



**Masterproef**  
**Politieke Communicatie**

**Assimileren moet je leren.**

**Beeldvorming van de culturele identiteit in Vlaamse  
kinderprogramma's. Een pragmatisch linguïstische  
analyse.**

Joy Verstichele



**Promotor: Prof. Dr. De Landtsheer Christ'l**

**Verslaggever: Prof. Dr. Dhoest Alexander**

Master Politieke Communicatie ([www.politiekecommunicatie.be](http://www.politiekecommunicatie.be))

Rolnummer student: 0113954

Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen

Academiejaar 2011-2012

...

Wrong information always shown by the media

Negative images is the main criteria

Infecting the young minds faster than bacteria

Kids act like what they see in the cinema

Yo', whatever happened to the values of humanity

Whatever happened to the fairness in equality

Instead of spreading love we spreading animosity

Lack of understanding, leading lives away from unity

...

The Black Eyed Peas (2003). *Elephunk*. Where is the love? A&M, will.i.am, Interscope.

## Dankwoord

Een precieze aanleiding voor mijn interesse in het politieke diversiteitsvraagstuk is er niet. Wel is het zo dat de thematiek mij aanspreekt sinds het bijwonen van een lezing van Mevrouw Kathleen De Ridder (Trefmedia) over haar boek 'De witte media. Of waarom allochtonen altijd slecht nieuws zijn'. Sindsdien heb ik me verdiept in beeldvormingsprocessen over sociale groepen, wat de directe insteek geworden is voor dit onderzoek.

Het produceren van deze masterproef was niet mogelijk zonder de hulp van verschillende mensen, die ik bij deze ook hartelijk wens te bedanken. Enkel dankzij hun steun, kennis, enthousiasme en inbreng ben ik er in geslaagd dit onderzoek tot een goed einde te brengen.

In eerste instantie wil ik graag mijn vader, moeder en de vriend van mijn moeder bedanken. Dankzij hen heb ik de kansen gekregen om mezelf te kunnen ontplooiën en een academische kennis op te bouwen. Daarenboven heb ik altijd onvoorwaardelijk op hun steun kunnen rekenen doorheen mijn volledige studietraject. Zonder hen was dit onderzoek niet mogelijk geweest.

Ook mijn grootouders, mémé, ooms, tantes, neven en nichten wil ik graag bedanken. Zij toonden altijd interesse in mijn opleiding, ook al zijn zij niet helemaal thuis in de academische wereld. Bij hen kon ik daarenboven altijd terecht voor eender wat. De sterke familieband geeft mij een brede vertrouwelijke basis waar ik altijd op terug kan vallen mocht dat nodig zijn. Daarnaast heb ik ook altijd kunnen rekenen op de steun van een heleboel vrienden. Zij zorgden voor die belangrijke momenten van ontspanning, die broodnodig waren tijdens periodes van inspanning.

Binnen de academische wereld wil ik in eerste instantie graag de vakgroep Sociologie van de Universiteit Gent bedanken voor de interessante opleiding. Zij heeft ervoor gezorgd dat ik me bewust ben geworden van enkele systematische onrechtvaardigheden binnen de samenleving, waardoor ik de drive heb gekregen om deze ook zichtbaar te maken. Vooral professor Katia Levecque, promotor van mijn masterproef sociologie wil ik hierbij bedanken.

Binnen de masteropleiding Politieke Communicatie wens ik graag alle professoren te bedanken die mij kennis hebben bijgebracht over de werking van de media, de politiek en de rol van de publieke opinie hierin. Uiteraard is hier een grote rol weggelegd voor mijn promotor Christ'l De Landtsheer, die ik dan ook extra wil bedanken voor de begeleiding van dit onderzoek.

Vzw Kifkif, mijn stageplaats, verdient een prominente plaats in dit bedankingslijstje. Hun strijd tegen racisme en discriminatie heeft me geïnspireerd om op deze weg verder te werken. Hun expertise, kennis en creativiteit hebben dan ook bijgedragen aan de uitwerking van dit onderzoek. In het bijzonder wens ik hierbij Ico Maly te bedanken, die me doorheen de stage heeft begeleid, en die voor

mij een voorbeeld is als maatschappijkritisch denker. Het enthousiasme waarmee hij ijvert voor een wereld met echte gelijke kansen voor iedereen, is dan ook lovenswaardig.

Tenslotte wil ik ook de respondenten van de kwalitatieve interviews van dit onderzoek bedanken. Ondanks hun drukke, verantwoordelijke baan hebben zij toch tijd weten vrij te maken voor een face to face interview. Ik besef dat dit niet evident is en wens hen daar dan ook uitdrukkelijk voor te bedanken.

Ik wil ook u, de lezer, bedanken voor het doornemen van dit onderzoek. Ik hoop dat het u nieuwe inzichten kan bijbrengen over de effecten van beeldvorming in de media in het algemeen, en meer specifiek de rol van culturaliteit hierin.

Joy Verstichele

## Inhoudstafel

1. Inleiding .....	1
2. Maatschappelijke en theoretische relevantie .....	2
3. Probleemstelling.....	4
4. Literatuuronderzoek .....	6
4.1. Begrippenkader .....	6
4.1.1. Diversiteit .....	6
4.1.2. Cultuur.....	7
4.1.3. Interculturaliteit .....	8
4.1.4. Sociale categorisatie .....	9
4.2. Het Vlaams televisielandschap.....	11
4.3. Media en diversiteit .....	13
4.3.1. Representatie van minderheden.....	14
4.3.2. Beeldvorming van minderheden.....	15
4.4. Socialisatie.....	17
4.4.1. Socialisatie: Algemeen .....	17
4.4.2. Socialisatie bij kinderen .....	18
4.4.3. Socialisatie in de media.....	20
5. Methodologie.....	21
5.1. Dataverzameling.....	21
5.1.1. Selectie kinderprogramma's .....	21
5.1.2. Beheersovereenkomsten VRT .....	22
5.1.3. Kwalitatieve interviews .....	23
5.2. Analysemethode .....	23
6. Resultaten .....	25
6.1. Analyse kinderprogramma's .....	25
6.1.2. Interculturaliteit in de beeldvorming - Kinderfictie .....	25
6.1.2.1. Culturele negatie.....	25
6.1.2.2. Vernederlandsing.....	29
6.1.2.3. Stereotypering .....	31
6.1.3. Interculturaliteit in de beeldvorming - Non-fictie .....	34
6.1.4. Echte interculturaliteit .....	36
6.1.5. Conclusie .....	38
6.2. Resultaten beheersovereenkomst.....	39

6.2.1. Verschuiving .....	39
6.2.2. Empty signifiers .....	40
6.2.3. Kijkcijferfetisjisme .....	41
6.2.4. Nationalisme als denkkader .....	41
6.2.5. Assimilatie .....	43
6.2.6. Diversiteit & antidiscriminatie .....	44
6.2.7. Segmentering .....	46
6.2.8. Conclusie .....	47
7. Algemene conclusie .....	48
8. Discussie .....	50
9. Referenties .....	53
Bijlage 1: Pretest .....	57
Bijlage 2: Korte inhoud van de kinderprogramma's .....	59
Bijlage 3: Leidraad kwalitatieve interviews .....	61

Diversiteit is een realiteit. Hoe daarmee moet worden omgegaan is een politieke vraag. Dit onderzoek tracht dit politiek proces rond beeldvorming van culturaliteit in de media te onderzoeken. De focus ligt niet op de hoeveelheid diversiteit, maar wel op de manier waarop deze wordt weergegeven. Vanwege de grote socialisatie-effecten, werd geopteerd om deze beeldvorming te onderzoeken bij programma's gericht op zes- tot twaalfjarigen. Door enerzijds de programma-inhoud te analyseren, en anderzijds de beheersovereenkomst van de VRT onder de loep te nemen, werd getracht om zowel de beeldvorming als het politieke proces daarachter in kaart te brengen. Daarenboven werden verschillende elite-interviews afgenomen van zowel scenaristen, een netmanager, de CEL diversiteit en minister van media Ingrid Lieten. Alle verzamelde data werden vervolgens geanalyseerd volgens een pragmatisch linguïstische methode, die de nadruk legt op zowel expliciete als impliciete betekenisgeving. Uit deze interpretatieve, systematische analyse blijkt dat culturele identiteiten niet functioneel aan bod komen in kinderprogramma's. Dit sluit sterk aan bij de resultaten uit de analyse van de beheersovereenkomsten van de VRT waaruit duidelijk de aanhang van de assimilatietheorie blijkt. Wanneer culturele identiteiten toch een rol spelen, gebeurt dit vaak in een erg negatieve en uiterst stereotyperende manier. Er blijkt ook amper verschil te zijn tussen de VRT en de commerciële omroepen, ondanks de diversiteitsengagementen en investeringen van de VRT. Een herziening en intensifiëring van de diversiteitsthematiek in de media lijkt dan ook hoogdringend.

Diversiteit - Interculturaliteit - Beeldvorming – Kindertelevisie – Openbare Omroep

Diversity has become reality. How to deal with this, is a politically inspired question. This paper investigates the political process about imaging the cultural identity in media. The focus is not on the shown amount of diversity, but on the way this is shown. Because of the socialization effects, there was chosen to investigate television programs with a target audience from six to twelve year old children. On the one hand, program contents were analyzed, on the other hand the management policy of the public broadcaster was investigated, so that it is possible to combine the results of imaging process and the underlying political process. Moreover, several qualitative elite-interviews were taken from scenarists, a broadcasting manager, the CEL Diversity (VRT) and the minister of media Ingrid Lieten. All collected data were analyzed with a qualitative, pragmatic linguistic method, which put stress on explicit as well as implicit signifiers. The main result of this investigation is that cultural identities are not functional in child programs. This supports the findings of the management policy, which shows a strong assimilationtheory-based point of view. When cultural identities are shown, this is mostly in a negative and stereotyping way, often in an insulting context. There is almost no difference between the public and the commercial broadcasters, notwithstanding the engagements about diversity from the VRT. A revision and intensification of the diversity theme in the media seems urgent.

Diversity – Interculturality – Imaging – Child television – Public broadcasting

## **1. Inleiding**

Diversiteit in de media is de afgelopen maanden een ‘hot item’ gebleken. Denk maar aan Ben Crabbé die werd beschuldigd van racisme tegenover een Turkse kandidaat in zijn dagelijkse spelshow ‘Blokken’. Het Nederlandse ‘De wereld draait door’ compileerde enkele discriminerende uitspraken van presentator Crabbé over een kandidaat met Turkse origine. Zowel in de kranten als via de sociale media werden duchtig meningen en interpretaties over deze compilatie gedeeld en verspreid. De teneur was duidelijk, het ging eerder om flauwe grapjes dan om een vorm van racisme. Daar kon geen twijfel over bestaan. De beschuldigingen aan het adres van het VRT-coryfee waren misschien inderdaad kort door de bocht, maar een debat over de essentie van de kritiek is er echter nooit gekomen. De echte vraag is hoe de media met diversiteit kan, en moet, omgaan.

Ondanks het feit dat superdiversiteit een realiteit is geworden, lijkt het er op dat het politieke discours hetzelfde is gebleven. Zowat iedereen is het er over eens dat zowel pluraliteit als diversificatie noodzakelijk zijn binnen een democratische samenleving. Toch is de uitwerking hiervan soms minder evident dan het lijkt. Het concept multiculturaliteit, dat toch een zekere geladenheid in zich draagt, is hier een treffend voorbeeld van (van Leeuwen, 2003). Deze term stelt enkel dat er een diversiteit bestaat aan culturele en etnische identiteiten, vaak ten gevolge van een migratiebeweging. Let wel dat het beschrijvend concept ‘multiculturaliteit’ niet wordt verward met de ideologische term ‘multiculturalisme’. Deze laatste heeft namelijk tot doel een antwoord te bieden over hoe dient te worden omgegaan met het gegeven van multiculturaliteit binnen een samenleving.

Multiculturalisme is dus geenszins een neutraal begrip. Het is een politieke vraag, afhankelijk van bepaalde visies, normen en waarden. Het doorgeven van die normen en waarden gebeurt dan weer via communicatie. Hoe de publieke opinie denkt over multiculturaliteit hangt dus enerzijds af van de ervaringen uit eigen hand, maar anderzijds ook uit het bestaande politieke discours en de manier waarop daarover wordt bericht in de media, waarbij dat wat door de media als norm wordt gesteld, ook als het heersend discours wordt aanvaard binnen de samenleving. Dergelijk dominant discours heeft als bijkomend effect, dat het niet meer in vraag wordt gesteld. Het krijgt een aureool van waarheid en wordt als dusdanig geïnternaliseerd in het eigen normen- en waardenkader. Dit kan evenwel zorgen voor een discrepantie tussen het algemeen aanvaarde politieke discours en de realiteit.

Dit is niet onlogisch aangezien de media een heleboel keuzes moet maken over hoe zij de complexiteit van de realiteit terugdringen, om een bevattelijk verhaal te kunnen vertellen. Zowel agendasetting, priming als framing effecten zijn noodzakelijk om tot toegankelijke mediaberichtgeving te komen. De keuzes die daarbij worden gemaakt, worden nog weinig in vraag gesteld en kunnen nochtans een grote invloed hebben. Welke zaken komen aan bod in de media en welke niet? En vanuit welk standpunt



wordt iets gebracht? Dit soort keuzes leidt volgens bepaalde theoretici niet tot een weergave van de bestaande werkelijkheid, maar wel tot het creëren van een vereenvoudigde, nieuwe werkelijkheid.

Dit onderzoek zal zich dan ook richten op hoe interculturaliteit wordt weergegeven in de Vlaamse media gericht op kinderen. Omdat kinderen nog in een fase zitten waarin normen en waarden worden gevormd zijn ze dus meer vatbaar zijn voor invloeden uit hun omgeving. Concreet zal empirisch worden nagegaan op welke manier wordt omgegaan met etnische en culturele identiteiten in kinderprogramma's. Hiervoor zal worden vertrokken vanuit een concrete probleemstelling gebaseerd op een ruim literatuuronderzoek. Via beleidsdocumenten, kwalitatieve interviews en zorgvuldig geselecteerde kinderprogramma's zal via een kwalitatieve discoursanalyse getracht worden om duidelijke antwoorden te formuleren om de beeldvorming en de achterliggende processen duidelijk te maken. Tijdens het seminarie Politieke Psychologie in het academiejaar 2011-2012 werd alvast de basis gelegd voor dit onderzoek door de beide beheersovereenkomsten van de openbare omroep te analyseren.

## **2. Maatschappelijke en theoretische relevantie**

Er is reeds veel onderzoek verricht naar de representatie van de werkelijkheid in de media. De basisassumptie van de publieke opinie is vaak dat wat in de media verschijnt heel nauw aansluit bij de werkelijkheid. De media zou een spiegel zijn van de realiteit. Meermaals werd echter aangetoond dat deze assumptie niet vanzelfsprekend is. De media kan de werkelijkheid nuanceren, overbelichten, onderbelichten en zelfs beïnvloeden. Daarom wordt in de wetenschappelijke literatuur vaak een andere assumptie als startpunt genomen, namelijk dat wat in de media komt per definitie een representatie van de werkelijkheid is. Baudrillard (1981) stelde dan ook dat wat in de media verschijnt een kopie is van de werkelijkheid zonder die werkelijkheid te kennen. "Een kopie zonder origineel."

Dat de media een eigen, nieuwe werkelijkheid creëert is voer voor veel normatieve discussies. Los van elk normatief standpunt is het zo dat deze eigenschap van de media zowel positief als negatief kan uitvallen. De media kan een werkelijkheid brengen die eenvoudiger te begrijpen valt en die kan bijdragen aan de vorming van democratie, bijvoorbeeld via educatie en socialisatie. Daarentegen is het eveneens zo dat de media een realiteit kan brengen die bestaande stereotypen en vooroordelen bevestigd en bestendigd door complexiteit en nuance te reduceren.

Precies omdat de media bepaalde effecten kent op de publieke opinie is het van immens belang dat die media, en zijn beeldvorming, wordt onderzocht. De publieke opinie vormt een bepaalde perceptie op basis van enerzijds de sociale omgeving en anderzijds de massamedia. Veel onderzoek gaat dan ook

over deze effecten van media op publiek. Nochtans is het minstens even belangrijk te weten wat die beeldvorming precies inhoudt. Het is onzinnig om een effect op de publieke opinie te verklaren terwijl niet eerst de media-inhoud zelf wordt bestudeerd. Daarom zal dit onderzoek zich in eerste instantie toespitsen op de mediaboodschap zelf. Daarna zal worden onderzocht in welke mate die mediaboodschap afhangt van de zenders, scenaristen en netmanagers. In het geval van de openbare omroep komt daar ook de politieke besluitvoering, en de uitvoering ervan, bij.

Een voorwaarde voor media-analyse is het in acht nemen van de mediacontext. De media kent enkele zeer belangrijke taken binnen een democratisch bestel, maar wat die precies inhouden verschilt van land en politieke context (Hallin en Mancini, 2004). Er bestaan drie grote mediasystemen. Een liberaal, een democratisch corporatistisch en een gepolariseerd pluralistisch systeem. België zou het nauwst aansluiten bij een democratisch corporatistisch systeem. Dit omwille van het feit dat er geen sterk politiek parallelisme bestaat, wat inhoudt dat media niet meer automatisch kunnen worden gelinkt aan bepaalde politieke stromingen. De sterke verzuiling lijkt verleden tijd. Daarnaast is er een georganiseerd pluralisme waarin wordt getracht zoveel mogelijk de diversiteit van de publieke opinie weer te geven. De media kent eveneens een sterk rationeel gezag binnen de samenleving en de overheid speelt een bepalende rol in het medialandschap. Dit laatste is in België het geval door de strikte regulering binnen het medialandschap en de sterke aanwezigheid van de openbare zender.

De openbare zender heeft zichzelf een beheersovereenkomst opgelegd, gesteund en onderschreven door de Vlaamse overheid. De Vlaamse politieke besluitvorming erkent hierbij de thematiek rond diversiteit in de media en koppelt daar uitvoerende maatregelen aan. Zo heeft de VRT naast een eigen 'charter diversiteit', ook een eigen Cel diversiteit opgericht. Naast de eigen investeringen van de openbare omroep richten ook verschillende middenveldorganisaties zich op de relatie tussen media en diversiteit. Enkele van de twee voornaamste Vlaamse organisaties hierin zijn vzw Kifkif en Trefmedia. Het Minderhedenforum reikt ook elk jaar een Interculturele Media Award (IMAD) uit aan een televisieproductie die de complexiteit van de interculturaliteit weergeeft. Dat ook de KU Leuven een vak in zijn curriculum meedraagt dat heet 'Media en diversiteit', is eveneens een uiting van de maatschappelijke waarde van dergelijk onderzoek. Op Europees niveau bestaat de netwerkorganisatie 'Online/More Colour in the Media' die verschillende NGO's, zenders en onderzoeksgroepen samenbrengt rond deze thematiek.

Waarden, normen, overtuigingen en attitudes worden al heel vroeg gevormd. Verschillende theorieën over politieke socialisatie, die later zullen worden uiteengezet, zijn het er over eens dat jonge kinderen hun eigen waardenstelsel creëren. Van jongs af aan wordt de complexe werkelijkheid ook gereduceerd tot gelijkenissen en verschillen, tussen in- en outgroups. De percepties over diversiteit en identiteit stammen dus voor een belangrijk deel uit de kinderjaren. Daarom is het van belang dat bij waardenoverdracht, ook door de media, extra aandacht wordt besteed aan kinderen en jongeren, want

de perceptievorming in deze levensstadia kunnen doorwerken in de rest van het leven. Nu de openbare omroep in samenspraak met de Vlaamse regering heeft beslist om van Ketnet een volwaardige kinder- en jongerenzender te maken, is het dan ook het momentum om aandacht voor diversiteit en multiculturaliteit in de beeldvorming te beklemtonen. Daarenboven mag de volledige marketingmachine rond kinderprogramma's niet worden onderschat. Ook dit draagt bij aan een versterking van mogelijke media-effecten.

Ook in de wetenschap is er ruim aandacht besteed aan diversiteit in de media, zoals naar voor zal komen in de theoretische ondersteuning van dit onderzoek. Waar de meeste onderzoeken zich richten op het meten van het aantal minderheden op televisie, is het de bedoeling van dit onderzoek om te zorgen voor een onderbouwde contextualisering die kennis zal bijbrengen over de manier waarop interculturaliteit voorkomt in televisieprogramma's. Dit onderzoek zal zich toespitsen op manieren van interactie in programma's om ook achterliggende betekenissen te ontdekken die kunnen dienen tot het besluiten van een al dan niet geschikte manier waarmee met interculturaliteit wordt omgegaan. Daarnaast heeft de meeste wetenschappelijke literatuur die de context betreft in zijn analyse, enkel betrekking op informatieve programma's, terwijl dit onderzoek ook aandacht heeft voor fictie.

