. **Het belang van doelgroepen**

4.1. Doelgroepen

- Om welke redenen is werken met doelgroepen voor de openbare omroep zo belangrijk?
- Op basis van welke argumenten vindt u het belangrijk verschillende leeftijdscategorieën op te delen in een doelgroep?
- Jullie streven een zo groot mogelijk bereik na met een generalistisch aanbod. Vindt u dat dit gerealiseerd wordt voor kinderen, als u naar de kijkcijfers kijkt? Leg uit

4.2. Kinderen van zes tot twaalf jaar

- Via welke kanalen worden kinderen van deze leeftijd bereikt door de VRT?
- Welke inspanningen ondernemen de programmamakers om kinderen van deze leeftijd in contact te brengen met kunst? Wat zijn essentiële doelstellingen volgens u?
- Op welke wijze gaat u te werk in het construeren van een programma gericht naar kinderen van deze leeftijd?

4.3. Ketnet

- Wat vindt u het belangrijkste onderdeel van Ketnet?
- Welk perspectief hanteren jullie bij het maken van een kinderprogramma?
- Op welke wijze wordt kunst, al dan niet via Ketnet geprogrammeerd?
- Waar en hoe kan er volgens u nog bijgestuurd worden in het brengen van kunstvormen via Ketnet?
- Welke wijzigingen gaat de Ketnet- website ondergaan en om welke redenen?

5. **Wat heeft de derde zender als toekomstig initiatief in zijn marge?**

5.1. Doel

- Op basis van welke argumenten is er het voorstel gedaan voor de oprichting van een derde zender?
- Welke doelstellingen worden er vooropgesteld bij deze zender?
- Op welke groep gaat deze zender zich voornamelijk richten en waarom?
- Krijgen kinderen van zes tot twaalf jaar een aanbod via deze zender? Leg uit

5.2. Invulling

- Welke richtlijnen worden er vooropgesteld bij het uitdenken van deze derde zender?
- Welke thema's zullen er het meest aan bod komen en welke thema's moeten volgens u aan bod komen?
- Krijgen kunst en cultuur een plaats binnen deze zender?

5.3. Toekomstperspectief

- Denkt u dat de derde zender meer kinderen en/of jongeren zal bereiken?
- Welke voordelen zouden deze doelgroepen eruit winnen?
- Om welke redenen vindt u het de moeite waard om als kind tijd te besteden aan het kijken naar de derde zender?

Focusgroepen: vragenlijst

1. Wat is kunst?
2. Zijn jullie al eens in contact gekomen met kunst via de televisie?
3. Visueel beeldmateriaal: schilderijen (per kunststroming)
 - Wat is schilderkunst?
 - Welke schilderijen spreken jullie het meest aan? Waarom?
 - Wat voelen jullie bij deze schilderijen? En waarom?
 - Wat zien jullie op deze schilderijen?
 - Vinden jullie deze schilderijen mooi? Waarom wel of niet?
4. Auditief materiaal: klassieke muziek
 - Wat is muziek?
 - Vinden jullie deze muziek mooi? Waarom wel of niet?
 - Wat voelen jullie als jullie deze muziek horen? En waarom?
 - Hebben jullie deze muziek al eens gehoord? Zoja, waar?
 - Als jullie later groot zijn, zouden jullie dan naar deze muziek luisteren? Waarom wel of niet?
5. Woordassociatie: dansen, toneel, gedichten, muziek, schilderen, ...

Focusgroepen aantal

→ Katholieke school: Sint- Jozefscollège

1e leerjaar		2e leerjaar		3e leerjaar		4e leerjaar		5e leerjaar		6e leerjaar		
1A	1B	2A	2B	3A	3B	4A	4B	5A	5B	6A	6B	6C
Moira (V)	Julie (V)	Lisa (V)	Sander (M)	Silke (V)	Anabelle (V)	Yorgen (M)	Ella (V)	Katrien (V)	Luna (V)	Kenneth (M)	Yu ko (V)	Matt eo (M)
Pavel (M)	Klaas (M)	Marie (V)	Auastasia (V)	Jonas (M)	Matthias (M)	Kato (V)	Bram (M)	Sarah (V)	Rob (M)	Jonas (M)	Sofie (V)	Jef (M)
Sara (V)	Iremnur (M)	Loïc (M)	Alexandra (V)	Maarten (M)	Joachim (M)	Arnud (M)	An Katrien (V)	Hannah (V)	Lise (V)	Laurens (M)	Ali ne (V)	Ursula (V)
Victoria (V)	Tamer (V)	Oona (V)	Destin ey (M)	Walte r (M)			Sege r (M)	Wout (M)	Ell e (V)	Mathi as (M)		Jorik (M)
Tatja na (V)	Jill (V)	Elois e (V)	Rune (M)	Doua e			Ines (V)	Thom as (M)	Sam (M)	Ambe r (V)		
Pauli ne (V)	Ruben (M)	Arbi (M)	Nina (V)	Noëll a (V)				Axelle (V)	Ka rl (M)			
Jozefi en (V)	Kassan der (M)	Axel (M)	Inez (V)	Simo n (M)				Jonat han (M)				
Luna (V)	Laute (V)	Victo r (M)		Sam (M)								
	Eliza (V)	Eyob e (M)		Sybr en								
		Roela nd (M)										
8	9	10	7	9	3	3	5	7	6	5	3	4
= 17		= 17		= 12		= 8		= 13		= 12		