Dit onderzoek, dat zich situeert in het veld van de politieke communicatie, zal gebruik maken van een interdisciplinaire methode- en theorievorming en zal steunen op kennis uit ondermeer de politicologie, politieke psychologie, sociale psychologie, ontwikkelingspsychologie, communicatiewetenschappen en sociologie. Bij onderzoek naar cultuur wordt heel weinig gefocust op linguïstische elementen, terwijl taal net als één van de centrale elementen van cultuur wordt gezien. Daarom zal dit onderzoek ook een linguïstische invalshoek meenemen in de analyse.

### **3. Probleemstelling**

Elk communicatieproces draagt impliciet of expliciet bepaalde waarden en normen met zich mee. Elke boodschap wordt namelijk gecreëerd binnen een sociale context. Deze redenering indachtig, kan worden gesteld dat elke vorm van communicatie per definitie ook een vorm van socialisatie inhoudt, en dus dat elke mediaboodschap socialiseert. Een uitdaging voor elke mediaproductent is dan ook het begrijpelijk voorstellen van een realiteit zonder evenwel de aandacht te verliezen voor hun socialisatieopdracht. De onontkoombare nood aan vereenvoudiging mag dus niet in het ijle gebeuren.

Wanneer het programma's gericht op kinderen betreft, moet deze afweging met de grootste zorg gebeuren. Wat in de media wordt afgebeeld wordt namelijk als een realiteit ervaren (Baudrillard, 1981). Volwassen kunnen vaak het mediabeeld enigszins toetsen aan hun individuele werkelijkheid,

waardoor de impact beperkt kan blijven. Kinderen daarentegen hebben niet zo'n uitgebreid referentiekader, waardoor de invloed van de media zodoende nog groter kan zijn, zeker wanneer geen volwassenen in de buurt zijn. Daarenboven zorgt een medium zoals televisie naar waarschijnlijkheid voor een grotere impact omwille van de visuele prikkeling. Deze zorgt voor een extra indruk van waarheidsgetrouwheid tegenover bijvoorbeeld radio-uitzendingen.

Het Vlaamse televisielandschap is niet monolithisch van aard. Een belangrijk onderscheid is het verschil tussen openbare en commerciële omroepen. Zowel qua missie, markt, producten, marketing en communicatie verschilt hun taak en aanpak. Voor dit onderzoek is het vooral belangrijk te weten dat een openbare omroep niet tot doel heeft om maximale winst na te streven, maar wel om positieve maatschappelijke effecten te creëren. Daarom mag het zich niet richten op specifieke doelgroepen. Zoveel mogelijk burgers moeten zich kunnen identificeren met de zender. Daarenboven verbindt de openbare omroep in Vlaanderen zich ertoe om participatie en diversiteit te bevorderen, uitgewerkt in een specifieke diversiteitsovereenkomst, opgesteld door een eigen Cel Diversiteit. Door de nadruk die de openbare omroep legt op het diversiteitsbeleid kan de volgende onderzoeksvraag worden gesteld:

*Wordt interculturaliteit in Vlaamse kinderprogramma's anders weergegeven bij een openbare omroep dan bij een commerciële omroep?*

Een analyse van de beheersovereenkomst, die inging op 1 januari 2012, zal worden gelinkt aan deze onderzoeksvraag. Door ook de beheersovereenkomst van 2007 – 2011 te analyseren zal een eventuele evolutie merkbaar zijn in de manier waarop de openbare omroep zich engageert om met cultuur en diversiteit om te gaan. Samen met kwalitatieve interviews bij de Cel Diversiteit van de VRT, de scenaristen van geselecteerde kinderprogramma's en het nethoofd van een commerciële omroep, zal worden getracht om tijdens het volledige proces (van productie tot aanbod) de aandacht voor diversiteit en interculturaliteit te volgen. Dit leidt tot de tweede onderzoeksvraag:

*In welke mate is de omgang met interculturaliteit in Vlaamse kinderprogramma's een gevolg van het volledig productie- en uitzendproces?*

Om een antwoord te kunnen formuleren op bovenstaande onderzoeksvragen zal eerst een uitgebreid overzicht worden gegeven over de bestaande literatuur, waarna zal worden overgegaan tot het eigen empirisch onderzoek. Op deze manier zal uiteindelijk antwoord kunnen worden geboden op de algemene onderzoeksvraag:

*Hoe wordt in de Vlaamse media voor kinderen omgegaan met etnisch culturele diversiteit, zowel op beleidsvlak als in het programma-aanbod?*

## **4. Literatuuronderzoek**

Deze literatuurstudie zal zich in eerste instantie richten op het concretiseren van bepaalde containerbegrippen. Via een korte kadering van deze begrippen zal getracht worden om tot een werkbare, te operationaliseren definitie te komen. Daarna zal vluchtig de Vlaamse mediacontext worden geschetst alvorens de weergave van diversiteit in de media, met een sterke focus op beeldvorming, uitvoerig te behandelen. Tenslotte zal een laatste deel van dit literatuuronderzoek enkele socialisatie-effecten behandelen, met de nadruk op de rol die de massamedia hierin op zich neemt.

### **4.1. Begrippenkader**

Deze studie richt zich op het bestuderen van diversiteit en interculturaliteit, enkele heel brede en ruime begrippen. Eerst zullen de belangrijkste concepten kort worden geschetst vanuit een wetenschappelijke invalshoek. De aangehaalde betekenissen zijn er maar enkele van de vele. Het is absoluut niet de bedoeling om een exhaustieve lijst met betekenissen en definities aan te reiken, er werd integendeel geopteerd voor een sterke, vatbare selectie. Deze inleiding in de concepten beoogt enkel om in een kleine wetenschappelijke introductie van deze begrippen te voorzien. Volgende concepten staan hierbij centraal: diversiteit, cultuur, interculturaliteit, interculturele communicatie en sociale categorisatie.

#### **4.1.1. Diversiteit**

Diversiteit is een begrip dat ondermeer wordt gebruikt in de biologie. Het uitgangspunt is dat elk leven uniek is, dus dat er tussen verschillende levens altijd natuurlijke verschillen zijn (Darwin, 1859). Soms hoor je wel eens in de volksmond zeggen: “het is maar goed is dat niet iedereen hetzelfde is, want dat zou maar saai zijn”. Diversiteit is dus een gegeven. Zowel natuurlijk als sociaal. Diversiteit kan ook een bron van conflict zijn. Verschil, of minstens gepercipieerd verschil, kan leiden tot spanningen, problemen en in de meest extreme gevallen zelfs tot bloedvergieten. Daartegenover kan diversiteit ook worden gezien als een element dat ervoor zorgt dat een leefwereld rijker en gevarieerder wordt. Daarenboven leidt diversiteit tot diversificatie, waardoor de mogelijkheden van een samenleving in grote mate toenemen als mensen met verschillende kwaliteiten erin slagen om samen te werken.

Binnen een democratisch systeem zijn gelijkheid, vrijheid en broederschap centrale waarden. Deze algemene rechten van de mens komen soms met elkaar in conflict. Soms begint vrijheid waar gelijkheid stopt en vice versa. Dit is tevens de grens waar diversiteit iets positief of iets negatief kan

zijn. Op het moment dat diversiteit zo gepercipieerd wordt dat het in tegenstrijd is met één van de drie bovenvermelde waarden, kunnen problematische situaties ontstaan. Zolang evenwel de aandacht voor diversiteit past binnen dit waardenkader kunnen de positieve aspecten ervan volledig en vrij naar boven komen. Waar die grens ligt en hoe met diversiteit wordt omgegaan hangt dus in grote mate af van de politieke, economische, sociale, historische en geografische context.

Door de reikwijdte van het begrip diversiteit is het niet mogelijk hier dieper op in te gaan zonder de blik te vernauwen naar enkele specifieke vormen van diversiteit. Deze paper zal zich daarom richten op vormen van culturele diversiteit.

#### **4.1.2. Cultuur**

Alle analyses over cultuur lijken in eerste instantie gebaseerd op intuïtie. Toch heeft ook de wetenschappelijke literatuur veel aandacht besteed aan cultuur. Maar zoals Williams (1976) stelde, is het niet eenvoudig om een volledige betekenis te geven aan dit concept:

*“Culture is one of the three most complicated words in the English language.”*

Enkele meer concrete definities van cultuur zullen hier worden besproken. Daarnaast bestaan ook heel wat absolutistische definities, maar door hun abstractheid kunnen zij vaak weinig bijdragen aan concreet onderzoek. Hun kracht ligt eerder op een macroniveau. Een vooraanstaande, specifieke definitie van cultuur is die van de organisatiepsycholoog Hofstede (2001):

*“Cultuur is de collectieve mentale programmering, die de leden van één groep of categorie mensen onderscheidt van die van een andere.”*

Deze auteur legt duidelijk de klemtoon op het feit dat cultuur verschil inhoudt. Daarenboven onderscheidt hij vier dimensies van cultuur. De eerste is de mate waarin de samenleving accepteert dat er ongelijkheid bestaat. Een tweede dimensie is de mate van individualisme/collectivisme, waarbij de leden van de gemeenschap vooral zichzelf en hun familie als prioriteit stellen, of integendeel de volledige gemeenschap centraal stellen. De derde dimensie is de mate van masculiniteit/femininiteit. Een masculiene gemeenschap is er één waarbij sekse-rollen duidelijk zijn gescheiden, bij een feminine gemeenschap lopen deze rollen over de geslachten heen. De laatste dimensie is de mate van onzekerheidsvermijding. Dit is de manier waarop een gemeenschap omgaat met onzekerheden.

Een vooraanstaande, meer werkbare opvatting is die van de antropoloog Baumann (1999) die stelt dat een cultuur uit drie grote elementen bestaat: nationaliteit, etniciteit en religie. Dit zijn de drie determinanten die iemand zijn cultuur bepalen en worden daarom ook samen de ‘multiculturele

driehoek' genoemd. Baumann gaat er van uit dat deze drie elementen bestaan uit zowel een essentiële als een dynamische basis. Voor een deel staat de cultuur van een persoon dus vast, terwijl deze ook veranderlijk kan zijn en zich aanpast aan verschillende contexten. Nationaliteit is volgens hem een historische constructie die gebaseerd is op tradities, rituelen, onderwijs, ... Mensen percipiëren nationaliteit, zowel bij zichzelf als bij anderen, dus vaak foutief als een natuurlijk gegeven. Nog opvallender is dat de auteur ook etniciteit als veranderlijk beschouwt. Etniciteit is deels gebaseerd op verwantschap, maar is tevens deels een sociale constructie. Baumann vergelijkt etniciteit met oude wijn. Hij is op een natuurlijke manier gemaakt, maar de natuur heeft het niet zelf gemaakt. Daarenboven is het zo dat een etniciteit enkel kan bestaan in verhouding tot andere etniciteiten. Het laatste en derde element, religie, is eveneens dynamisch. Religieuze identiteit is veranderlijk wanneer iemand in een geheel nieuwe context terechtkomt of wanneer de overtuigingen van de persoon zelf veranderen.

In een samenleving waar verschillende culturen naast elkaar leven is het dus zeker niet onmogelijk dat culturen elkaar beïnvloeden. Dit brengt ons tot het concept van interculturaliteit.

#### **4.1.3. Interculturaliteit**

Een noodzakelijke voorwaarde om van interculturaliteit te spreken is dat er binnen een samenleving verschillende culturen bestaan. Net zoals de publieke opinie, zijn ook de academici verdeeld over de gevolgen hiervan. Sommige zien dit gegeven als iets heel negatief dat zou leiden tot meer conflict, anderen zien het als een mogelijkheid om tot een samenleving te komen met meer wederzijds respect en kennis.

Interculturaliteit is dus een gegeven tussen twee culturen. In navolging van de definitie van Baumann (1999) over cultuur, betekent dit dat interculturaliteit ontstaat tussen minstens twee personen die op religieus, etnisch of nationaal vlak niet tot dezelfde groep behoren. Een soortgelijke definitie kan gevonden worden bij Galtung (1996), al maakt deze een onderscheid tussen een micro- en macroniveau van interculturaliteit. Vanuit een microperspectief is het zo dat interculturaliteit wordt gedefinieerd als een verschil in tradities, overtuigingen, normen, waarden, taalelementen en geografische elementen. Op macroniveau refereert interculturaliteit aan verschil in de culturele dimensie van mensen, wat betekent dat er verschil is in de symbolische sfeer die met cultuur gepaard gaat. Concreet gaat het over elk symbool dat dient ter legitimisatie van de manier waarop de samenleving is georganiseerd. Noodzakelijk om aan die veelheid aan culturen een positief elan te geven is communicatie tussen die culturen.

Effectieve communicatie is evenwel niet vanzelfsprekend. Deze vindt enkel plaats wanneer de ontvanger de boodschap begrijpt zoals door de zender bedoeld werd en waarvan de boodschap zo wordt gepresenteerd dat deze de relatie tussen zender en ontvanger niet beschadigt (Pinto, 1990). Wanneer communicatie intercultureel wordt, kent deze enkele extra valkuilen. Shadid (1994) haalt zo'n belangrijke valkuil aan, namelijk die van een 'schaduwcultuur'. Hiermee bedoelt de auteur dat interculturele communicatie te veel gebeurt op basis van vooroordelen en veralgemeningen. Het communiceren op basis van dergelijke stereotypen kan zorgen voor een verzuurde relatie tussen de betrokken culturen. Hieruit blijkt dat goede communicatie begint bij kennis over de ander. Die kennis is belangrijk omdat het de communicatie rechtstreeks beïnvloedt. Daarom schuift Shadid (1994) drie grote categorieën naar voor die niet uit het oog mogen worden verloren. De eerste is taal, de tweede is non-verbale uitingen en de derde zijn normen, waarden, symbolen en gebruiken.

Wanneer verschillende culturen voorkomen binnen eenzelfde samenleving is interculturele communicatie onvermijdelijk. Hoe dit werkt en waarom dit belangrijk is wordt besproken vanuit een sociaal psychologische invalshoek.

#### **4.1.4. Sociale categorisatie**

Cultuur, en dus ook interculturaliteit, zorgt voor een zekere mate van identiteitsvorming. De sociale identiteit wordt namelijk gevormd door de verhouding tussen het individu en zijn omgeving (Wentholt, 1991). Wanneer individuen hun identiteit vormgeven aan de hand van verschil, ontstaat het fenomeen van de sociale categorisatie (Tajfel, 1982). Eerst ga je jezelf categoriseren op basis van bepaalde kenmerken, waarden, normen, ... Daarna ga je mensen die op basis van deze elementen gelijkaardig aan je zijn, indelen in dezelfde categorie. Wie daar niet bij hoort zal worden ingedeeld in een andere categorie. Dit zorgt voor de creatie van een ingroup/outgroup werkelijkheid waarbij automatisch een wij/zij discours ontstaat, wat kan leiden tot vormen van vooroordelen en discriminatie.

Sociale categorisatie produceert verschillende psychologische processen. Een eerste is dat de groep waartoe je zelf behoort als superieur wordt gezien tegenover de andere groep. Dit leidt tot het versterken van een positieve attitude tegenover zij die tot dezelfde groep behoren en een negatieve attitude tegenover leden van de andere groep (Peffley en Hurwitz, 1993). Vaak wordt dit proces etnocentrisme genoemd. Uiteindelijk gaat het hier over het gebruik van een mentale vereenvoudiging die de wereld opdeelt in twee entiteiten in plaats van een veelheid eraan. Elk individu categoriseert op basis van zijn eigen ervaringen, disposities en attitudes. De opdeling die wordt gemaakt tussen een "wij" en een "zij" kan dus volgens gelijkaardige personen toch soms anders zijn, naargelang de



waarde die wordt toegekend aan deze disposities, ervaringen en attitudes. Toch ontstaat een sterke verbondenheid met de in-group, een zekere solidariteit tussen de leden omdat ze het gevoel hebben dat ze enerzijds gelijkaardig zijn en anderzijds ook soortgelijke ervaringen meemaken op basis van die gelijkaardige identiteiten (DeFleur et al., 1973). Turner (1985) vult daarom de theorie aan met de concepten 'zelfcategorisatie' en 'zelfidentificatie'. Dit stelt nog meer dat het niet zozeer de groep is die invloed heeft op zijn leden, maar wel dat het individu zijn wereld ziet door deze groepsopdeling. Het moet evenwel ook gezegd dat het bepalen van de eigen identiteit ook een zaak is van het integreren van de verschillende elementen van verschillende culturen waarmee je in contact komt (Vink, 2001).

Bovenstaande theorie ligt in de lijn van de referentiegroeptheorie. Referentiegroepen zijn die groepen waartoe individuen willen behoren. Ze associëren zichzelf met de normen en waarden van deze groep en willen er daarom ook bijhoren (Riley en Riley, 1959). Dergelijke groepen hebben een invloed op het individu omdat deze laatste zich enerzijds gaat aanpassen om bij de groep te kunnen behoren en anderzijds omdat ze ook een vergelijkingspunt vormen binnen de volledige sociale werkelijkheid.

Dergelijke sociale categorisatie en het indelen van de wereld in groepen en referentiegroepen kan tevens zorgen voor het ontstaan van vooroordelen tussen deze groepen, die op hun beurt de basis vormen voor discriminerend gedrag, aangezien groepen die het meest leiden onder vooroordelen het meest kans maken om gediscrimineerd te worden (Fiske et al., 1999). Vooroordelen kunnen op een continuüm worden gezet van 'genegen tot ongenegen' en van 'gerespecteerd tot niet gerespecteerd'. Elk vooroordeel kan naast de cognitieve, affectieve en conatieve aspecten ook worden geplaatst op beide continua. Vanuit deze theoretische achtergrond kan worden gesteld dat een positieve manier om met interculturaliteit om te gaan begint bij positieve, affectieve, cognitieve en conatieve overtuigingen en handelingen, terwijl er onderling een basis van respect en genegenheid bestaat. Discriminatie vandaag is evenwel niet meer wat het is geweest. De wetenschappelijke literatuur spreekt van een 'nieuw racisme', een vorm van discriminatie die stelt dat mensen zich publiek als niet discriminerend zullen voordoen en zich niet racistisch zullen uiten, terwijl dezelfde personen onderhuids weldegelijk racistische ideeën hebben (McConahay, 1983).

Nu enkele van de belangrijkste concepten rond diversiteit kort zijn geschetst, wordt gekeken naar de context waarin met deze begrippen zal worden omgegaan. Omdat dit onderzoek zich richt op diversiteit bij de Vlaamse openbare omroep, zal hierna eerst die mediacontext worden geschetst, waarna dieper wordt ingegaan op de rol van een publieke omroep.

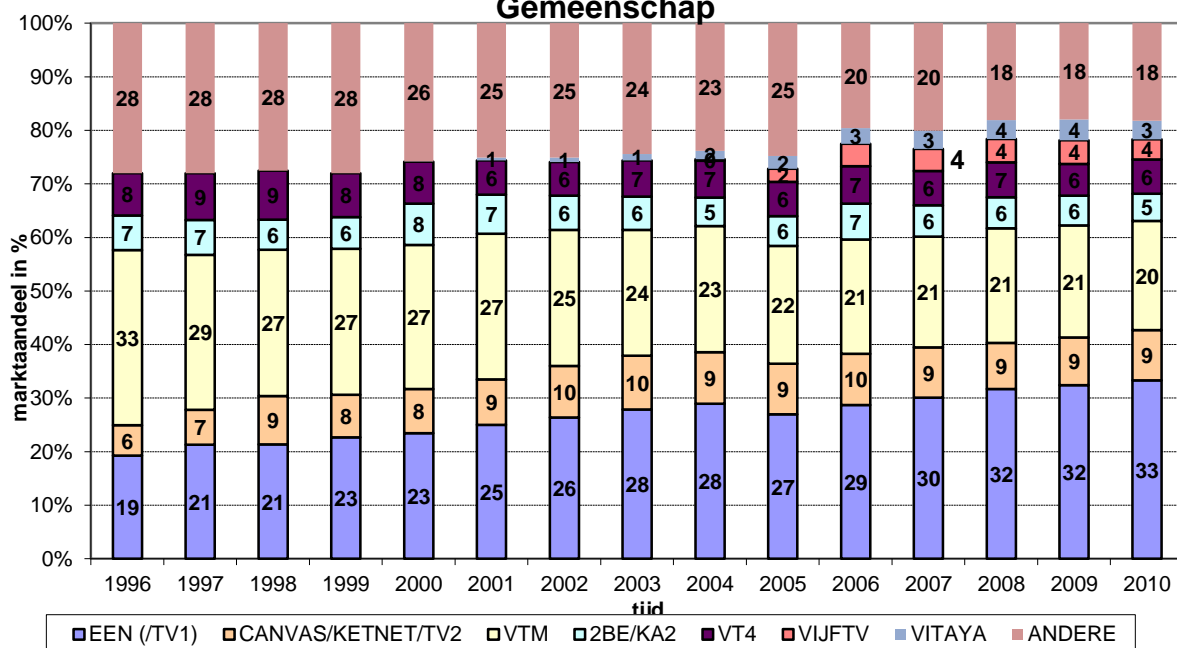
## 4.2. Het Vlaams televisielandschap

De mediacontext is heel belangrijk. Het medialandschap heeft namelijk ontegensprekelijk een invloed op hoe de media fungeert. De commercialisering van dit medialandschap heeft er ondermeer voor gezorgd dat alles steeds sneller moet verlopen. Ook de constante technologische evolutie bepaalt voor een deel de werking van de media. Daarom is het nodig om bij dit onderzoek eerst even in vogelvlucht het Vlaamse televisielandschap door te nemen.