→ Stedelijke school: De Regenboog

1e leerjaar		2e leerjaar		3e leerjaar	4e leerjaar		5e leerjaar	6e leerjaar
1A	1B	2A	2B	3A	4A	4B	5A	6A
Loewiek (M)	Faraj (V)	Femke (V)	Iwerd (M)	Kasper (M)	Launa (V)	Fleur (V)	Ciran (M)	Elliot (M)
Oceane (V)	Caro (V)	Ellis (V)	Noor (V)	Jill(V)	Bryan (M)	Kian (M)	Myriam (V)	Joshua (M)
Bryan (M)	Louise (V)	Noëlla (V)	Luna (V)	Liv (V)	Asnath (V)	Robbe (M)	Tan (V)	Joeri (M)
	Souhaila (V)	Floore (V)	Michelle (V)	Luna (V)	Bram (M)	Toon (M)	Brayan (M)	Louise (V)
	Farrouk (M)		Saartje (V)	Hassan (M)	Amber (V)	Bjorn (M)	Nick (M)	Freya (V)
	Ines (V)		Liam (M)	Céleste (V)	Jubilee (V)	Sam (M)	Femke (V)	Wout (M)
	Lotte (V)					Maxime (M)	Jason (M)	Renée (V)
							Nathan (M)	
							Nikita (V)	
							Brikke (M)	
							Ward (M)	
3	7	4	6	6	6	7	11	7
= 10		= 10		= 6	= 13		= 11	= 7

Visueel beeldmateriaal tijdens focusgroepen. Bron: Google Afbeeldingen

- Romantiek

Onbekende artiest.



Constable. "Kathedraal van Salisbury."



Eugene Delacroix. "De 28^e juli: de vrijheid die het volk leidt."



Basile de Loose. "Dorpsfeest." (1838)



Edgar Degas. "Dansklas."



- Pop Art

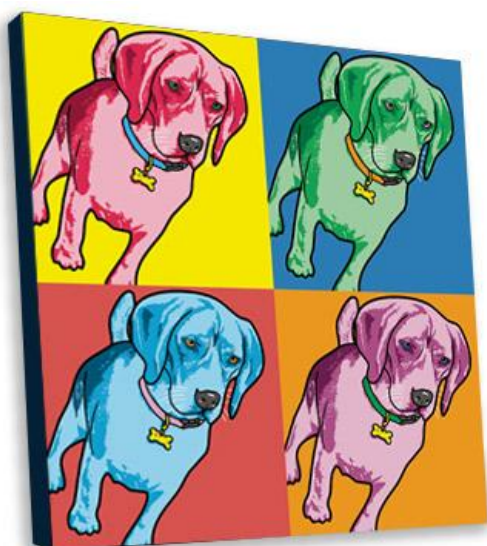
Andy Warhol. "Marilyn Monroe."



Onbekende artiest. (beschreven: uitstekende tongen)



Onbekende artiest. (beschreven: hondjes.)



Onbekende artiest. "Michael Jackson."



Andy Warhol. "Campbell' s."



- Renaissance

Rafaël. "De School van Athene."



Pieter Brueghel. "De Toren van Babel."



Sandro Botticelli. "De Geboorte van Venus."



Pieter Brueghel. "Herfst."



Pieter Brueghel. "Kinderspelen."



- Surrealisme

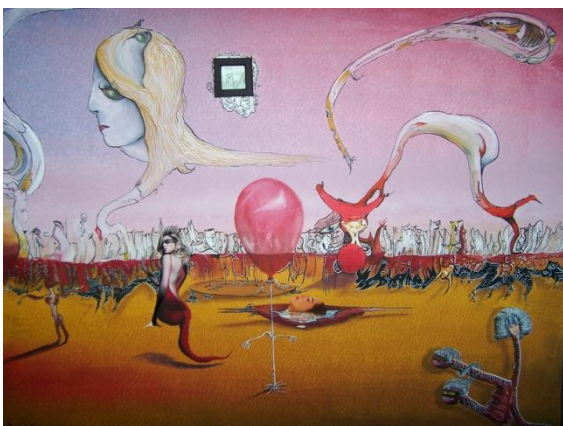
Salvador Dalí. "De Hardnekkigheid van het Geheugen."