De Vlaamse openbare omroep, VRT, bestaat naast verschillende radiozenders, sinds kort uit drie televisiezenders. De grootste daarvan, Eén, vertrekt vanuit een generalistische doelstelling en wil dus een zo groot mogelijk Vlaams publiek bereiken. De tweede zender is Canvas en brengt zogenaamde 'kwaliteitstelevisie'. Ook grotere aandacht voor humor, sport en kunst is één van zijn opdrachten. Het derde net, OP12, is gericht op kinderen en jongeren. Een vierde openbare zender is de BVN (het Beste van Vlaanderen en Nederland), ook een publieke zender, ontworpen voor Vlamingen en Nederlanders in het buitenland. Deze zender programmeert enkel Nederlandstalige producties die ook worden vertoond op een Belgisch of Nederlands openbaar net. Indien u meer wenst te weten over de geschiedenis van de openbare omroep, wordt u doorverwezen naar Dhoest en Van Den Bulck (2007).

Naast de openbare omroep hebben ook verschillende private organisaties zich op de televisiemarkt gestort. Door de veelheid aan commerciële zenders zal hier enkel een kort, schematisch basisoverzicht weergegeven worden. Indien gewenst kan een uitgebreid overzicht teruggevonden worden op de website van de VRM (Vlaamse Media Regulator, 2012). In grafiek 1 wordt de evolutie van het marktaandeel van de belangrijkste Vlaamse tv-zenders weergegeven. Een eerste belangrijke commerciële speler is de VMMA het moederbedrijf van zowel vtm, 2BE, JIM, anne, vtmKzoom, Vitaya en Vitaliteit. 'De Vijver Mediaholding' heeft de zenders VT4 en vijfTV onder zijn hoede. MTV Networks Benelux kan zich eigenaar noemen van Nickelodeon, Nick. Jr., TMF en MTV en Studio 100 heeft Studio 100 tv en Njam! onder zich. Kleinere Vlaamse zenders zijn Exqi Sport Culture, Discovery Channel, Disney Channel, Prime, Sporting Telenet, Belgacom 11, Acht, Actua tv, Kanaal Z, Life!tv, Stories, MENT tv, BE Shop tv, Xite en de negen regionale zenders. In grafiek 1 kan een evolutie van het marktaandeel van alle zenders teruggevonden worden.

**Grafiek 1: Marktaandeel tv-zenders in de Vlaamse Gemeenschap**



Grafiek 1: Evolutie van het marktaandeel van de 7 belangrijkste Vlaamse televisiezenders en een restcategorie (Vlaanderen.be, 2011).

Het is evenwel onmogelijk en niet noodzakelijk om elk van de zenders diepgaander te bespreken, daarom zal enkel worden gefocust op die zenders die relevant zijn voor dit onderzoek en zich dus richten tot kinderen.

### Het Vlaams televisielandschap voor kinderen

Het televisielandschap voor kinderen werd in 2012 danig door elkaar geschud. Waar tot voorheen Ketnet (sinds 1 december 1997) een zender moest delen met Canvas en Sporza (sportuitzendingen), heeft de VRT nu geopteerd voor de implementatie van een derde zender die dienst zal doen als exclusieve kinder- en jongerenzender. Op Ketnet worden programma's uitgezonden met een totale doelgroep van 2- tot 16-jarigen. De programma's worden aan elkaar gepresenteerd door jonge presentatoren, de Ketnetwrappers, die vaak zorgen voor interactie met de jonge kijkers. Deze kinder- en jongerenzender is onderdeel van de openbare omroep en moet bijgevolg aan de voorwaarden voldoen die in de beheersovereenkomst van de VRT werden afgesproken.

Naast Ketnet houden ook enkele commerciële omroepen zich in grotere of kleinere mate bezig met kinder- en jeugdprogramma's. Zowel 2BE, vt4, Disney Channel, Nick Jr. en in grote mate Nickelodeon brengen kinder- en jongerenprogramma's die niet van Vlaamse makelij zijn. Vooral Amerikaanse en Japanse series worden uitgezonden, gedubd of ondertiteld.

Nickelodeon werd opgericht in 2003 en deelde toen een zender met MTV. Vanaf 4 oktober 2011 kreeg Nickelodeon het alleenrecht op de zender en werd MTV naar een digitale zender verplaatst. Het zusterkanaal Nick. Jr. richt zich op de allerkleinsten en ging van start op 1 december 2005. Disney Channel op zijn beurt is op de Vlaamse tv te zien sinds 1 november 2009. Zij richten zich vooral op jeugd tot 15 jaar met een sterke focus op animatieseries.

VtmKzoom is een kinderzender die in de digitale ether kwam op 1 september 2009 met als doelgroep 2- tot 12-jarigen. Zij proberen ook te voorzien in lokale producties. Dit betekent dat zij heel wat minder buitenlandse producties aankopen maar zich vooral richten op creatief talent uit Vlaanderen. Een aanzienlijk deel van de programma's wordt geproduceerd door Studio100, al is dit niet enkel het geval voor vtmKzoom. Ook Ketnet koopt soms programma's aan bij Studio100, dat ook zelf een zender bezit, namelijk Studio 100 tv, gelanceerd op 1 september 2008, enkel te bekijken via digitale televisie van Telenet. Op deze zender worden constant muziekclips getoond van de verschillende Studio100 producties.

### **4.3. Media en diversiteit**

De afgelopen decennia is er op allerhande manieren onderzoek verricht naar de manier waarop met diversiteit wordt omgegaan in de media. Aangezien de focus van dit onderzoek interculturaliteit betreft, zal dieper worden ingegaan op de weergave van culturaliteit in de media. Deze kennis is nodig om straks zelf te onderzoeken hoe verschillende culturen met elkaar omgaan in de media.

Zoals gesteld hangt cultuur samen met concepten als nationaliteit, etniciteit, religie, identiteit, discriminatie, racisme, vooroordelen ... De macht van de media in acht genomen is het vanzelfsprekend dat zij met dergelijke concepten op een genuanceerde manier omgaan. In diversiteitsonderzoek naar etnisch culturele minderheden komen drie grote thematieken aan bod. Eerst en vooral betreft het de beeldvorming van die minderheden in de media. Worden minderheden vaak afgebeeld in de media? Hoe worden ze gerepresenteerd? Welke etnisch culturele minderheden komen vaak aan bod en welke minder vaak? Speelt huidskleur nog een rol in beeldvorming? Een tweede thematiek is de participatie van minderheden in de media, bijvoorbeeld in tewerkstelling en beleid. Een laatste handelt over hoe de media wordt ontvangen bij de minderheden zelf. Maken zij gebruik van het bestaande media-aanbod en zijn zij hierover tevreden, worden dan de kernvragen. Dit onderzoek zal zich enkel toespitsen op de eerste thematiek die zich concentreert op de representatie van minderheden in de media en de beeldvorming die daarbij ontstaat.

### 4.3.1. Representatie van minderheden

Twee belangrijke redenen liggen aan de basis van onderzoek naar representatie van minderheden (Monk-Turner et al., 2010). Enerzijds omwille van potentiële media-effecten. De manier waarop de media groepen uit de samenleving afbeeldt kan een effect hebben op de perceptie van de samenleving over die specifieke groep. Anderzijds kan de manier van representatie ook effecten veroorzaken bij de minderheden zelf. Dit soort berichtgeving is op zichzelf al een cultureel artefact omdat deze niet los staat van politiek beleid en de publieke opinie. Dit houdt in dat de representatie van minderheden in meerdere of mindere mate ook iets vertelt over de attitudes en gedragingen van de samenleving waarin deze afbeeldingen worden gecreëerd.

Het grootste aantal onderzoeken probeert de hiervoor geschetste thematiek te verklaren door middel van kwantitatief onderzoek, vaak in de vorm van een discoursanalyse. Toonaangevend Vlaams onderzoek stelt dat sinds 1980 meer en meer kleur wordt uitgezonden op de Vlaamse televisie (D'Haenens en Saeys, 1996). Meer etnisch culturele minderheden worden afgebeeld in televisieprogramma's, maar nog niet voldoende om representatief te zijn. Ook wordt vanaf dit moment minder openlijk racistisch gesproken in de media, wat waarschijnlijk ten dele zijn oorzaak kent in het feit dat racisme minder werd aanvaard in de samenleving. Amerikaans onderzoek legt een deel van de oorzaak bij economische factoren (Cashmore, 1994). Omdat het 'zwarte' publiek een steeds grotere economische kracht werd, trachtte de media ook intensiever om deze mensen te bereiken. Economische motieven spelen dus ook een rol in de weergave van diversiteit in de media.

Het is evenwel niet omdat er meer etnisch culturele minderheden in de media komen dat dit automatisch leidt tot een veranderende houding van de media tegenover die minderheden. Doordat de commerciële media zich baseert op kwantitatieve doelgroeponderzoeken en de openbare omroep op zelf opgelegde streefcijfers, wordt de manier van representatie vaak bijkomstig. Zo komt Amerikaans onderzoek naar interculturaliteit in soaps tot de vaststelling dat personages vaak geen culturele verschillen kennen (Lindsey, 1995). Etnisch culturele minderheden worden op een cultureel identieke manier voorgesteld als de meerderheid. Elke vorm van culturele differentiatie wordt ontkend, terwijl in realiteit weldegelijk culturele verschillen kunnen bestaan. Het ontkennen van bepaalde eigenschappen van de ander lijkt dan ook geen voorbeeld van een positieve manier van interculturaliteit (Jhally en Lewis, 1992). Integendeel zorgt het zelfs voor een versterking van de moderne vorm van racisme, wat inhoudt dat er geen openlijk racisme meer zouden bestaan, terwijl het onderhuids nog steeds aanwezig zou zijn. Daarom worden vaak andere etnisch culturele identiteiten niet negatiever afgebeeld, maar wordt de eigen identiteit wel positiever getoond (Van Dijk, 1991).

De Diversiteitsmonitor van de VRT over de jaargang 2011, uitgevoerd door de eigen VRT studiedienst in samenwerking met de universiteiten van Antwerpen en Leuven, maakt gebruik van een

kwantitatieve analyse om de zichtbaarheid van diversiteit op het Vlaamse scherm te meten (VRT studiedienst en ENA, 2011). Dit is een vervolgstudie die tweejaarlijks wordt uitgevoerd. De cijfers van dit onderzoek hebben betrekking op alle uitgezonden programma's van 2011. Deze studie heeft aandacht voor uiterlijke kenmerken van verschillende soorten diversiteit, zowel etnisch cultureel, gendergerelateerd als naar leeftijd en personen met een functiebeperking. De indeling van etnisch culturele minderheden gebeurt op basis van kleur. Zo blijkt dat op Ketnet 12,5% van de actoren een kleurtje had. Op Canvas, dat het best scoort, loopt dit cijfer op tot 21,9%. De private zenders scoren daartussenin met 14,6%. Dit onderzoek maakt tevens het onderscheid tussen programmagenres. Zo blijkt dat Ketnet beter scoort in non-fictie met 17,2% gekleurde actoren, wat een hele inhaalbeweging is tegenover de Diversiteitsmonitoren van 2007 en 2009. Bij fictie evenwel blijft de openbare jongerenzender steken op 8%. Opvallend is dat het meeste kleur bij de private omroepen voorkomt in het misdaadgenre. Dit sluit aan bij onderzoek van Entman (1992) waarin wordt geponereerd dat kleur vaker aanwezig is wanneer het over misdaad gaat (in fictieve series).

#### **4.3.2. Beeldvorming van minderheden**

Een opvallende tegenstelling in de wetenschappelijke literatuur over de representatie van minderheden is of er al dan niet ruimte is voor de eigenheid van de minderheidsgroepen. Is er oog voor verschilpunten tussen actoren uit de minderheid en de meerderheid of worden zij afgebeeld zonder oog voor verschillen op etnisch cultureel vlak? Beide hypothesen worden door verschillende onderzoeken ondersteund. Zo wordt in het onderzoek van Mastro en Greenberg (2000) onderzocht hoe raciale minderheden in Amerika worden afgebeeld in prime time televisieseries. Daarnaast werd bekeken of er ook verschillen zijn tussen die minderheden onderling. Deze studie werd opnieuw uitgevoerd door Monk-Turner et al. (2010), eveneens met een kwantitatieve inhoudsanalyse als methodologie. Ze maken een onderscheid tussen de weergave van Kaukasische, Latijns-Amerikaanse en Afro-Amerikaanse minderheden en brengen zowel fysieke als gedragseigenschappen in rekening. Uit het onderzoek blijkt dat deze groepen weldegelijk verschillend worden gepresenteerd, wat niet onlogisch is gezien hun verschillende sociale posities in de Verenigde Staten. Deze laatste opmerking neemt het onderzoek helaas niet mee in zijn analyse. Ze komen wel tot de conclusie dat minderheden worden weergegeven vanuit hun eigenheid. De nadruk wordt duidelijk op de verschilpunten gelegd, behalve bij Latijns-Amerikanen.

Ook Poindexter et al. (2003) hebben getracht via een kwantitatieve discoursanalyse te onderzoeken hoe ras en etniciteit worden gerepresenteerd in de media. Zij hebben zich toegespitst op nieuwsuitzendingen van lokale televisiezenders. De conclusie van dit onderzoek is dat sinds 1968 weinig verandering merkbaar geworden is over hoe kleur in de media wordt gepresenteerd. Vaak

wordt kleur genegeerd, fout gerepresenteerd of gestereotypeerd. Een reden die wordt aangehaald is het ras van de reporter. Een reporter met een andere etnisch culturele achtergrond kan ervoor zorgen dat berichtgeving op een andere manier verloopt dan wanneer deze reporter tot de etnisch culturele meerderheid behoort. Deze auteurs houden dus een pleidooi voor een gediversifieerd personeelsbeleid dat op zijn beurt ook effecten zou kennen op de beeldvorming.

Ook volgens Schelfhout (1998) kunnen media beeldvorming beïnvloeden. Deze auteur is dan ook van mening dat het de taak van de media is om een positieve beeldvorming van minderheden aan te reiken en bepaalde vooroordelen te ontcrachten. Twee oplossingen zijn voor handen om niet te vervallen in vooroordelen (Smelik et al., 1999). De eerste is om de macht van de persoon die behoort tot een minderheid te vergroten en die persoon ook als effectief handelend voor te stellen. De tweede oplossing is om dualiteit tegen te gaan door te zorgen voor een bredere waaier aan identiteiten, kenmerken, attitudes, ... die worden weergegeven.

Eén van de weinige kwalitatieve inhoudsanalyses binnen deze thematiek stamt van De Bruin (2002). Hij kwam tot de conclusie dat vier strategieën mogelijk zijn om etniciteit te representeren. Een eerste is dat er geen etnisch culturele verschillen worden weergegeven. Etniciteit doet dus niet terzake. Een tweede strategie is een duidelijke invulling van de etnisch culturele identiteit van een personage. Er is aandacht voor de etniciteit van het personage en het is een belangrijke vormgever voor zijn identiteit. Een derde mogelijkheid is een diverse etnische identiteit. Dit betekent dat de etnische identiteit soms wel nadrukkelijk aanwezig is en op andere momenten niet. Een laatste strategie is er één waarin het personage actief zijn eigen etnisch culturele identiteit in vraag stelt. Dit komt evenwel het minst vaak voor.

Leurdijk (1999) maakt gebruik van een iets meer taalgerichte methodologie, al wordt meer de taalopbouw bestudeerd, dan het daadwerkelijk taalgebruik. Deze auteur maakt een vergelijkende analyse van het discours rond de multiculturele samenleving, uitgaande van een sociale constructie van discours. Hij komt tot de conclusie dat etnisch culturele minderheden enerzijds vaak worden geproblematiseerd in de media en anderzijds dat ze ook soms als een verrijking van de heersende cultuur worden gezien. De gehanteerde methodologie sluit het nauwst aan bij de linguïstische manier waar dit onderzoek op zal bogen.

Huntemann en Morgan (2001) tenslotte hebben onderzocht hoe de media de leefwereld van jongeren bepalen. Zij stellen dat jongeren door de sterkere en continue aanwezigheid van de media, meer indirecte contacten hebben. Dit hoeft niet negatief te zijn omdat deze contacten steeds realistisch en levendig blijven. De auteurs geven aan dat hoe ouder kinderen worden, hoe meer zij openstaan voor indirecte boodschappen, terwijl ze zich nog steeds in een fase bevinden waarbij ze hun identiteit ontdekken en vormgeven. Deze auteurs gebruiken in tegenstelling tot vele anderen ook de invalshoek van de minderheden zelf. Ze erkennen namelijk dat de media stereotypes in stand kunnen houden en

normaliseren en dat die negatieve stereotypering er net kan voor zorgen dat er een negatief zelfbeeld ontstaat bij leden van minderheidsgroepen. De auteurs geven ook drie mogelijke negatieve gevolgen van dit effect. Een eerste is het gevoel dat de groep waartoe je behoort slecht is, en je dus als deel van die groep ook jezelf als slecht percipieert. Een tweede is dat je het lidmaatschap van die groep niet opneemt. Je ontkent dus een deel van je sociale identiteit omwille van de negatieve beeldvorming over die groep. Een laatste potentieel negatief gevolg is dat de dominante stroming wordt aangevallen op zijn oordeel. De idee dat de samenleving die de boodschap uitzendt fout is, kan zorgen voor een opgekropte frustratie en een onrechtvaardigheidsgevoel. Vink (2001) stelt daarenboven dat negatieve elementen uit een andere cultuur niet bijdragen aan eigen identiteitsvorming. Positieve representaties in de media kunnen evenwel eenzelfde effect teweegbrengen als wat direct contact kan teweegbrengen, namelijk een grotere kennis en een groter vertrouwen in de ander.

Een voorbeeld van kindertelevisie en zijn effecten op attitudes van kinderen is Sesamstraat (Graves, 1999). Dit televisieprogramma kende verschillende sociale doeleinden. Daarbij werd ook specifiek aandacht besteed aan raciale thematieken om op die manier de bestaande stereotypen en attitudes terug te dringen. Er is weldegelijk een effect gevonden, maar het is onduidelijk of dit ook op lange termijn heeft standgehouden. Uit dit onderzoek blijkt evenwel dat ouders en kinderen op een andere manier worden beïnvloed. Omdat dit onderzoek zich richt op programma's voor kinderen, zullen we eerst richten socialisatie- en educatieprocessen van naderbij bestuderen.

## **4.4. Socialisatie**

Mensen worden doorheen hun leven constant gesocialiseerd. Continue beïnvloeding van de sociale omgeving creëert psychologische processen die een directe of indirecte invloed kunnen hebben op cognities, affecties en gedragingen. Daarom is zowel binnen het veld van de sociologie als van de ontwikkelingspsychologie veel aandacht besteed aan socialisatieprocessen, zeker omdat het hier een onderzoeksveld betreft dat gebaseerd is op de interactie tussen genetische en omgevingsfactoren. Hierna zal eerst dieper worden ingegaan op de algemene visies rond socialisatie om vervolgens de aandacht te richten op socialisatie bij kinderen. Tenslotte zal worden toegespitst op de rol van de media als belangrijke actor in dit proces.

### **4.4.1. Socialisatie: Algemeen**

Socialisatie gaat over het overnemen van opvattingen, waarden, normen, overtuigingen, regels en gedragingen aan de hand van wat je gewaar wordt in je sociale omgeving. Door het internaliseren van deze waarden en normen vorm je je sociale identiteit, wat ertoe leidt dat je als lid wordt gezien van een



bepaalde gemeenschap of cultuur. Door het eigen maken van opvattingen in de sociale wereld wordt je persoonlijkheid gevormd. Socialisatie gebeurt zowel bewust als onbewust en doorheen het hele leven (Meulenbelt, 1984). Hoe het socialisatieproces precies werkt is al decennia lang voer voor discussie in de wetenschappelijke wereld.

Ook over de verschillende bouwstenen van socialisatie is geen eensgezindheid. Zo stellen sommige onderzoekers dat de mens een wereld ervaart die wordt geconstrueerd door taal (Nijhof, 2003). Deze linguïstische interpretatie beweert dat de sociale werkelijkheid voor een deel door taal wordt doorgegeven. Aangezien taal evenwel niet neutraal is, zoals ook de Sapir Whorf hypothese stelt, is het zo dat de sociale werkelijkheid eveneens niet neutraal is (Kay en Kempton, 1984). De mens creëert zijn eigen realiteit door middel van taal, daarom moet er een constante aandacht zijn voor het gebruik van taal in het kader van socialisatie.

Een eerder negatieve visie op socialisatie is terug te vinden in het werk van Devine (1989). Volgens zijn theorie van automatisch en gecontroleerde stereotypes, zegt hij dat het indirect aanleren tijdens socialisatie heel makkelijk leidt tot het opnemen van negatieve stereotypes. Wanneer personen die dergelijke stereotypes bezitten in contact komen met personen die het voorwerp zijn van die stereotypes, ontstaat een echte groepsategorisatie. Dit betekent dat socialisatie vaak negatief werkt en in de meest extreme omstandigheden zelfs tot racisme kan leiden.

Een meer ecologisch georiënteerde aanpak wordt aangereikt door Bronfenbrenner (1974). Hij stelt dat de omgeving een grote invloed heeft op kinderen. De leefwereld van de kinderen is bepalend voor hun ontwikkeling. Hij maakt een onderscheid tussen micro-elementen zoals de ouders, meso-elementen zoals de school, exo-elementen zoals de buurt waar je woont en macro-elementen zoals het economisch en sociaal systeem, dat grotendeels kenbaar wordt gemaakt door de media. Socialisatie is echter een te breed concept om hier volledig uit de doeken te doen. Daarom zal in deze sectie vooral socialisatie bij kinderen worden bestudeerd, alvorens de rol van de media hierin te schetsen.

#### **4.4.2. Socialisatie bij kinderen**

De oorsprong van de wetenschappelijke studie van psychologische ontwikkeling ligt in het begin van de twintigste eeuw. De eerste invloedrijke theoreticus was Jean Piaget (1965), grondlegger van de cognitieve ontwikkelingstheorie. Vertrekkend vanuit een interesse naar intelligentie-evolutie bij kinderen, hield hij zich doorheen zijn wetenschappelijke loopbaan bezig met de vraag hoe kinderen denken en hoe dit verandert naarmate het ouder worden. Zo komt hij tot een model met vier belangrijke fases, die elkaar opvolgen, maar waarvan niet iedereen tot in de vierde fase raakt. De eerste fase is de sensomotorische, die meestal plaatsvindt bij kinderen van nul tot twee jaar. Hier zijn

kinderen heel erg egocentrisch omdat ze zich nog niet kunnen verplaatsen in het standpunt van anderen. Daarna komt de preoperationele fase, vaak vanaf een jaar of twee tot een jaar of zes. Het egocentrisme neemt beetje bij beetje af, maar kinderen kunnen nog niet logisch denken. Daarentegen kunnen wel eenvoudige mentale processen worden uitgevoerd. De derde fase wordt de concrete operationele fase genoemd. Hier beginnen kinderen de wereld te analyseren en classificeren. Kinderen worden meer groepsgericht omdat ze zich ook kunnen verplaatsen in de gedachtegang van anderen. Deze fase loopt tussen het zesde en twaalfde levensjaar. Vanaf de adolescentie is het mogelijk de laatste fase te bereiken, de formele operationele fase. Logisch en abstract denken gebeurt als vanzelf, evenals het probleemoplossend denken. Niet iedereen bereikt evenwel deze laatste fase.

Naast een analyse van de evolutie van kennis en cognitieve mogelijkheden bij kinderen hield Piaget (1965) zich ook bezig met de morele ontwikkeling van het kind. Beide evoluties staan evenwel niet volledig los van elkaar. Het bereiken van het cognitief stadium is een voorwaarde om het overeenkomstig moreel stadium te kunnen bereiken. Ook dit probeerde hij te vertalen in opeenvolgende stadia waarbij de eerste de moreel realistische fase is. Elk kind gaat voor zichzelf de gekende maatschappelijke regels toepassen. Deze regels lijken voor het kind onveranderlijk, ze beseffen niet dat regels geconstrueerd zijn en niet iets vast natuurlijks. Een tweede fase is die van de moraal van de wederkerigheid. Hier wordt motivatie heel belangrijk, maar de opgelegde regels lijken nog steeds onveranderlijk. Als derde is er het stadium van de democratische moraal, waarbij de persoon beseft dat regels maakbaar zijn indien een meerderheid hiermee akkoord gaat.

Kohlberg (1969) elaboreert op Piaget in die zin dat hij verder werkt op zijn morele stadia. In het preconventionele stadium wordt gehandeld om straf te vermijden vanuit een egocentrische invalshoek. Er wordt dus gehandeld volgens de directe, gekende gevolgen. In het conventionele stadium daarentegen worden sociale normen in acht genomen. Dit betekent dat de sociale regels voor waar worden aanzien, los van hun onmiddellijke gevolgen. Personen gaan zich gedragen zoals het door de samenleving ook van hen wordt verwacht. Er is een grote aandacht voor orde en recht en het is tevens het begin van de ontwikkeling van een rechtvaardigheidsgevoel binnen een gemeenschap. Het postconventionele stadium is het derde stadium. Vanaf dit moment worden wetten en regelgeving gezien als sociale contracten die geconstrueerd zijn. Soms is het dus mogelijk om van de sociale regels af te wijken als deze in strijd zijn met belangrijke ethische principes die je met je meedraagt. Op basis van deze individuele principes, gecombineerd met de sociale normen, wordt een eigen waardensysteem gebruikt, dat zorgt voor een set van rechtvaardigheidsovertuigingen.

Ook Erikson (1959) heeft een eigen model ontwikkeld op basis van psychosociale stadia. Hij stelt dat kinderen vanaf zes jaar beginnen leren en begrijpen hoe complexere zaken in elkaar zitten. Daarnaast beginnen zij zichzelf te zien als individuen die proberen om verantwoordelijk en juist te handelen. In deze fase vormen de kinderen morele waarden en herkennen ze culturele en individuele verschillen.

### 4.4.3. Socialisatie in de media

Volgens Alfred Bandura (1977) en zijn sociale leertheorie bestaan er drie modellen via dewelke kennis kan worden opgedaan door observatie. Een eerste manier is wanneer een andere actor iets rechtstreeks voortoont. Je leert bijvoorbeeld op een bal schoppen doordat je iemand anders op een bal ziet schoppen. Een tweede manier is wanneer een andere actor via een precieze uitleg het gewenste gedrag beschrijft. Een voorbeeld hiervan is dat je leert je schoenen knopen omdat iemand anders je vertelt welke bewegingen je moet maken. Een laatste model, en voor dit onderzoek het belangrijkste, is het symbolische model. Hierin wordt gesteld dat ook via media in de ruimste zin van het woord gewenst gedrag kan worden bereikt, zelfs als het fictieve actoren betreft. Dikwijls is het een combinatie van twee of drie voorgaande fasen die ertoe leidt dat een bepaald gedrag wordt overgenomen. Bandura stelt verder dat gedrag wordt geïmiteerd op basis van observaties bij anderen en het daarmee gepaard gaande succes. Wanneer gedrag van iemand anders dus als succesvol wordt gepercipieerd zal je geneigd zijn dit gedrag te imiteren in een gelijkaardige situatie. Wat geleerd wordt hangt af van de sociale context in combinatie met persoonlijkheidseigenschappen. Wanneer wordt gefocust op het derde model, kan worden besloten dat de media wordt aanzien als een mogelijk element van de sociale context. Uit het onderzoek van Bandura blijkt dus dat televisie kijken ook bepaalde leereffecten kan hebben. Kinderen capteren wat ze zien op televisie als voorbeeldsituaties voor eventueel later handelen (Hicks, 1986). Zijn onderzoek stelt bijvoorbeeld vast dat kinderen die naar een filmpje kijken met een agressieve volwassene in de hoofdrol, ook meer agressief gedrag vertonen. Dit gaat in tegen de catharsistheorie van Aristoteles, die stelt dat mensen net hun emoties zouden kunnen verliezen in irreële situaties zoals theater.

Met de simulatietheorie kwam een nieuw theoretisch kader naar voor dat zowel gebaseerd is op de sociale leertheorie van Bandura als de catharsistheorie van Aristoteles (Oatley, 1999). Volgens deze theorie kan een simulatie van de werkelijkheid ervoor zorgen dat de kijker emotioneel geraakt wordt. Televisieseries, boeken en toneelstukken zorgen voor een veilige ruimte buiten de werkelijkheid waarbij mensen inzicht kunnen krijgen in de eigen emoties en die van anderen. Het kijken naar televisieseries zorgt er dus voor dat emoties en gedrag kunnen worden geuit die eerst zijn ontdekt in de fictieve wereld zonder directe sociale restricties.

Een theorie die aansluit bij bovenvermelde simulatietheorie is die van de 'theory of mind'. Deze is gebaseerd op het feit dat mensen zich kunnen verplaatsen in iemand anders en zo ook een indirect beeld van zichzelf zullen ontwikkelen (Giles, 2003). Dit is een voorwaarde om zich te kunnen inleven in personages in fictieve series. Zo kunnen kinderen bijvoorbeeld uit televisie programma's leren hoe ze zich moeten gedragen in situaties in de echte werkelijkheid.

## **5. Methodologie**

Dit onderzoek zal een coherente analysemethode gebruiken op drie verschillende databronnen. Het doel van de analyse is om naast expliciete uitingen van culturaliteit ook ruimte te vrijwaren voor onderhuidse, impliciete betekenissen. Dit lijkt de aangewezen manier om het volledige spectrum van de betekenisgeving te kunnen bestuderen. In dit deel zal eerst dieper worden ingegaan op de dataverzameling, vooraleer de werkelijke analysemethode zal worden uitgelegd.

### **5.1. Dataverzameling**

Dit onderzoek bestaat uit verschillende vormen van data. Enerzijds wordt een selectie kinderprogramma's geanalyseerd, anderzijds worden ook de beheersovereenkomst van de openbare omroep bestudeerd. Daarnaast worden verschillende kwalitatieve interviews afgenomen van mensen uit het werkveld.

#### **5.1.1. Selectie kinderprogramma's**

Vooraleer over te gaan tot de werkelijke dataverzameling werd geopteerd aan te vangen met de pretest. Deze had tot doel om alle mogelijke functionaliteiten te kennen. Elk element dat kon bijdragen aan de beeldvorming werd opgelijst en diende zodoende als leidraad voor de later daadwerkelijke analyse. Meer info over deze pretest kan U terugvinden in Bijlage 1. Bij de selectie van de kinderprogramma's als data voor het werkelijke onderzoek, werd in eerste instantie een tijdsperiode afgebakend. Er werd geopteerd voor de eerste twee weken van maart omwille van twee redenen. Als eerste is het zo dat er sinds januari een nieuwe beheersovereenkomst gehanteerd wordt, die na enkele maanden al zichtbaar zou kunnen worden in de beeldvorming van het bestaande televisieaanbod. Een tweede reden is eerder pragmatisch. De dataverzameling later laten plaatsvinden zou niet haalbaar zijn om dit onderzoek binnen het voorziene tijdsbestek af te ronden.

Binnen deze tweeweekse periode werden die programma's geselecteerd die aan verschillende eisen voldeden. Als eerste moest het programma worden uitgezonden tussen 16 en 20 uur. Dit zijn de afleveringen met het grootste kijkbereik en dus het grootst potentieel socialiserend effect. Omdat het doel van dit onderzoek het in kaart brengen is van het volledige proces rond diversiteit in kinderprogramma's, werd geopteerd om enkel programma's van Vlaamse makelij, en dus van (minstens deels) Vlaamse productiehuisen, te selecteren. Een derde criterium is dat het programma's betreft met een doelgroep van 6- tot 12-jarigen. Deze groep kent namelijk de grootste socialisatie-effecten, zoals uit de literatuurstudie naar voor is gekomen. Een laatste selectie-element is dat het geen

animatieseries betreft, omdat deze zich sowieso al afspelen in een fictieve wereld die verder afstaat van de wereld waarin de kinderen zelf leven.

Door alle programma's die aan bovenstaande eisen voldoen, en die doorheen de twee weken minstens 5 afleveringen telden, te selecteren, werd tot de volgende data gekomen.

<b>Programma</b>	<b>Zender</b>	<b>Aantal afleveringen</b>	<b>Totale duur afleveringen</b>	<b>Genre</b>
Het huis Anubis	Nickelodeon	20	3:55:23	Avonturenserie
Woow!	vtmKzoom	10	1:41:01	Actualiteit
De Wereld van K3	vtmKzoom	13	3:59:46	Talkshow
Booh!	vtmKzoom	8	1:38:19	Avonturenserie
Hallo K3!	vtmKzoom	8	3:12:45	Sitcom
De elfenheuvel	Ketnet	9	1:45:56	Avonturenserie
Karrewiet	Ketnet	10	1:25:56	Actualiteit
Samson en Gert	Ketnet	8	2:24:08	Avonturenserie
W817	Ketnet	9	2:22:43	Sitcom
Mijn kunst is top	Ketnet	8	1:15:42	Cultuur

Tabel 1: Informatie over de geanalyseerde kinderprogramma's

Het Huis Anubis is een mystery-reeks gemaakt door Studio100 waarvan dagelijks twee afleveringen worden uitgezonden op Nickelodeon. Booh! Is een komische serie over spoken die de verkoop van een kasteel saboteren. Hallo K3 en W817 zijn sitcoms die respectievelijk uitgezonden worden op vtmKzoom en op Ketnet. In De Wereld van K3 leren kinderen knutselen, zingen en dansen, terwijl ze in Woow! hun dagelijkse portie celebritynieuws krijgen. De elfenheuvel is een avonturenserie over een elf op aarde en Samson en Gert is een kinderserie over een sprekende hond en zijn baasje. In Mijn kunst is top, leer je allerlei verschillende kunsten van dichterbij kennen en in Karrewiet wordt nieuws op kindermaat voorzien. Een korte inhoud van elk programma kan u terugvinden in bijlage 2.

### **5.1.2. Beheersovereenkomsten VRT**

Tweede voorwerp van analyse van dit onderzoek zijn, zoals eerder gesteld, de belangrijkste beleidsdocumenten van de openbare omroep. Daarom werd gekozen om twee beheersovereenkomsten te analyseren. Dit vanwege de duidelijke taakomschrijving en de expliciete link met de politieke macht. Het Vlaams parlement moet namelijk zijn goedkeuring geven aan dit document en het is zodoende een overeenkomst tussen de openbare omroep en de Vlaamse Gemeenschap. Er wordt gekozen voor de laatste twee beheersovereenkomsten, de eerste onder het mandaat van minister Geert Bourgeois, de huidige onder leiding van minister Ingrid Lieten. Ook dit zou eventueel een invloed kunnen hebben. Concreet worden dus de beheersovereenkomst van 2007-2011 en van 2012-2016 geanalyseerd. Deze laatste is dus pas enkele maanden van kracht. Beide documenten zijn openbaar te raadplegen op de website van de VRT.

### **5.1.3. Kwalitatieve interviews**

Een derde en laatste deel van de dataverzameling bestaat uit kwalitatieve interviews. Deze hebben tot doel te onderzoeken hoe verschillende stakeholders in het produceren en uitzenden van kinderprogramma's zich verhouden tot een diversiteitsbeleid. Dit kan van tel zijn bij de uiteindelijke uitwerking van de programma's en dus eventueel effect hebben in de beeldvorming zelf. Er werden interviews afgenomen met vier scenarioschrijvers, één netmanager, de CEL diversiteit van de VRT en huidig minister van media Ingrid Lieten. De interviews werden verzameld door gebruik te maken van semigestructureerde diepte-interviews. Er werd een flexibele leidraad met vooral hoe- en waarom-vragen gehanteerd (Emans, 1986; Silverman, 2001). In bijlage 3 kan U deze leidraad terugvinden. Deze werd uiteraard aangepast naargelang de geïnterviewde en zijn professionele functie. De interviews werden opgenomen en kunnen, mits motivatie, worden geraadpleegd na aanvraag.

## **5.2. Analysemethode**

Dit onderzoek naar culturaliteit in kinderprogramma's vertrekt vanuit een brede definitie van taal. Taal is meer dan opeenvolging van woorden en zinnen (Blommaert, 2001). Taal is een geheel van betekenisvolle elementen op elk niveau. Daarom is de context zo belangrijk. Twee soorten context worden daarom onderscheiden. Eerst en vooral de linguïstische context, die vooral kijkt naar de relatie tussen woorden, zinnen en teksten. Hoe verhoudt een bepaald woord zich tot de rest van de tekst? Waarom wordt gekozen voor een structurele opdeling in dialogen en waarop is die opdeling gebaseerd? Talrijke vragen zijn mogelijk vanuit de idee dat elke linguïstische keuze een effect heeft op de totale boodschap. Sommige van die keuzes gebeuren automatisch, andere zijn het gevolg van een bewuste afweging. Een tweede context is de macro-context. Elk taalgebruik vindt plaats in een sociale, economische, historische, geografische en culturele omgeving. De productie van een bepaald taalgebruik staat hier dan ook niet los van.

In taal wordt gecategoriseerd (Pocock, 1973). Taal is een middel om een complexe wereld toch begrijpelijk weer te geven, dit vereist een zeker complexiteitreductie. De taal in een beheersovereenkomst kan een effect hebben op het concrete programma-aanbod. Het is dus in beide gevallen nodig om de taal van naderbij te bestuderen. Wat betreft de beheersovereenkomst kan worden gesteld dat politiek taalgebruik een machtsstrijd is. Het doel van elke politicus is om zelf zoveel mogelijk de betekenisconfiguratie van de gebruikte taal te bepalen. Toch is het zo dat de ontvanger niet stilstaat bij deze betekenisvorming door de macht. Dit ligt in de lijn van de idee van Barthes (1957), die zegt dat de mensen de norm als neutraal beschouwen, terwijl die norm ook een zekere ideologie in zich draagt. Taal is dus per definitie een politiek en sociaal gegeven.

Dit brengt ons vanzelf tot wat vaak ‘discours’ wordt genoemd. Volgens Foucault (1971) is het zo dat via discours de wereld zijn betekenis krijgt. Fairclough (1988) stelt daarom dat een linguïstische analyse een goed vehikel is om taalgebruik te deconstrueren. Op deze manier kunnen zowel processen van macht als sociale en politieke keuzes worden geanalyseerd.

Deze paper steunt op een pragmatieke, linguïstische methode (Verschuieren, 2012). Het pragmatieke is een belangrijke aanvulling omdat het ook nodig is om met de context buiten de linguïstiek rekening te houden. (Lähdesmaki en Solin, 2000). Er werd reeds duidelijk gemaakt dat het thema diversiteit gelinkt wordt aan een bepaalde interpretatie die we willen onderzoeken. Dit onderzoek gaat enerzijds op zoek naar de normatieve, ideologische componenten in de beheersovereenkomsten. Door de aard van de documenten wordt een soort natuurlijkheid verwacht van de concepten die amper nog in vraag wordt gesteld (Verschuieren, 2012: 12-13). Anderzijds wordt getracht de sociale realiteit in de programma’s zelf te deconstrueren. De bedoeling is op zoek te gaan naar het impliciete dat altijd bestaat naast het expliciete.

In zo een analyse moet rekening gehouden worden met onderstaande zaken (Verschuieren, 2012: 26-27). Er is ten eerste nood aan verschillende data. Aan deze voorwaarde wordt voldaan door zowel programma-inhouden, beheersovereenkomsten als kwalitatieve interviews te combineren. Daarnaast is ook verticale data van belang. Dit houdt in dat er niet teveel vanuit één analyseniveau mag worden onderzocht, maar dat er een constante uitwisseling moet zijn van zowel micro-, meso- als macro-data. Een veelvoorkomende valkuil is dat er niet genoeg zelfkritisch wordt gewerkt. Er kunnen enkel resultaten naar voor worden geschoven wanneer elk van die resultaten ook toepasbaar is op de volledige data.