Michel Sehstedt. "Nieuwe Kans."



Willem den Broeder. (titel onbekend)



Vladimir Kush. *"Departure of the Winged Ship."*

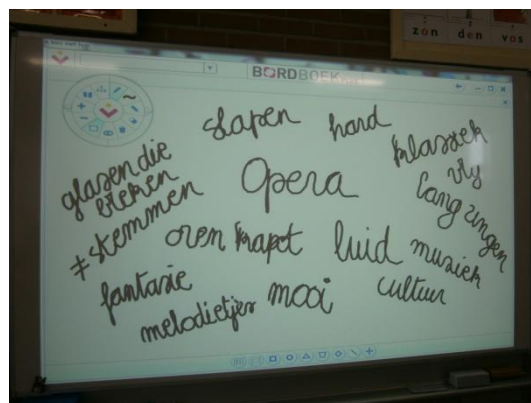
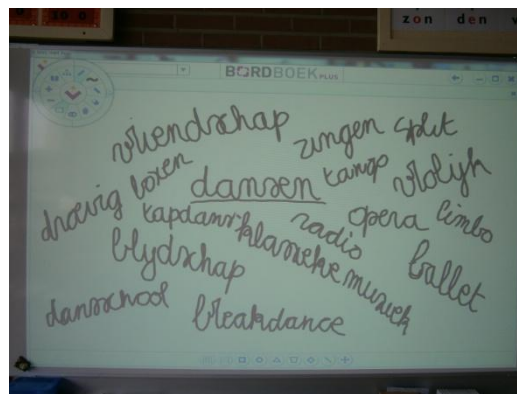
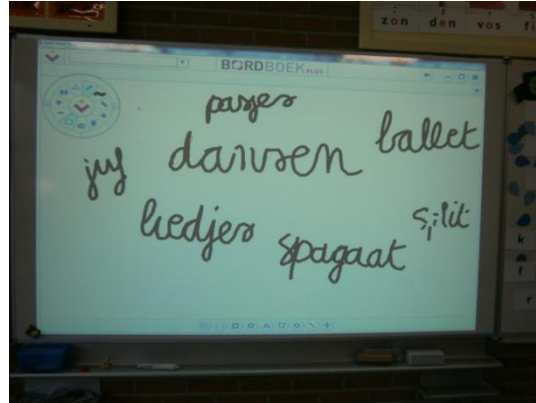


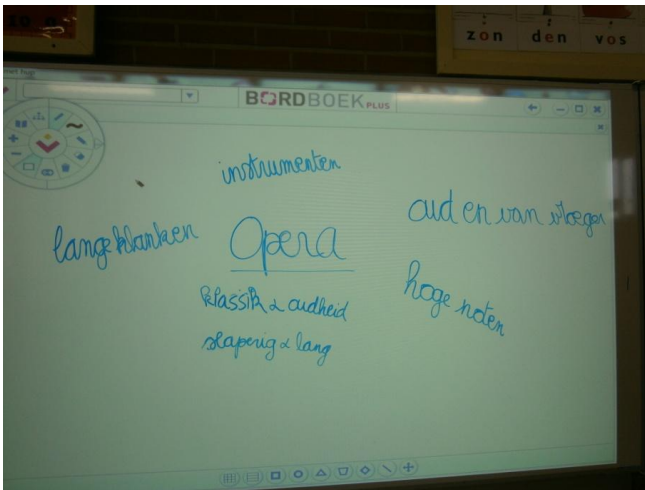
Salvador Dali. *"De verzoeking van de Heilige Antonius."*



Enkele foto's focusgroepen

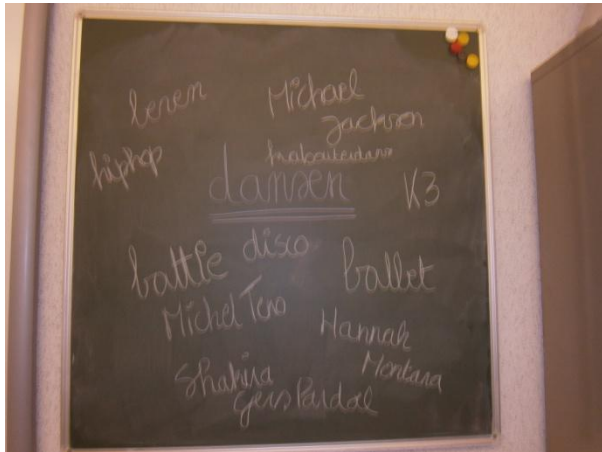
→ Katholieke school: Sint- Jozefscollege





→ Stedelijke school: De Regenboog





Eerste pagina gebruikte artikels

Screenshots