Alles begint met een grondige dataverkenning (Verschuieren, 2012: 54-55). Na een eerste verkenning moet worden gestart met een grondige analyse, waarbij verschillende keren naar dezelfde stukjes data wordt gekeken. Het primaire en secundaire doelpubliek wordt bepaald vooraleer linguïstisch te werk wordt gegaan, rekening houdend met metaforen, referenties, voorbeelden, nadruk, verklaringen, ellipsen, contrasten, vergelijkingen, herhalingen, verbindingen, ... Daarenboven moet de context van de data gekend zijn. Die context is niet stabiel en daar moet constant rekening mee gehouden worden. Taalgebruik creëert ook nieuwe veronderstellingen. (Verschuieren, 2012: 117) Het is dus noodzakelijk om te onderzoeken wat de verdere implicaties van een bepaald taalgebruik kunnen zijn. Door bijvoorbeeld een formeler taalgebruik komen bepaalde taalelementen minder vaak of net wel vaker voor. Retorische vragen en understatementen worden bijvoorbeeld niet verwacht teruggevonden te worden in beheersovereenkomsten, terwijl dit net heel vaak het geval zal zijn in fictieve televisieformats. Daarna wordt bekeken of de geobserveerde betekenisconfiguraties overeenkomen met de sociale structuren, processen en relaties.

Het is tenslotte belangrijk te melden dat deze analyse op een structurele, interpretatieve manier gebeurt. Het is de bedoeling om structuren te vinden in de beheersovereenkomsten en dus linken te leggen tussen alle verschillende taalaspecten om zodoende tot een valabele conclusie te komen. De resultaten van deze pragmatieke, linguïstische, systematische en structurele methode worden hieronder besproken.

## **6. Resultaten**

Eerst zullen de resultaten worden besproken die gevonden werden na de analyse van de programma-inhoud van de kinderprogramma's zelf. Daarna worden de resultaten van de analyse van de beheersovereenkomst besproken. Doorheen beide onderdelen worden de resultaten van de interviews verwerkt, zodat zij de reeds gevonden bevindingen kunnen aanvullen.

### **6.1. Analyse kinderprogramma's**

Zoals in de methodologie aangegeven, werden tien kinderprogramma's geselecteerd die aan een analyse werden onderworpen. De programma's worden opgedeeld in fictie en non-fictie. De formats zijn zodanig verschillend dat ook de resultaten voor een deel verschillend zijn. Eerst komt de fictie aan de beurt, vooraleer ook de non-fictie te behandelen. Er wordt afgesloten met enkele positieve voorbeelden van omgaan met interculturaliteit in de media.

#### **6.1.2. Interculturaliteit in de beeldvorming - Kinderfictie**

Interculturaliteit in kinderfictie blijkt op enkele systematische manieren terug te komen. Dit onderzoek zal eerst de verwijzingen naar de culturele identiteit bespreken, gevolgd door de functie die taal inneemt in de vorming van de identiteit. Er wordt afgesloten met een analyse van stereotyperingen die worden gebruikt doorheen de uitzendingen.

##### **6.1.2.1 Culturele negatie**

Iedereen heeft een culturele identiteit. Die culturele identiteit is altijd aanwezig, aangezien deze zich vertaalt in normen, waarden en attitudes. Deze is echter maar één aspect van een waaier aan identiteiten die iemand bezit. Niet elke identiteit heeft op elk moment een functie. Op bepaalde momenten kan iemand zich bijvoorbeeld als moeder identificeren, terwijl zij een half uur later een



professionele rol als politica kan opnemen. In de gezinssituatie zal haar identiteit als beleidsmaker eerder afwezig zijn, terwijl in het parlement de moederrol van ondergeschikt belang wordt. Hetzelfde geldt voor de culturele identiteit, ook al is deze aanwezig, dan betekent dit niet vanzelfsprekend dat deze identiteit ook daadwerkelijk een functie bezit. Het is daarom nodig om eerst te bepalen of er sprake is van verschillende culturele identiteiten om vervolgens, wanneer deze aanwezig blijken te zijn, een eerste onderscheid te maken tussen momenten waarop die culturele identiteit bepalend is en wanneer niet.

Het is opvallend dat opmerkelijk weinig culturele verschillen bestaan tussen personages in een kinderserie. In de meeste programma's dragen alle personages eenzelfde culturele identiteit uit. Verschillen tussen personages lijken niet op een culturele breuklijn te zijn geënt. In een minderheid van de programma's zijn er weldegelijk personages met een andere culturele achtergrond. Meestal gaat het hier om nevenpersonages en niet om de hoofdrolspelers. Het lijkt er op dat, zeker in de kinderfictie, de representatie van minderheden niet in de buurt komt van de realiteit. Wanneer toch culturele verschillen lijken te bestaan is het zaak te bekijken hoe die concreet worden vormgegeven.

Doorheen de kinderprogramma's worden bepaalde personages geassocieerd met een andere culturele identiteit op basis van verschillen naar nationaliteit, etniciteit en/of religie. Nochtans is het vaak zo dat deze elementen weinig tot niet worden geëxpliciteerd. In de meeste gevallen wordt de verschillende culturele identiteit niet naar de oppervlakte gebracht. Het wordt in elk geval nooit een thematiek, het is nooit functioneel. Dit is een opvallend gegeven. Wanneer er culturele verschillen zijn, wordt ook verwacht dat deze verschillen naar voren komen in het gedrag en de attitudes van deze personen. Blijkbaar is dit niet het geval. Culturele verschillen worden niet vormgegeven, wat in lijn ligt met de meest voorkomende representatie in de media volgens het onderzoek van De Bruin (2002). In de beeldvorming is het dan ook zo dat er geen verschillen merkbaar zijn tussen aanwezige culturele identiteiten.

*Fragment 'De Elfenheuvel' (14/03/2012):*

*"Kyan: Wat krijgen we hier? Zaten al uw kleren in de was of wat?"*

*Zanzibar: Ey hohoh, die debardeur staat in de top drie van outfits die zo fout zijn dat ze cool worden.*

*Kyan: Ge zijt ne trendsetter of wa?"*

*Zanzibar: Nee, I wish. Ons mémé. He mémé! Mémé heeft die gebreid, en nu wil ze dat ik die altijd draag.*

*Kyan: Das wel goe gebreid ze. In een stuk. Geen gaten in de naden. Mémé kent er wat van.*

*Zanzibar: En gij ook precies."*

In dit voorbeeld is er een dialoog tussen Kyan en Zanzibar, waarbij de laatste een donkere huidskleur heeft. Hij draagt een debardeur die je vaak bij oudere mensen ziet. Zijn mémé, die deze had gebreid komt ook in beeld en is blank. Dit is een typevoorbeeld van hoe er absoluut geen verschil zichtbaar is.

Ook al lijken alle elementen in deze dialoog te beantwoorden aan een interculturele communicatie, is dit niet noodzakelijk zo. Het culturele verschil wordt hier volledig weggegomd.

In de weinige gevallen dat culturele verschillen toch aandacht krijgen, en er dus sprake is van echte interculturaliteit, komen enkele zaken systematisch tevoorschijn. Het personage waarvan de culturele identiteit afwijkt van de rest van de personages, haalt nooit zelf die identiteit aan. Op geen enkel moment wordt door dit personage zelf een religieus, etnisch of nationaal element aangegeven. Wanneer er een notie wordt gegeven van verschil is het vaak een personage uit de dominante cultuur die het identiteitsverschil aanhaalt, vaak zelfs in een uiterst negatieve context. Het gebeurt meermaals, en in verschillende situaties, dat het personage van de culturele minderheid zelfs een cultureel etiket krijgt opgekleefd in de vorm van een belediging.

*Fragment 'Booh!' (7/03/2012):*

*"Jonas: Eerst beloven dat je niks tegen Don Carlos gaat zeggen.  
Willem de Woeste: Tegen die Spaanse mossel? Ok!"*

Wanneer de personages het over Don Carlos hebben (een Spaanse graaf), wordt hij vaak aangesproken als 'Spaanse mossel'. Dit gebeurt zowel wanneer het personage erbij staat als wanneer hij niet aanwezig is. Het is evenwel duidelijk schuttingtaal die enkel wordt gebruikt in de vorm van een belediging. In die herhaaldelijke belediging zit een cultureel element vervat. Op deze manier wordt die Spaanse identiteit enkel op een negatieve manier belicht. Ook in onderstaand voorbeeld komt een gelijkaardige situatie aan bod.

*Fragment 'Hallo K3!' (4/03/2012):*

*"Kristel: Dat ontbrak er nog aan. Hier zijn maar twee slaapkamers in plaats van drie.  
Josje: Misschien hebben we niet goed gekeken.  
Kristel: Hollands glorie zegt ook iets!"*

Doorheen de serie van Hallo K3! is het zo dat Josje, Karen en Kristel niet cultureel van elkaar lijken te verschillen. Wanneer die identiteit dan toch een rol speelt is het ook hier in een negatieve context, en wordt die aangehaald door de andere personages die lid zijn van de culturele meerderheid. Wanneer Josje iets zegt dat als dom wordt afgedaan, wordt heel ironisch die Nederlandse identiteit gebruikt in de vorm van of een belediging of spot.

De nationale component van cultuur komt veel meer voor dan etnische of religieuze componenten. In sommige gevallen betreft het vooral relatief neutrale informatie over een bepaalde regio. Een kort stukje kennis wordt weergegeven, vaak op basis van klimatologische, geografische of natuurlijke elementen.

*Fragment 'Samson en Gert' (5/03/2012):*

*“ Alberto: De man van wie ik deze wichelroede gekocht heb hé, die zei dat hij in Finland er water mee gevonden had.*

*Gert: hohohoho, moeilijk hé!*

*Alberto: Ja, water vinden is moeilijk.*

*Gert: Ja, vooral in Finland, want daar zijn maar honderden, of een paar duizenden meren. In Finland daar is bijna overal water dus euh, ...”*

In dit fragment wordt duidelijk dat er meer informatie wordt gegeven over een bepaald kenmerk van Finland, namelijk dat er heel wat meren zijn. De dialoog geeft enkel feitelijke informatie weer. Eenzelfde benadering komt vaak voor bij thematieken rond dieren. Wanneer meer informatie wordt gegeven over de afkomst van dieren, wordt telkens verwezen naar een bepaalde regio of een bepaald land. Dit gebeurt in dergelijk veelvuldige mate dat het verband tussen bijvoorbeeld Afrika en leeuwen quasi één op één is. Quasi altijd wordt over Afrika gepraat in de context van wilde dieren zoals apen of leeuwen.

De component etniciteit komt maar af en toe aan bod, zij het in een sterk mindere mate dan nationaliteit. Soms wordt expliciet naar etniciteit gevraagd, vaak uit nieuwsgierigheid en interesse. Dat betekent dat voor de andere die etniciteit wel degelijk van belang is. Andere personages proberen op die manier hun kennis over de identiteit van de ander op te bouwen.

*Fragment 'De Elfenheuvel' (1/03/2012):*

*“ Tim: Maar van waar kom jij eigenlijk?*

*Dagmar: Het internaat.*

*Tim: Nee, ik bedoel, waar zijt gij geboren? In welke streek?*

*Saartje: Vragen ze dat aan U ook in Dubai?*

*Tim: In Dubai loopt er vanalles rond hé meiske.”*

In dit fragment uit de elfenheuvel, komt de vader van Saartje en Wiki thuis van Dubaï. Hij vraagt zich af van waar de pleegbroer, Dagmar, afkomstig is. Aangezien Dagmar een elf is kan hij hier moeilijk zelf antwoorden, daarom helpt Saartje hem. De vraag van Tim wordt duidelijk gesteld vanuit een nieuwsgierige houding. Telkens wanneer uitdrukkelijk naar die etniciteit wordt gevraagd, gebeurt dit op een respectvolle manier. Soms wordt die etniciteit ook impliciet afgeleid uit de naamgeving.

*Fragment 'W817' (12/03/2012):*

*Tom: Is jullie salsa even goed als die van ons? (verwijzend naar de dipsaus die ze aan het eten zijn).*

*Birgit: Ge moogt gerust zijn.*

*Steve: Die Ramon die kan er ook wat van!*

*Tom: Ramon? Met zo 'n naam moet ge ooit in de misdaad terechtkomen.*

*Birgit: Of in een dansschool!*

De naam 'Ramon' hangt in deze context duidelijk samen met een etniciteit. Deze wordt door één van de hoofdpersonages meteen in verband gebracht met criminaliteit. Het is opvallend dat de link tussen

ethniciteit en criminaliteit nog steeds wordt gelegd. Nochtans hebben de sociale wetenschappen al meermaals aangetoond dat er geen causaliteit bestaat tussen beide variabelen.

Wanneer religie in kinderprogramma's onder de loep wordt genomen, is het opvallend dat er geen enkele expliciete verwijzing naar religie bestaat. Uit de kwalitatieve interviews blijkt dat dit een bewuste keuze is.

*“Religie en politiek proberen wij te vermijden.” (dixit netmanager)*

Religie lijkt dus een te mijden onderwerp in kinderprogramma's. Het komt enkel voor op een indirecte manier. Zo komen er religieuze elementen naar voor doorheen de dialogen. Ze worden echter vaak op zo'n manier verteld dat de oorspronkelijke context zowat volledig afwezig is. De woorden verwijzen dus niet meer naar een geloofs- of zingevingselement, al kennen ze er wel hun oorsprong.

*Fragment 'Het Huis Anubis' (5/03/2012):*

*“Appie: Eh Trudie, ik kan wel liters kippensoep drinken!*

*Trudie: Liters kippensoep? Hallelujah!”*

In dit fragment roept Trudie 'Hallelujah' omdat ze verheugd is dat Appie haar kippensoep lekker vindt. Ondanks het feit dat Trudie doorheen de serie nooit een gelovige identiteit wordt toegekend, gebruikt zij hier wel een van oorsprong religieus woord. Ook naar God wordt verwezen in bepaalde dialogen, maar ook dan niet verwijzend naar een religieuze figuur.

*Fragment 'Het huis Anubis' (9/03/2012):*

*“Patricia: Hij is echt een god.*

*Appie: God snurkt niet, god slaapt niet eens.*

*Amber: Het is een mooie jongen hé.”*

Hier zien de meisjes een mooie jongen die aan het slapen is. Ze zien hem als de perfectie en vergelijken hem met God. Dit heeft rechtstreeks niets meer te zien met de religieuze figuur, het is een beeldspraak geworden. Er bestaat nog wel een vorm van associatie, maar de betekenisconstructie is helemaal veranderd. Naast nationaliteit, ethniciteit en religiositeit blijkt ook taal een heel specifieke functie te hebben om een culturele identiteit duidelijk te maken.

#### 6.1.2.2. Vernederlandsing

Personages met een cultureel verschillende achtergrond worden vaak op een systematische manier onderscheiden van de rest van de personages door het gebruik van talige elementen. Op deze manier is de culturele identiteit altijd sluimerend aanwezig. De taal wordt telkens karikaturaal weergegeven. Het betreft een verbasterd Nederlands waarbij vaak met accenten en zinsconstructies wordt gespeeld. Op

deze manier kan toch het verschil in taal worden weergegeven maar blijft de boodschap alsnog begrijpelijk voor de kinderen.

*Fragment 'Booh!' (5/03/2012):*

*“Von Geisteren: Herr Kronkel, u sohn vernietigt kunstwerken, experimentiert met gieftige sctoffen en schpielt mit dodelijke wapens.*

*Kronkel: Ja... Kattenkwaad.*

*Von Geisteren: Kattenkwaad!?!? Kom es mit?... Hallt! Das ist moglich ein ontwerp fur ein massavernietigingswapen. Die lebensgevaarlijke ...*

*Kronkel: Spreekstaaf*

*Von Geisteren: Stttttt. Allein das wort al,macht mir nerveus. Herr Kronkel. Ich muss u sohn ondersuchen. Vielleicht ist hij ein sehr gefahrliche maniak. Dann muss ich hem opsluiten, speitig genoeg, in mijn instituut. Das Krankenwelt.*

*Kronkel: Mijn zoon in een zothuis? Nooit!”*

In dit fragment spreekt de dokter met een Duits accent, Nederlands doorspekt met een Duitse tongval en hier en daar ook wat Duitse of Duitsklinkende woorden. Nochtans wordt nergens expliciet vermeld dat het om een Duits of Duitstalig persoon gaat, maar het valt op deze manier wel af te leiden uit de context. Via het taalgebruik wordt dus ook de identiteit van een personage vormgegeven.

*Fragment 'Booh!' (02/03/2012):*

*“Don Carlos: Gaspaccio Andalous. Lijf, wat doe jij in mijn bibliotheek?*

*Jonas: Nikske, ik dacht gewoon dat ik mijn vorige bril hier was kwijtgespeeld.*

*Don Carlos: “De bril zit in mijn fulltas deluxe ondervragingskit natuurlijk, maar dat zult gij nooit weten”. (gedachte van Don Carlos) Muahuaahaaaa.*

*Jonas: Muahuaahaaa. (Jonas loopt naar de kit en vindt zijn bril)*

*Don Carlos: Gaspaccio Andalous, dat kan niet. Hekserij!*

*Jonas: Nee Don Carlos, geen hekserij. Met die nieuwe bril hé, kan ik ook gedachten horen.*

*Don Carlos: Caramba, ik moet hem vernietigen!”*

Dit is een ander voorbeeld uit hetzelfde programma. De Spaanse identiteit van Don Carlos wordt weergegeven door het gebruik van stopwoordjes. Zijn taal blijft dichter hangen bij het Nederlands, alleen worden sommige woorden vervangen. Zo gebruikt hij woorden die wel begrijpelijk zijn voor de kinderen en die geassocieerd worden met een vreemde taal, maar vaak zijn het verzonden uitdrukkingen zoals ‘Gaspaccio Andalous’. Ook gebruikt hij consequent ‘senorita’ waar een ander personage als ‘mevrouw’ zou worden aangesproken.

Taal wordt dus vaak op een zeer functionele manier gebruikt. Het is een factor die een cultureel onderscheid naar de oppervlakte brengt. Op een niet realistische manier wordt vaak een vorm van humor aangebracht. Het aangedikte taaltje is een element van een groter narratief geheel, waarin stereotyperingen een prominente plaats krijgen.

### 6.1.2.3. Stereotypering

Opvallend gegeven is dat, op de weinige momenten dat de culturele identiteit relevant is, deze in een erg stereotype, ongenueanceerde manier naar voor komt. Er wordt een beeld gecreëerd vol uitvergrotingen en overdrijvingen. Evenwel altijd in eenzelfde richting, vaak volledig los van de realiteit. Stereotyperingen hoeven niet per se negatief te zijn, maar het staat wel vast dat zij zorgen voor een bepaalde karakterisering. De vereenvoudiging kan dienen als mentale vereenvoudiging, om iets duidelijk te maken, maar er wordt wel een etiket geplakt op het personage, die op dat moment wordt aangesproken op een groepsidentiteit. Hierdoor krijgt meteen een volledige sociale groep een label opgeplakt. Dit leidt tot een karikuraal beeld bij de ontvangers van het communicatieproces, in dit geval dus kinderen. Op deze manier krijgen zij onbewust beelden mee die, minstens voor een deel, los staan van de werkelijkheid. Enerzijds betekent dit dat kinderen van de culturele meerderheid verkeerde opvattingen krijgen over de sociologische realiteit, anderzijds betekent dit ook dat leden van de culturele minderheid zich niet begrepen voelen en in het uiterste geval eventueel zelfs geridiculiseerd voelen.

Hieronder zullen enkele voorbeelden worden besproken waaruit die sterke stereotypering blijkt. Daarbij moet worden opgemerkt dat het onzinnig is om de voorbeelden op zichzelf te zien. De kracht van dit onderzoek zit hem net in de systematische manier van het weergeven van dergelijke verschillen. Elk van de voorbeelden zorgt voor de framing vanuit een bepaalde invalshoek, waarbij de rest van de context buiten beschouwing wordt gelaten. In sommige gevallen lijken deze bevindingen onschuldig, in andere gevallen lijkt deze vorm van beeldvorming hallucinant en zelfs discriminerend.

*Fragment 'De wereld van K3' (4/03/2012):*

*"Elke dag in het uniform  
En met een lach  
Boeven gaan bestormen  
Halt blijf staan  
Net als in Amerika"*

In het liedje 'De Politie' van K3 dat meerdere keren werd gespeeld doorheen de serie, wordt een heel specifiek beeld opgehangen over de criminaliteit in Amerika. Daarbij zijn heel wat aantekeningen mogelijk. In de eerste plaats wordt Amerika hier als een monolithisch geheel gezien, terwijl er een enorme differentiatie is, ook naar criminaliteitscijfers, tussen staten, steden en buurten. Daarenboven wordt hier een beeld geschetst van een Amerika in een geweldcontext, waarbij het lijkt alsof de criminaliteit in Amerika veel extremere proporties aanneemt. Tegelijk wordt er op deze manier verwezen naar Amerika als politiestaat. Niet enkel Amerika wordt op een specifieke manier weergegeven. Ook de Duitse culturele identiteit wordt heel specifiek, karikuraal en eenzijdig weergegeven.

*Fragment 'Booh!' (5/03/2012):*

*“ Von Geisteren: Herr Krunkel!*

*Kronkel: Ja, dat ben ik. En dokter? Moet hij worden...?*

*Von Geisteren: Nein nein. Uw sohn ist compleet geschift! Genesen! Compleet genesen!*

*Kronkel: Echt? Merci voor die ongelooflijke hulp! En dat voor maar vijf euro!*

*Von Geisteren: Plus administratiekosten, kilometervergoeding, gefahren und kalamiteitpremie, belastingen und os weiter und so weiter. Alles zusammen. Viertausendfunfundvierzig euro bitte.*

*Kronkel: Wat? Aan de telefoon hebt U ...! Oplichter!*

*Von Geisteren: Nicht zo agressief!*

*Kronkel: Ik ben niet agressief! “*

Een gelijkaardig fragment werd aangehaald over het talige element in het vormen van een culturele identiteit. Maar hier is meer aan de hand. Het betreft een Duitstalige dokter psychotherapeut die Jonas moet onderzoeken. Er wordt dus duidelijk een Duitse identiteit geclaimed. Het personage kan doorheen de aflevering beschreven worden als autoritair, agressief en krankzinnig. Daarenboven blijkt hier ook dat het personage zich niet aan de eerder afgesproken vergoeding houdt en dus een oplichter is. De dokter is niet te vertrouwen. Het personage staat bol van de negatieve karaktertrekken, die samen met het gehanteerde, harde taaltje een zeer negatief personage creëren. Ook zigeuners worden op dergelijke eenzijdige manier weergegeven.

*Fragment 'Booh!' (12/03/2012):*

*“ Kronkel: Jonas, Jonas. Schitterend nieuws. Die zigeuners, die blijven nog wat langer in onze tuin logeren ... en ze betalen in nature deze keer! ... Gewaden, wijn, kraaltjes, spiegeltjes. Geweldig!*

*Jonas: Met al dat lawaai kan ik niet studeren hé pa!*

*Kronkel: Lawaai, lawaai? ...Cultuur! ...Oooh! Die instrumenten! Gitaar ... en al die andere .. gitaren!*

*Oh, dat mij er aan denken. Dat is van dat jong zigeunerkoppeltje.*

*(Kronkel overhandigt Jonas een gitaar met 1 snaar)*

*Jonas: Eén snaar?*

*Kronkel: Maar wel een hele goeie! ...Je moet alleen op hun baby passen.*

*Jonas: Dat gaat toch niet pa? Ik moet studeren.*

*(baby huilt)*

*Kronkel: Te laat ...*

*(Baby wordt tevoorschijn gehaald in een rieten boodschappenmand)*

*Kronkel: Ik denk dat je hem wel een vers pampere zult moeten geven.”*

In dit fragment aan het begin van de aflevering wordt een situatie geschetst waarbij zigeuners in de tuin van het kasteel blijven logeren. De zigeuners komen niet in beeld, behalve de baby waar Jonas moet op passen. De zigeuners worden afgedaan als heel arm. Dit uit zich in het feit dat ze Jonas een kapotte gitaar cadeau doen en dat ze hun baby in een rieten winkelmand vervoeren. Daarnaast wordt het beeld geschetst dat zigeuners nog aan ruilhandel doen en geen geld hebben of kennen. Later in de aflevering blijkt dat de baby van de zigeuners van Spaanse afkomst is en zelfs verre familie van Don Carlos, die in het kasteel woont. Zigeuners worden hier dus heel eenzijdig weergegeven als arm, en

daarbovenop lijkt het alsof ze zelf niet goed voor hun kinderen kunnen zorgen aangezien Jonas de baby ontvangt in een boodschappentas.

*Fragment 'W817' (7/03/2012):*

*Zoë komt in het huis en stelt haar nieuwe vriend voor. Eerst is er een close up van de voetstappen van haar nieuwe vriendje, begeleidt door accordeonmuziek. Hij draagt klompen. Hij heeft tevens een soort overal aan en een roodwit boerensjaaltje.*

*“ Zoë: Mensen, dit is Foppe.*

*Foppe: Hoi, hoe is het ermee. Ik ben hartstikke blij jullie eindelijk eens te zien.*

*Zoë: Ja, ik weet het maar in Urk was er echt niks beter te vinden.*

*Birgit: Ge zijt toch niet meer in Urk?*

*Zoë: Probeer hem dat maar eens duidelijk te maken.*

*Tom: Hebt gij iets verstaan van wat hij zei?*

*Carlo: Thuh nee, dat wordt nog lachen. Hé piewie, gij zijt toch echt een ongelooflijke boerenpummel hé. Sukkel.*

*Foppe: Nou breekt mijn klomp. Kom maar op as je durft. (Foppe neemt Carlo bij de kraag)*

*Zoë: Rustig! Rustig.*

*Carlo: Hu? Hoe kan dat nu?*

*Zoë: Het is niet omdat gij hem niet verstaat dat hij U niet verstaat hé.*

*Birgit: Dom kieken.”*

Zoals ook uit dit fragment blijkt wordt ook nationaliteit heel erg gestereotypeerd. In dit geval betreft het een Nederlander. Zoë, één van de vaste personages, was een tijdje in Nederland en is daar een relatie begonnen. Wanneer ze terugkomt in het huis komt zij eerst binnen, iets daarna gevolgd door Nederlandse vriendje. Er wordt een accordeonmuziekje als achtergrond gebruikt en er wordt ingezoomd naar de grond. Wanneer hij dichterbij komt zie je dat hij klompen draagt. Daarna maakt de camera een trage opwaartse beweging. De Nederlander draagt een ruitjeshemd met een rode halsdoek met witte bollen op. Dit is een voorbeeld van alle stereotypen over Nederlanders samen, die samen een erg onrealistisch beeld schetsen. Hier wordt een persoon geschetst die niks meer met de realiteit heeft te zien. Het prototype van een echte Nederlander is helemaal niet iemand met klompen en een boerenuniform. Dergelijk onrealistisch beeld komt ook naar voor wanneer het bijvoorbeeld over Spanjaarden gaat.

*Fragment 'De wereld van K3' (6/03/2012):*

*“Je bent vandaag verjaard,*

*Daarom geef ik je deze (afbeelding taart)*

*Want ik ben geen gierigaard,*

*En nee, ook geen Spanjaard*

*Maar jij bent mij zoveel waard*

*Daarom dit gedicht op deze kaart.”*

De meisjes van K3 maken een verjaardagskaart. Hierin komt 'een Spanjaard' voor. Op zich is er tekstueel geen verdere verwijzing naar die identiteit. Maar wanneer het beeld wordt meegenomen in de analyse, blijkt dat naast het woord 'Spanjaard' een afbeelding is getekend van een man met zwarte broek, wit hemd met frulletjes, een rode overjas en een snor. Hij draagt ook een zwart plat hoedje. Dit



verwijst naar de traditionele klederdracht, die momenteel maar door een hele kleine minderheid van de Spanjaarden nog wordt gedragen.

Het laatste voorbeeld van stereotyperingen lijkt het meest schokkende. Het betreft nochtans maar een beeldfragment van maximaal twee seconden, waarop niet wordt gesproken. Het betreft een beeld uit de begingeneriek van Samson en Gert. In deze generiek worden enkele heel erg korte beeldfragmenten getoond van verschillende afleveringen uit dat seizoen. Daarbij is één beeld heel erg opmerkelijk. In de hal van het stadhuis staat een grote zwarte ketel, met Alberto daarin. Rond die ketel dansen een drietal zwart geschminkte personen. Het is overduidelijk dat hier wordt verwezen naar kannibalisme. Dergelijke beelden staan zo ver van de realiteit af dat het onzinnig lijkt, maar toch is dit de manier waarop de kinderen elke dag opnieuw geconfronteerd worden met personen met een donkere huidskleur. Het meest stuitend aan dit beeld is dat er helemaal geen context is. Het wordt niet geplaatst in een bepaald perspectief. Dergelijke beelden, zeker zonder context, zijn erg stereotypebevestigend.

De houding van de scenaristen in deze is bepalend voor de programma-inhoud. De opvattingen van de scenaristen liggen ver uiteen. Sommige zijn zich bewust van een maatschappelijke taak, terwijl anderen die liever van zich afschuiven. Zeker naar het gebruik van stereotypen toe liggen de meningen nogal uiteen. Zij die zich bewust zijn van hun rol, willen zich engageren om stereotypen te ontcrachten. Ook al blijkt dit nog niet uit de beeldvorming zelf, maar de ambitie lijkt in elk geval aanwezig te zijn.

*“Zo weinig mogelijk met clichés werken en als je met clichés werkt, die proberen om te keren. En ook tolerant zijn, dus geen racisme, diversiteit aanmoedigen, durven vragen stellen, ...” (dixit scenarist 2)*

Anderen willen hun programma's zo autonoom mogelijk maken en laten zich dan ook niet leiden door moraliserende of educerende elementen.

*“Er mag in geketterd en gevloekt worden. En nu weet ik dat ik tegen zere benen aanrij. Dan zijn er een aantal anderen die al gaan steigeren. ‘Dat kan niet’. Ok, we doen dat toch. Knip het er maar uit. Wij weten ook al dat de eerste drie afleveringen, dat we dat daar niet in doen. En dan doen we onze goesting. Omdat die bekeken worden en drie keer binnenstebuiten worden gedraaid op correctheid en taal, ... en eens dat die gepasseerd zijn, dan doe je waar je goesting in hebt. En dan de eindplots, die gaat men weer bezien. En die zijn politiek correct.” (dixit scenarist 3)*

### **6.1.3. Interculturaliteit in de beeldvorming - Non-fictie**

In de Vlaamse non-fictie voor kinderen is er ruim aandacht voor nieuws over Vlaanderen, maar ook buitenlandse verhalen komen veelvuldig aan bod. Altijd gebeurt dit in een gelijkaardig concept. Beeldfragmenten worden getoond waarbij een voice-over, of één van de presentatoren, toelichting

geeft bij het beeldmateriaal. Deze vorm van berichtgeving valt bezwaarlijk intercultureel te noemen. Er wordt over een ‘andere’ cultuur wordt gesproken, maar er vindt geen interactie of dialoog plaats. Vaak gaat het om de weergave van feiten. Cultuurelementen zijn zo goed als nooit een thema. Er werd in de twee weken amper één voorbeeld gevonden van cultuur als thematiek in non-fictie. Het betreft een item in Karrewiet over een Hindoefestival met bijhorende olifantenrace. Ironisch genoeg wordt er een muziekje ondergezet van Buscemi dat heet ‘Sahib Balkan’. Het muziekje dat als neutrale kijker zonder voorkennis als Indisch zou worden bestempeld, blijkt geïnspireerd op balkanmuziek en heeft helemaal niks te zien met de Indische muziek.

Binnen de non-fictie komt heel wat minder stereotypebevestigend beeld naar voor. Er is duidelijk meer aandacht voor een waarheidsgetrouwe weergave van de feiten. Meer aandacht gaat uit naar een zo objectieve en genuanceerd mogelijke manier van nieuwsverspreiding. De manier waarop interculturaliteit en diversiteit wordt behandeld is vaak relatief neutraal. Zo zie je in onderstaande vraagstelling dat kinderen willen weten waar hun idolen vandaan komen.

*Fragment ‘Woow!’ (2/03/2012):*

*“Voice-over: Cheyenne wilde eigenlijk graag weten waar Silke vandaan komt.*

*Silke: Ik ben half Koreaans, dus mijn mama komt uit Zuid-Korea en mijn papa is Belg.”*

Kinderen mochten via facebook enkele vragen doorsturen naar Woow!, die deze vragen dan stelden aan de kandidaten. Silke, de latere vicewinnaar, heeft andere roots en één kijker vroeg hier ook naar. Silke beantwoordde zonder problemen. Ook al haalt zij hier zelf haar identiteit niet aan, ze kan er weldegelijk op worden aangesproken of over bevraagd. Dergelijk voorbeeld toont aan dat een zekere interesse bestaat voor de ander. Af en toe zorgt die interculturaliteit evenwel nog voor misverstanden.

*Fragment ‘Karrewiet’ (5/03/2012):*

*“ Verkoper: Vergeet ook niet dat het in heel wat landen al heel normaal is, zoals Japan, Korea en heel de moslimwereld.”*

Wanneer kinderen een interview afnemen met een WC-verkoper over een systeem waarbij jezelf je achterwerk niet meer moet reinigen, maar dat een waterstraal dit doet, doet de verkoper bovenstaande uitlating. Hij haalt daarin twee naties (Japan en Korea) aan waar dit gebruik is ingeburgerd, evenals in de moslimwereld. Dit doet enerzijds uitschijnen dat er zoiets zou bestaan als een wereld met enkel moslims en dat er dus anderzijds ook een wereld bestaat zonder moslims. Nochtans is de realiteit volledig anders. Ook in landen met een grote moslimbevolking leven mensen van andere religies. En landen zoals India kennen enorme aantallen moslims, maar het is niet eens de meerderheid van de bevolking. Spreken we hier dan ook over een ‘moslimland’? Het gebruik van dergelijke religieuze term is hier niet op zijn plaats, maar kan wel impliciet worden op- en overgenomen door de kijkers. In

onderstaand voorbeeld zie je een gelijkaardig mechanisme terugkeren. Een stereotype uitlating van de presentator zorgt ook hier voor een eenzijdige beeldvorming.

*Fragment Mijn kunst is top (5/03/2012):*

*(Tatyana kan het ritme niet houden bij het bespelen van de draailier)*

*“ Wannes: Oei Tatyana, Tatyana, ge zijt niet goed bezig!*

*(Ze beginnen alle 3 te lachen)*

*Adriaan: Hahahaha, da's dat Afrikaanse dat daarin zit hé. Direct zo ... aiaiaiajjjaajajajaaaa (zingt Adriaan).*

*(Alweer lachen ze alle 3)*

*Tatyana: Ik zal nog eens proberen hé.”*

In dit fragment moeten Tatyana en Adriaan een instrument bespelen. Tatyana heeft een donkerder kleurtje en een andere origine. Wanneer blijkt dat Tatyana niet zo goed op de draailier kan spelen, wil Adriaan er een grappige opmerking over maken. Hij verwijst naar de Afrikaanse origine van Tatyana en maakt er valslinkende geluiden bij waarmee hij het geluid van Afrikaanse muziek tracht na te bootsen. Voor Tatyana speelt haar Afrikaanse identiteit hier geen rol, maar deze werd toch aangekaart, ook hier op monolithische en negatieve manier. Monolithisch omdat er ook in Afrika een waaier aan muziekgenres bestaat waardoor de term hier niet geheel geschikt is voor dergelijke veralgemenende uitspraak. Negatief omdat het volgens deze predispositie lijkt alsof Afrikaanse muziek per definitie vals klinkt.

Zeker in fictieve kinderprogramma's, maar ook nog voor een stuk in de non-fictie zijn er duidelijk problemen met de weergave van interculturaliteit. Heel sporadisch kwamen enkele stereotypedoorbreekende beeldvormingen aan bod. Voorbeelden van hoe het wel zou moeten verdienen hieronder iets uitgebreider besproken te worden.

#### **6.1.4. Echte interculturaliteit**

Doorheen alle afleveringen van alle programma's werden amper vier voorbeelden van interculturaliteit gevonden op een manier die wel bijdraagt aan het actief verbeteren van de kennis en omgang met elkaar. Er zijn dus een groot aantal voorbeelden van neutrale en stereotypebevestigende interculturele omgangsvormen, terwijl actieve ontkrachting van stereotypen zo goed als niet voorkomt. In deze sectie worden die voorbeelden aangehaald die enerzijds het verschil tussen culturen erkennen, maar dit anderzijds ook op een positieve, respectvolle en genuanceerde manier doen.

*Fragment De wereld van K3 (11/03/2012):*

*“ reik je hand naar mij uit, leg ze in de mijne*

*en laat ons dromen, van betere tijden*

*is je huid donkerder of bleker dan de mijne*

*laat ons proberen, elkaar niet te vermijden*

*niemand op straat spreekt je aan ziet je staan  
waarom doen mensen elkaar toch zo'n pijn  
zou het niet beter zijn als wij voortaan  
verdraagzaam zijn, verdraagzaam zijn”*

In het liedje ‘Alle kleuren’ van K3 vind je bovenstaand stukje tekst terug. Hier wordt actief aangemoedigd om met elkaar samen te leven. Bepaalde verschillen zullen er altijd zijn, maar er wordt aangemoedigd om die verschillen te accepteren en verdraagzaam met elkaar samen te leven. Hier klinkt dus een positieve, interculturele boodschap.

*Fragment De wereld van K3 (14/03/2012):*

*“Ben je sneller dan een haasje,  
Ben je sluwer dan een vos  
Iedereen verdient een plaatsje, in het grote dierenbos  
Heb je pluimen of een vacht, een zachte roze huid  
Heb je stekels ben je zacht, dat maakt voor ons niet uit”*

Ook in het K3-lied ‘De 3 biggetjes’ is er oog voor diversiteit. De boodschap zit verdoken in een dierencontext, maar de idee erachter blijft dezelfde. Het maakt niet uit welke verschillen er bestaan, iedereen verdient toch zijn stek in de maatschappij.

Ook in het kinderjournaal van Ketnet zijn twee voorbeelden te vinden van positieve manieren waarop met interculturaliteit wordt omgegaan.

*Fragment Karrewiet (13/03/2012):*

*“Basma El Assaiti: Ik heb familie in Marokko en dat zou echt leuk zijn dat ze via Marokko tot hier met mij een verhaaltje kunnen vertellen. Dat is heel leuk. “*

In dit fragment wordt bij verschillende kinderen gepolst naar hun idee over het verhalen vertellen via Skype. Hierbij komt ook een kind aan bod met een duidelijk andere etnische achtergrond. Deze heeft het over de voordelen die hij voor zichzelf ziet. De jongen haalt zelf deze etniciteit aan op een heel persoonlijke manier. Een tweede voorbeeld vindt plaats wanneer prins Harry van Engeland Jamaica bezoekt.

*Fragment Karrewiet (7/03/2012):*

*“ Prins Harry is op bezoek in Jamaica. Hij bezoekt een school en een kinderziekenhuis. Hij heeft ook afgesproken met Bolt. Daarna zit hij te kijken hoe een groepje dames dansen en hij danst ook zelf mee.*

*Voice over: De prins houdt niet alleen van grapjes, maar ook van dansen. Hij waagde zich dan ook aan reggaedansje en dat vond hij duidelijk best wel plezierig. “*

Ook hier worden twee culturen samengebracht in één situatie. De prins wordt uitgenodigd om mee te dansen met de vrouwen en doet dit duidelijk met plezier. Op deze manier toont de prins respect voor de bevolking en de cultuur van Jamaica. De losse sfeer die heerst toont een positieve attitude van de prins tegenover de plaatselijke bevolking en omgekeerd. Ook de voice-over brengt het verhaal op een prettige manier, en met respect voor de verschillende culturen en de interactie daartussen.

### **6.1.5. Conclusie**

In eerste instantie moet het gezegd dat er van de 10 geselecteerde programma's maar drie non-fictie programma's werden onderzocht. De reden hiervoor ligt in het veel kleiner aanbod. Er was doorheen deze periode nu eenmaal meer fictie dan non-fictie voor kinderen op de buis.

In beide genres vallen gelijkaardige zaken op. Enerzijds is het zo dat er quasi geen culturele thema's worden aangeraakt. Dit valt te verantwoorden bij de fictieve series omdat daarbij een heel beperkt aantal verhaallijnen worden gebruikt. Het is evenwel opvallend dat cultuurverschillen geen enkele keer worden opgenomen als centraal element van een dialoog. Blijkbaar is het in dergelijke reeksen niet wenselijk om dergelijke verschillen extra te benadrukken en wordt dit verschil dus genegeerd. Bij non-fictie daarentegen, en zeker in de nieuwsprogramma's *Karrewiet* en *Woow!*, is deze vaststelling nog opmerkelijker. Op meer dan 100 items werd maar 1 keer een cultureel thema als item belicht, met een verkeerdelijk balkanmuziekje op een Indisch thema. Enerzijds is het spijtig dat culturele thema's zo weinig aan bod komen, anderzijds is het ook nodig dat wanneer deze aan bod komen ook de informatie op een coherente en juiste manier aan elkaar wordt gelinkt. Zo blijkt dat nog altijd heel wat misverstanden over zogenaamde 'vreemde' culturen bestaan.

Bij zowel fictie als non-fictie worden culturele identiteiten ook amper benadrukt. Ook al is het logisch dat die culturele identiteit inherent is aan het personage, wordt deze nooit als functie gezien. Het lijkt alsof deze geen rol speelt. Wanneer, in enkele gevallen, die identiteit toch een rol speelt, dan wordt die altijd toegekend door andere personages of personen uit de omgeving. Heel weinig gaat een persoon die tot een culturele minderheid behoort daar ook zelf naar verwijzen. De culturele identiteit die wordt benadrukt door anderen is vaak niet neutraal, maar ofwel heel negatief, ofwel erg stereotiep. In non-fictie lijkt er meer aandacht te zijn voor nuanceringen en neutraliteit maar worden toch nog vormen van veralgemeningen teruggevonden. Dat stereotypen en veralgemeningen uitdrukkelijker plaatsvinden in fictie kan aan het format liggen. Vaak worden personages uitvergroot, en op die manier verengd tot een beperkt aantal karaktertrekken, waardoor weinig plaats is voor een gelaagdheid van identiteiten. Amper vier expliciet positieve bijdragen aan interculturaliteit werden geregistreerd.

Er lijken ook geen al te grote verschillen te bestaan in de beeldvorming tussen de programma's op de openbare omroep en die op de commerciële omroepen. Op alle zenders schort nog heel wat aan de

manier waarop met interculturaliteit wordt omgegaan. Nochtans zou verwacht worden dat er meer diversiteitsbevorderende beeldvorming zou bestaan in de programma's van de openbare omroep, gezien de formele opname van diversiteit in de beheersovereenkomst. Deze opvallende conclusie wordt gesteund door de scenaristen en de netmanager.

*Een programma als Jabaloe zou, denk ik, ook op Ketnet kunnen, en iets als GalaxyPark op vtmKzoom. (dixit netmanager)*

Omdat het belangrijk is te weten wat de VRT juist verstaat onder haar diversiteitsbeleid worden ook de beheersovereenkomsten onder de loep genomen. De beeldvorming in het programma-aanbod zelf is een product van deze politieke beleidsbeslissingen.

## **6.2. Resultaten beheersovereenkomst**

Na een diepgaande analyse van beide beheersovereenkomsten werden enkele opmerkelijke resultaten gevonden. Ondanks het feit dat de verschillende bevindingen nauw met elkaar verbonden zijn, werd geopteerd om ze op te delen in enkele belangrijke sociologische concepten.

### **6.2.1. Verschuiving**

Het moet gezegd dat de verschillen inzake diversiteitbeleid tussen beide overeenkomsten totaal verschillend worden behandeld. In de periode 2007-2011 werd het concept van diversiteit weldegelijk aangeraakt, maar enkel op een heel vrijblijvende manier. Het was eerder een fait divers dan een gemeente en onderbouwde stellingname. Er wordt enkel verwezen naar diversiteit als onderdeel van het personeelsbestand, terwijl naar de opvolging van de beeldvorming amper wordt verwezen. Het is duidelijk dat de huidige beheersovereenkomst een volledig andere invalshoek heeft. Diversiteit wordt als een element van kwaliteit ervaren en wordt onderbouwd doorheen de overeenkomst op een integrale manier. De representatie van minderheden wordt vastgelegd en er wordt getracht om via streefcijfers de representatie te verzekeren. Tegelijk is er ook aandacht voor de beeldvorming, zo blijkt uit het nieuwste charter diversiteit:

*“VRT respecteert mensen zoals ze zijn. Elke mens heeft meer dan één identiteit. We kijken daar met een open en genuanceerde blik naar en stoppen hem niet in een vakje.”*

Deze manier van diversiteitsbeleid verzekert dat binnen de volledige organisatie, met al zijn entiteiten, aandacht bestaat voor deze thematiek, waarbij ook rekening gehouden wordt met de vele identiteiten die personen bezitten, afhankelijk van de context waarin ze zich bevinden. Ook de visietekst van minister Lieten haalt dit aan.

*“Onderzoek van Hatim El Sghiar en Professor Leen D’ Haenens van de Katholieke Universiteit Leuven wijst duidelijk uit dat mensen van etnisch-diverse afkomst vinden dat de diensten van de VRT hen niet afdoende bereiken. Ze vinden ook dat de representatie van hun doelgroep niet genuanceerd is, er in nieuws- en duidingprogramma’s vooral aandacht is voor negatieve zaken en stellen in het algemeen een gebrek aan kennis en vooroordelen over hun gemeenschappen vast. Uit dit onderzoek en ik citeer ‘uit de studie van de KU Leuven blijkt dat de VRT niet alleen geen sociale cohesie creëert, maar de maatschappelijke dialoog verstoort door een deel van het publiek te dwingen zich te verdedigen tegen clichés’. Dat is een ernstige kritiek waarvan ik verwacht dat ze ook ernstig en structureel aangepakt wordt.”*

Ondanks de sterke vooruitgang van de openbare omroep inzake diversiteit is het toch nodig om de beheersovereenkomsten van dichterbij te bekijken, om op die manier ook de uitwerking van de politieke visie van dichterbij te bestuderen.

### **6.2.2. Empty signifiers**

Een eerste opvallend resultaat, dat terugkomt in beide overeenkomsten, is dat bepalende begrippen niet worden vertaald in een concrete betekenis. De concepten ‘verbondenheid’, ‘Vlaming’, ‘cultuur’, ‘sociale cohesie’, ‘identiteit’, ‘diversiteit’, ‘sociale meerwaarde’, ... komen doorheen dit beleidsdocument veelvuldig aan bod. Zonder specifieke invullingen blijven deze concepten eerder hol, waardoor ze op een oneindig aantal verschillende manieren kunnen geïnterpreteerd worden. Het gebrek aan definiëring is problematisch in die zin dat een beoordeling van de overeenkomst precies op de invulling van dit begrippenapparaat is gestoeld. Bij het opstellen van de overeenkomst kan een bepaalde invulling voor ogen worden gehouden, maar na vier jaar kan deze een volledig andere lading hebben gekregen. Daarnaast is het op basis van dergelijke maatstaven altijd mogelijk om het beleid te verantwoorden door de inhoudelijke focus van dergelijke concepten te verleggen.

Beide beheersovereenkomsten staan vol dergelijke ‘empty signifiers’, lege betekenaars. Niet omdat ze geen specifieke betekenis hebben, maar precies omdat ze een veelheid aan specifieke betekenissen kunnen hebben (Zienkowsi & Maly, 2007). Door een analyse op basis van linguïstische en contextuele elementen is het evenwel toch mogelijk om een zekere inhoud te distilleren die wordt megedragen door bepaalde concepten. Wat expliciet niet aanwezig lijkt te zijn, kan toch worden teruggevonden door naar systematische, impliciete betekenisvorming te kijken (Verschuere, 2011). De huidige beheersovereenkomst (2012-2016) is zich van het definiëringsprobleem bewust, aangezien er wordt aangevangen met een korte lijst begripsbepalingen. Het betreft echter eerder een zeer beperkt aantal operationalisering van daadwerkelijke definiëringen, waarin de containerbegrippen zoals hierboven aangehaald niet vervat zitten en de betekenis dus volledig open ligt voor eigen invulling.

### 6.2.3. Kijkcijferfetisjisme

*Art.1 §4: (beheersovereenkomst 2007-2011)*

*“Wat de maatschappelijke meerwaarde betreft, is de VRT er voor alle Vlamingen en van alle Vlamingen.”*

*Art.5 §3: (beheersovereenkomst 2012-2016)*

*“De VRT bereikt alle Vlamingen”*

In beide documenten komt naar voor dat het bereiken van zoveel mogelijk Vlamingen een prioritaire doelstelling is. Dit gegeven kent twee inslagen: enerzijds een nationalistische, waar later zal op worden teruggekomen, en anderzijds een drang naar hoge kijkcijferaantallen. Het is uiteraard van belang dat een openbare omroep zijn kijkers kan bereiken, maar er moet over worden gewaakt dat dit niet leidt tot kwaliteitverlies. Dit zowel inzake zijn maatschappelijke informatieopdracht als in de manier waarop deze informatie wordt aangeboden.

Een belangrijk element waarin een openbare omroep zich onderscheidt van commerciële omroepen is de mogelijkheid om op een objectieve, genuanceerde en diepgaande manier te informeren. Dat is de democratische functie van media (De Tocqueville, 2005) en openbare omroepen in het bijzonder. Door een te sterke drang naar kijkcijfers wordt de initiële doelstelling op zijn kop gezet. In eerste instantie moet een openbare omroep zorgen voor gedegen en objectieve informatie en niet voor een maximaal aandeel kijkers. Nu is de prioriteit echter vaak een zo groot mogelijk aantal kijkcijfers hebben, waardoor de formats aangepast worden aan de kijker, wat soms ten koste gaat van de kwaliteit (Blommaert, 2010). In de overeenkomst van 2012-2016 wordt weliswaar aangegeven dat kwaliteit en nuancering van even groot belang zijn. Dit argument verliest sterk aan overtuigingskracht omdat het nooit wordt geconcretiseerd. Naar bereik toe worden weldegelijk strikte streefcijfers gesteld, maar naar het evalueren van de kwaliteit blijft het gissen. Een concreet instrumentarium wordt niet voorgesteld, dus het betreft vooral een intentie die aan de oppervlakte blijft drijven en verder weinig geconcretiseerd wordt. Ook uit het interview met de CEL diversiteit blijkt dat in de uitwerking toch nog een eenzijdig kwantitatief gerichte focus bestaat.

*“Als we het dan hebben over amusement, even de nieuwsdienst buiten beschouwing gelaten, hebben we daar met speerpuntprogramma's gewerkt. De afdeling media heeft een aantal programma's uitgekozen en heeft gezegd, werken jullie nu eens aan meer quizkandidaten van vreemde oorsprong.” (dixit CEL Diversiteit)*

### 6.2.4. Nationalisme als denkkader

*Art.10. 2. 4<sup>e</sup> Vlaamse identiteit (beheersovereenkomst 2007-2011)*

*“Radio 2 blijft de Vlaamse identiteit ondersteunen met zijn programmering en het grote aandeel Vlaamse muziekproducties, waaronder ook het Nederlandstalige.”*



De doelgroep van de Vlaamse openbare omroep is dus elke Vlaming, en dit in beide overeenkomsten. Een Vlaming wordt op een systematische manier beschouwd als een individu dat de Belgische nationaliteit heeft en in Vlaanderen woont, uitgebreid met zij die aan dezelfde voorwaarden hebben voldaan, en nu in het buitenland wonen. Deze omslachtige omschrijving dient er eigenlijk alleen toe om aan te tonen dat de VRT op een impliciete manier Vlaanderen als natie beschouwt. Op deze manier zou kunnen worden gesteld dat elke Vlaming wordt gekenmerkt als iemand die, mocht dit bestaan, de Vlaamse nationaliteit heeft.

Dit brengt ons als vanzelfsprekend bij de vraag wie die Vlaming nu precies is. Verschillende onderhuidse betekenissen worden aan dit concept toegekend. Zo wordt er gesproken over dé Vlaamse cultuur. Los van de betekenis die het meekrijgt als uiting van een creatief proces aan kunst gelinkt, wordt dé Vlaamse cultuur ook als een natievormend element gezien. Die cultuur bestaat uit drie componenten. Als eerste is er het talige, linguïstische element. De VRT ziet de Nederlandse taal als een belangrijk en noodzakelijk vehikel om tot een Vlaamse cultuur te komen. Dit element werkt op basis van een uitsluitmechanisme aangezien dit betekent dat wie de Nederlandse taal niet voldoende machtig is per definitie niet als Vlaming kan worden gezien.

Een tweede component is het territoriaal gegeven. De Vlaamse cultuur is een weerspiegeling van wat er op het Vlaamse grondgebied gebeurt. Dit betekent automatisch dat er geen aandacht is voor andere identiteiten die ook deel kunnen zijn van een individu. In deze documenten zijn Vlaamse cultuur en Vlaamse identiteit namelijk begrippen die doorheen elkaar worden gebruikt en dezelfde betekenisinhoud kennen. Deze twee begrippen zijn op elk moment in de beide documenten inwisselbaar en zijn dus als het ware een blauwdruk van elkaar.

De derde component, die iets minder sterk aanwezig is, is het beschermen van het Vlaams erfgoed. Deze historische component gaat uit van een gedeelde geschiedenis die moet worden gekoesterd en waarop het huidige Vlaanderen is gebouwd.

Door de drie hoofdelementen, die systematisch terug komen, is het mogelijk om te spreken van een nationalistisch discours impliciet aanwezig doorheen de volledige beheersovereenkomsten en de centrale opdracht die daaruit spreekt. Door de sterke nadruk op het territorialiteitsprincipe is in eerste instantie een hegeliëans nationalisme aanwezig. Maar het is veel meer dan dat. Het is bij uitbreiding een herderiëans nationalisme dat uitgaat van één natie, één cultuur, één volk, één taal. Deze natie vertrekt dus vanuit een sterke nadruk op inclusiviteit, waarbij oog voor diversiteit en pluraliteit niet kan bestaan. Kortom de inclusiviteit die gepropageerd wordt, slaat op het openheid om deel te worden van die ene natie, van het volk. Die openheid is echter voorwaardelijk, zoals we zullen zien in het volgende stuk.

## 6.2.5. Assimilatie

### 6.1.1 Uitgangspunten aanbod en bereik

*“ De Vlaamse verankering van de programmering en het versterken van de eigen cultuur en identiteit met kwalitatieve programma's van eigen bodem zijn een belangrijke peiler van het aanbod.”*

#### Art1. §4: beheersovereenkomst 2007-2011

*“ Wat zijn sociale meerwaarde betreft, heeft de VRT een belangrijke verbindende rol. Hij heeft in zijn aanbodbeleid bijzondere aandacht voor het stimuleren van de sociale cohesie.”*

Toch komt in beide overeenkomsten, via verwijzingen naar Europese verdragen, aan bod dat pluralisme moet worden gepromoot. Dit leidt uiteraard tot een contradictie. Enerzijds wordt een model gehanteerd waarbij geen ruimte bestaat voor pluraliteit, maar enkel voor diversiteit binnen een vooropgestelde cultuur en natie en dus geen diversiteit door een verschil aan culturen, identiteiten en talen. Anderzijds is het de plicht om net de bestaande pluraliteit weer te geven. Dit past binnen een visie die enerzijds stelt dat er zoiets bestaat als een Vlaamse cultuur, identiteit en natie, en dat het anderzijds toch mogelijk is om daar als nieuwkomer deel van te worden. Door de taal te leren, je aan te passen aan vigerende waarden en de normen en je op die manier ‘in te burgeren’, zoals het woord het zelf zegt. Je moet jezelf tot burger maken van de samenleving. Dit is een discours dat heel nauw aansluit bij de assimilatie, waarbij iedereen zich moet zien aan te passen aan een virtuele cultuur, en natie, die als standaard wordt gezien door de heersende beleidsmakers. Nochtans blijkt dat de visie van de minister zelf, en ook van de CEL Diversiteit van de VRT, hier niet helemaal bij aansluit. Tegengesteld aan de beheersovereenkomst, stelt zij dat er niet zoiets bestaat als één Vlaamse cultuur of identiteit.

*“De Vlaming is geen unieke figuur. Er zijn heel vele verschillende soorten Vlamingen. Er is niet één identiteit, er zijn heel vele verschillende identiteiten.” (dixit minister Lieten)*

*“Ja. Maar de Vlaamse identiteit is divers. Vlaanderen is meervoudig. Dat is gewoon zo. Uiteraard. Dat heb je met de woorden Vlaams en Vlaanderen. Als je dat verengt naar een politiek idee. Dan zou je misschien tot een soort conservatieve opvatting kunnen komen. Maar niemand kan zeggen wat Vlaanderen is, wat de Vlaamse cultuur is. Er zijn er die beweren dat ze dat kunnen zeggen, maar dat is iets wat bijvoorbeeld ook volledig evolueert.” (dixit CEL Diversiteit)*

In de huidige overeenkomst wordt daarenboven ook gesteld dat er zoiets zou bestaan als een ‘buitenlandse cultuur’, wat een typevoorbeeld is van het creëren van een wij/zij tegenstelling die tot polarisering kan leiden. Dergelijke monolithische invalshoek draagt niet bij aan de nuancering om met kennis van zaken de werkelijkheid weer te geven, maar past wel binnen een verhaal waarbij elke natie zijn eigen cultuur heeft en de buitenwereld wordt gezien als personen met een andere cultuur.

#### OD18.2: beheersovereenkomst 2012-2016

*“ De VRT brengt verslag uit over en helpt de verspreiding van de Vlaamse cultuur in het buitenland en de buitenlandse cultuur in Vlaanderen...”*

Daarenboven dicht de openbare omroep zichzelf ook een sociaalmaatschappelijke functie toe in de zin dat zij de sociale cohesie, zoals benoemd in de overeenkomst 2007-2011, of de verbondenheid, in de overeenkomst 2012-2016, in de Vlaamse maatschappij willen versterken.

Die verbondenheid moet vooral worden gecreëerd op het regionale, het Vlaamse en het mondiale niveau. De VRT is uiteraard een Vlaamse instantie, maar het is opvallend dat er op quasi geen enkel moment wordt verwezen naar het Belgische niveau. Nergens in beide overeenkomsten kan een teken worden gevonden van enig investeren in het Belgische niveau, behalve een samenwerking met de RTBF net zoals met de andere EBU-landen die niet wordt geconcretiseerd. Dit is een extra bewijs van de premisse dat Vlaanderen als natie wordt gezien. Het nadrukkelijk werken aan de sociale cohesie als middel om een natiegevoel te creëren past ook binnen het discours dat momenteel vooral door Vlaamse nationalistische partijen wordt gehanteerd (Maly, 2011).

#### **6.2.6. Diversiteit & antidiscriminatie**

*Beheersovereenkomst 2012-2016*

*“SD2: De VRT zet diversiteit centraal in de organisatie en hanteert een integrale aanpak op vlak van aanbod en beeldvorming. Het charter diversiteit zal daarbij de leidraad zijn.”*

*Art. 15 §: Beheersovereenkomst 2007-2011*

*Dit houdt in dat, op basis van de Universele Verklaring van de rechten van de mens, elke vorm van discriminatie wordt geweerd.”*

Een opvallend verschil tussen de beheersovereenkomsten ligt in de manier waarop wordt omgegaan met inclusiviteit. Daar waar het document van 2007-2011 spreekt van het vermijden van niet-exclusiviteit, engageert de VRT zich ertoe om in de overeenkomst 2012-2016 actief aan inclusiviteit te werken. Die inclusiviteit wordt gezien als het bereiken van de verschillende sociodemografische groepen via het programma-aanbod.

Dit verschil in visie van de openbare omroep over de weergave van diversiteit als sociale opdracht is sterk verschillend, ook naar de concrete uitwerking toe. In de beheersovereenkomst 2007-2011 worden enkele aanzetten gegeven voor een diversiteitsbeleid, maar niet op een coherente en overtuigende manier. Er is geen sprake van een echt beleid omdat er enkel naar diversiteit wordt verwezen onder het hoofdstuk personeelsbeleid. Diversiteit wordt dus helemaal niet als een thematiek aanzien waaraan op een volwaardige manier moet worden gewerkt doorheen de volledige omroep, van personeelsstructuur tot het programma-aanbod. Er is wel een zekere aandacht voor demografische diversiteit, maar buiten het diversiteitsartikel wordt niet gesproken over sociale, culturele en fysieke diversiteit. Daarenboven wordt binnen dit diversiteitsartikel vertrokken vanuit een problematische invalshoek in plaats van een thematische invalshoek. De beheersovereenkomst gaat uit van diversiteit als problematiek in plaats

van als thematiek. Dit is ongewenst aangezien dit implicaties kan hebben op de manier waarop de beheersovereenkomst wordt geconcretiseerd in specifieke actieplannen en de dagelijkse werking.

De aanpak die wordt gehanteerd in de overeenkomst 2012-2016 staat daar volledig haaks op. Er wordt radicaal gekozen voor een integrale aanpak, met ook een ruimere opvatting van diversiteit. Doorheen elke entiteit van de omroep moet diversiteit een rol spelen. Binnen elk subthema in de beheersovereenkomst wordt de thematiek aangehaald. Dit zorgt er voor dat binnen de volledige organisatie en doorheen de organisatiecultuur die diversiteit een aandachtspunt is.

Het eerste charter diversiteit werd opgesteld in 2003. In 2007 werd een nieuwe versie opgesteld en dit jaar werd deze versie nogmaals vernieuwd. Enkele van de kernwaarden in dit geüpdate charter zijn 'respect', 'herkenning', 'toegankelijkheid', 'verbinden', 'pluralisme', 'gelijkwaardigheid' en 'kwaliteit'. Dit charter moet dan ook dienen als de rode draad van het diversiteitsbeleid. Elk van de hierboven geschetste waarden moet worden teruggevonden in elke entiteit van de organisatie. Deze ambitieuze aanpak moet ervoor zorgen dat het omgaan met diversiteit op termijn als een evidentie wordt gezien en dat het op een natuurlijke wijze in de organisatiecultuur vervat zit.

Wat beide documenten evenwel niet uitdrukkelijk tot doel stellen is het terugdringen van discriminatie. Ze engageren zich wel om aan niet-discriminatie te doen, maar het terugdringen van discriminatie vergt een specifiek en actief beleid, vooral inzake beeldvorming. Een coherent beleid is niet duidelijk aanwezig in beide beleidsdocumenten.

Ondanks het feit dat in beide overeenkomsten de beeldvorming niet op een coherente, duidelijke manier wordt weergegeven, zijn er toch enorme verschillen. De overeenkomst 2007-2011 hanteert enkele kwantitatieve maatstaven in de vorm van algemene streefcijfers naar de volledige populatie toe. Van streefcijfers naar specifieke doelgroepen toe is evenwel geen sprake en aan de beeldvorming op zich wordt quasi geen aandacht besteed. Er wordt nergens geïntendeerd om aandacht voor die diversiteit in de beeldvorming te ondersteunen. Diversiteit wordt gezien als het feit dat elke Vlaming, volgens de nationalistische definitie zoals hierboven geschetst, op de openbare media moet voorkomen. Op welke manier dit gebeurt, is geen aandachtspunt in dit beleidsdocument. In de overeenkomst 2012-2016 worden gelijkaardige kwantitatieve eisen gesteld, maar deze staan niet los van de kwaliteit van de beeldvorming. Dit laatste document legt ook de klemtoon veel meer op nuancering. Het moet mogelijk zijn om ook de complexiteit van bepaalde zaken weer te geven. Een goede manier om dit meetbaar te maken lijkt evenwel nog niet voor handen. Waar in de eerste overeenkomst sprake was van een opvolgonderzoek in de vorm van een diversiteitsbarometer, komt geen methodologie meer aan bod in de huidige overeenkomst. Er wordt wel verwezen naar het uitvoeren van een onafhankelijk onderzoek, dat ook meer oog moet hebben voor kwaliteit, maar een concrete methodologie werd nog niet uitgewerkt. Nochtans is het noodzakelijk om een duidelijk

evaluatie-instrument te bepalen bij aanvang van dergelijke, belangrijke overeenkomsten. De drang naar kijkcijfers, zoals eerder aangehaald, en anderzijds de noodzaak aan kwaliteit, tijd en ruimte om aan genuanceerde beeldvorming te doen, is een constante spanningslijn die op een wetenschappelijke manier moet kunnen worden opgevolgd.

### **6.2.7. Segmentering**

*Beheersovereenkomst 2012-2016:*

*“OD8.4: MNM is een toegankelijke instapradio die de jonge luisteraar (inclusief nieuwe Vlamingen) en zijn leefwereld centraal stelt, en van daaruit een relevant en betrouwbaar informatief aanbod brengt.”*

Een ander tegenstrijdig element in de lopende beheersovereenkomst, is dat de VRT via een behoeftenonderzoek de Vlamingen opdeelt in groepen. Die segmentering moet er voor zorgen dat die verschillende groepen op verschillende mediakanalen van de openbare omroep beroep kunnen doen. Het is niet ondenkbaar dat zo'n behoeftenonderzoek sterk samenloopt met andere sociaalmaatschappelijke breuklijnen. Dit effect wordt versterkt door een bijkomende aandacht voor een gediversifieerde promotie en marketing. Ook blijkt, vooral in de overeenkomst 2007-2011, dat de bevordering van de sociale cohesie eerder op een individueel niveau moet gebeuren. Dit alles zorgt er voor dat individuen verschillende informatie waarnemen en dat dus minder aandacht bestaat voor andere bevolkingssegmenten. Dit past binnen de theorie van de cognitieve dissonantie, die stelt dat personen de informatie zullen opzoeken waarmee zij het reeds eens zijn, wat in de praktijk betekent dat door die segmentering een verenging zou kunnen ontstaan in de maatschappijvisie van de kijkers/luisteraars. Er zou dus kunnen worden gesteld dat de VRT een constante afweging moet maken tussen de behoeftes van de mediagebruiker en de aandacht voor zijn sociaalmaatschappelijke informatiefunctie.

Binnen het doelgroepenbeleid dat in beide overeenkomsten wordt gehanteerd vallen enkele zaken op. Bijvoorbeeld wanneer het over 'nieuwe Vlamingen' gaat, nog zo'n lege betekenaar, moet vooral MNM binnen het radiolandschap deze groep aanspreken en aantrekken. Gezien het belangrijkste doelpubliek van MNM echter jongeren zijn, betekent dit dat een grote groep oudere, nieuwe Vlamingen, buiten beschouwing worden gelaten en dat zij aan de aanbodzijde geen media op hun maat krijgen.

Daarenboven kiest de openbare omroep er radicaal voor om niet te investeren in "programma's op maat" op basis van sociale, of culturele groepen. Het programma-aanbod moet generalistisch zijn. De enige uitzonderingen zijn Ketnet, dat een specifiek doelpubliek heeft volgens leeftijd, en Sporza en Cobra, die differentiëren volgens interessevelden.

## 6.2.8. Conclusie

Deze beheersovereenkomsten vertrekken beide vanuit het doel om verbondenheid te creëren tussen de Vlamingen. Samen met de nadruk op territoriale, talige en historische elementen wordt uitgegaan van een herderiaans nationalisme. Dit nationalisme stelt dat een natiestaat moet bestaan uit één duidelijk afgebakend territorium, één cultuur en één taal. Verschillende wetenschappers hebben aangetoond dat dit soort nationalisme niet kan bestaan wanneer vanuit de superdiverse realiteit wordt vertrokken (Vertovec, 2007). Elke samenleving is per definitie divers en die diversiteit is niet te herleiden tot verschillen op basis van nationale afkomst of nationale culturen en identiteiten. Die superdiversiteit tekent zich af als verschillen tussen individuen en dit op elk gebied, zowel sociaal, religieus, cultureel, economisch, ... Een nationalisme zoals naar voor komt uit de beheersovereenkomst en dat ook wordt gehanteerd binnen het huidige politieke discours botst op de grenzen van de realiteit. Diversiteit wordt dan begrepen als een diversiteit van nationale culturen die moeten geïntegreerd worden in één Vlaamse cultuur. Er wordt van elke nieuwkomer verwacht dat hij/zij zich aanpast aan de vigerende waarden en normen. Dit houdt een verwijzing naar assimilatie in waarbij de individuen bepaalde van hun identiteiten naast zich neer moet leggen om te kunnen deelnemen aan de samenleving om daarbinnen ook geaccepteerd te worden. Concreet betekent dit dat er in dergelijke naties wel een diversiteit kan en mag bestaan aan huidskleur, maar dat inhoudelijk iedereen op dezelfde lijn moet zitten. De pluralistische samenleving, zoals die in wezen is, moet volgens dergelijk discours worden omgevormd in een nationalistische eenheidssamenleving. Om dit te bewerkstelligen wordt beroep gedaan op het vormen van de samenleving door middel van het versterken van de sociale cohesie of verbondenheid. De openbare omroep is bereid om deze taak te ondersteunen en mee vorm te geven.

Vanuit dergelijk waardenkader wordt van 2007 tot 2016 diversiteit op de openbare omroep vormgegeven. Het moet evenwel gezegd dat de manier waarop met diversiteit wordt omgegaan in de nieuwste beheersovereenkomst heel erg verschilt van de vorige. Waar eerst diversiteit werd gezien als enkel het 'weergeven van de minderheden in de ether', is er nu ook aandacht voor de manier waarop die minderheden worden weergegeven. De manier waarop dit gebeurt verschilt opvallend. Sinds 2012 wordt geopteerd voor een integrale aanpak, doorheen alle geledingen van de organisatie. Dit is een belangrijke voorwaarde om tot een echt diversiteitsbeleid te komen. Het gebrek aan goede meetinstrumenten naar beeldvorming en bereik is een tweede belangrijke voorwaarde om van een geslaagd beleid te kunnen spreken, dit meetinstrument is momenteel nog niet aanwezig. Dat er werk wordt gemaakt van diversiteit blijkt ook uit de veelvuldige aandacht die nu bestaat bij alle documenten binnen de VRT. Van de nieuwjaarstoespraken over de visieteksten, doorheen de missies en waarden en de beheersovereenkomst tot de werking van aparte CEL Diversiteit. Het is duidelijk dat de intentie bij de VRT er is, wat al resulteert in een meer coherente aanpak, waaraan uiteraard ook nog moet

gesleuteld worden. Tenslotte staat of valt een beheersovereenkomst uiteraard met de uitwerking ervan in de praktijk, maar voor deze evaluatie is het momenteel nog te vroeg.

## **7. Algemene conclusie**

De potentiële media-effecten indachtig, is het noodzakelijk om onderzoek te voeren naar beeldvorming. De manier waarop in televisieprogramma's wordt omgegaan met elkaar kan zowel attitudes, normen, waarden en gedragingen van kijkers beïnvloeden. Zeker wanneer deze kijkers zich nog volop in de opbouw van hun normen- en waardensysteem bevinden, wat het geval is bij de doelgroep van de geselecteerde programma's, de zes- tot twaalfjarigen.

Het doel van dit onderzoek was het inzoomen op de diversiteitsthematiek in kinderprogramma's. Sinds minister Lieten de leiding kreeg, heeft diversiteitspolitiek een prominente plaats gekregen in het prioriteitenlijstje van het mediabeleid. Dit blijkt ook uit de initiatieven die worden genomen binnen de openbare omroep, geïnitieerd door de CEL diversiteit. Dit onderzoek tracht het politieke proces rond diversiteit in verband te brengen met het daadwerkelijke aanbod. Hiervoor werd een interpretatieve techniek gebruikt die focust op de gehele beeldvorming. Er werd gezocht naar zowel expliciete als impliciete betekenisprocessen die op een systematische manier voorkomen.

De nieuwe beheersovereenkomst toont zich ambitieus in de diversiteitsthematiek. Via een integrale, meer kwalitatieve aanpak wil zij ook aan een meer genuanceerde beeldvorming werken. Uit de inhoud van de programma's zelf blijkt echter dat er amper sprake is van echte genuanceerde beeldvorming naar diversiteit en culturaliteit toe. De politieke idee is er dus wel, maar de uitwerking stemt daar niet mee overeen. De oorzaak hiervan ligt misschien in de relatief snelle opvolging van de beheersovereenkomst. Deze was, op het moment van dataverzameling, pas drie maanden in uitvoering. De gevonden resultaten in de beeldvorming zijn namelijk zeer gelijkaardig bij openbare als bij commerciële zenders.

Culturele thematieken lijken te worden vermeden. Wanneer toch elementen aanwezig zijn die wijzen op interculturaliteit blijkt vooral dat deze identiteit volledig wordt genegeerd. Er zijn geen verschillen zichtbaar tussen culturele meerderheden en culturele minderheden. Dit past geheel binnen de assimilatiethese die duidelijk prominent aanwezig is doorheen de beheersovereenkomst. Deze gaat er van uit dat integratie wordt bevorderd door de culturele verschillen aan te passen aan de norm. Zodoende worden alle culturele verschillen weggegomd. Deze opvatting vanuit het politieke centrum blijkt dus inderdaad door te sijpelen in de programma's zelf. Dergelijke these past binnen een nationalistisch denkkader, waarbij uitgegaan wordt van één volk op één territorium met één taal die de bouwstenen van een Vlaamse natie zijn. De notie van integratie die hier wordt gehanteerd is een heel

eenzijdige waarbij aanpassing aan de culturele meerderheid de norm wordt, zonder oog voor de eigenheid van culturele minderheden.

In de weinige gevallen waarin de culturele verschillen toch worden erkend, gebeurt dit op een zeer stereotype manier. Culturele elementen worden ongenueanceerd en heel eenzijdig weergegeven. Vaak worden deze heel erg uitvergroet. Vooral in de fictie is dit het geval, het lijkt erop dat er in non-fictie met meer zorg wordt omgegaan met dergelijke verschillen. Daarnaast is het zo dat, vooral bij fictie, personages worden aangesproken op hun culturele identiteit door anderen, dit vaak in een negatieve, en soms zelfs beledigende context.

De oorzaak van deze heel eenzijdige en stereotype manier van beeldvorming ligt aan de snelheid waarmee alles nu moet gebeuren. Door de commercialisering van televisie en de technologische vooruitgang is het nu eenmaal zo dat ook kinderprogramma's een veel snellere verhaallijn moeten kennen, waardoor de tijd voor een uitgebreide nuancering vaak ontbreekt. Dit is niet enkel het geval bij commerciële omroepen, maar zeker ook voor de openbare omroep. Ook de VRT richt zich op grote aantallen kijkers, veeleer dan op bepaalde inhoudelijke, kwalitatieve elementen. Ook minister Lieten lijkt zich hiervan bewust.

*“We leven in een heel snelle samenleving, zeker bij informatie en duidingsprogramma's moet alles in oneliners, in zeven seconden moet iets grondig uitgelegd worden en dat is inderdaad niet makkelijk. Voor eender welk probleem. Ik denk dat we daar ook meer ruimte moeten creëren voor een goed gesprek” (dixit Minister Lieten)*

De openbare omroep spreekt in de beheersovereenkomst wel vaak over diversiteit en kwaliteit, maar dit blijkt zich enkel te concretiseren in het aantal etnisch culturele minderheden dat op de televisie verschijnt en niet in de manier waarop dit gebeurt. Ook het evaluatie-instrument is heel eenzijdig kwantitatief. Nochtans is ook de minister van media zelf ook overtuigd dat kwaliteit belangrijk is. Zij ziet het als volgt:

*“Kwaliteit is niet zo makkelijk te meten. Maar door die streefcijfers en die kwantiteit te benoemen, genereer je ook de kwaliteit. Als wij zeggen, we willen geen stereotypen bevestigen, en we hebben dat ook duidelijk in de beheersovereenkomst geschreven, dan weet ik dat bij de VRT redacties enzo ze daar mee bezig zijn en dat als filter in hun achterhoofd zullen houden. Het coacht en het stimuleert de mensen toch wel om hun gedrag een beetje aan te passen.” (dixit Minister Lieten)*

Ook al spreken de beleidsdocumenten over aandacht voor kwaliteit in de beeldvorming, dan blijkt hier nog een lange weg te gaan. De weinige interculturaliteit, het ontbreken van culturele thema's, het negeren van culturele verschillen en het stereotypebevestigende aspect binnen de kinderprogramma's lijken tegengesteld te zijn aan de educerende en maatschappelijke, socialiserende rol die de media, en zeker de publieke media, op zich horen te nemen in een democratische samenleving.



## **8. Discussie**

Superdiversiteit is een feit. Een ongelooflijk aantal mensen met een ongelooflijk aantal verschillende achtergronden leven samen in Vlaanderen. Die realiteit ontkennen, en al te eenvoudig de verantwoordelijkheid doorschuiven op de minderheden, zoals het politieke discours vandaag blijkt te zijn, is dan ook absurd. Uiteraard hebben zowel meerderheid als minderheid een verantwoordelijkheid om harmonieus samen te leven, maar dit hoeft helemaal niet te betekenen dat elk cultureel verschil moet worden uitgegomd.

Nochtans blijkt ook uit dit onderzoek dat die superdiversiteit niet de plaats krijgt in de samenleving waar ze recht op heeft. Dat mensen samen zullen moeten leven, en elkaar respecteren, doe je niet door te doen alsof we allemaal gelijk zijn, want dat zijn we nu eenmaal niet. De tijden waarin een minderheid zich maar moet inpassen in een meerderheid zijn voorbijgestreefd. Er is geen meerderheid meer en er zijn een resem minderheden. De assimilatietheorie lijkt achterhaald. Het is te eenvoudig om een assimilatie te verwachten vanuit de minderheden, zonder dat de culturele meerderheid hen een eerlijke kans geeft.

Dit onderzoek heeft de vinger gelegd op interculturaliteit en superdiversiteit in de media. Daaruit blijkt dat nog steeds wordt uitgegaan van een nationalisme waarbij anderen die de taal niet spreken of een andere nationaliteit bezitten zich moeten inburgeren. De term op zich zegt al genoeg. Het wederkerig werkwoord stelt dat je van jezelf een burger moet maken. De verantwoordelijkheid wordt bij het individu gelegd, terwijl ook het bestaande institutioneel kader hier een verpletterende verantwoordelijkheid draagt. Dat iedereen zich moet aanpassen aan het vigerende normen- en waardensysteem, en daarbij ook zijn eigenheid voor een groot deel moet afleggen, is vaak tegenstrijdig aan wat een 'open cultuur' zou moeten zijn.

Wanneer ook in de media die verschillen niet zichtbaar zijn, en zeker bij media voor kinderen, dan zorgt dit ook niet voor een groeiend respect voor de eigenheden van elkaar. Wanneer kinderen geen verschil zien in de media, maar wel in hun dagdagelijkse realiteit, dan komen die werkelijke verschillen als vreemd over. Wanneer echter dergelijke culturele verschillen op een positieve manier door de media zouden worden weergegeven, dan zouden deze vanzelf een normaliteit worden. Pluraliteit en diversiteit zijn een feit en kunnen bijdragen aan een boeiende, respectvolle samenleving waarin iedereen zijn plaats heeft.

Daarnaast lijkt het erop dat de commercialisering van de media ook in kinderprogramma's een zware invloed heeft. Snelle formats bieden geen ruimte voor een goede nuancering en complexe beeldvorming. Verschillende scenaristen wijzen ook op die verandering in de productie van programma's.

*“Nu zijn alle programma’s veel sneller en korter dan vroeger. Denk maar aan Merlina, dat zou nu niet meer mogelijk zijn. Dat gaat veel te traag.” (dixit netmanager)*

Dit mag uiteraard geen excuus zijn voor een systematische stereotype beeldvorming. Want precies daar knelt het schoentje. Uiteraard kunnen zaken worden uitvergroot, hebben overdrijvingen hun plaats en moeten ‘typetjes’ aan bod kunnen komen, maar wanneer dit op een systematische manier gebeurt dan ontstaat weldegelijk een beeldvormingsprobleem. Meer, groter en uitgebreider onderzoek is nodig. Niet enkel naar de beeldvorming van culturele minderheden, maar zeker ook rond andere groepen binnen een samenleving, bijvoorbeeld op basis van gender- en leeftijdsverschillen. Er is zeker ook nood aan nog meer onderzoek naar de maatschappelijke effecten van beeldvorming op het publiek. Onderzoek naar de kwaliteit ontbreekt vaak, zeker bij de meetinstrumenten van de openbare omroep zelf. De gehanteerde diversiteitsbarometer bijvoorbeeld meet quasi enkel kwantitatief naar representatie, waarbij ook grote methodologische fouten worden gemaakt. Zo blijkt namelijk iemand als Barack Obama mee te tellen als een zogenaamde ‘allochtoon’. Het is nodig om op een meer intensieve manier te peilen naar de beeldvorming zelf en zich niet enkel te verliezen in het tellen van koppen van minderheden. Iemand met een donkere huidskleur die als kannibaal wordt afgebeeld kan moeilijk als diversiteitsbevorderend worden beschreven, terwijl dit volgens de meeste onderzoeken wel als dusdanig zou worden gecategoriseerd.

Om de kwaliteit van diversiteit te verzekeren lijkt het noodzakelijk om ook zo’n beeldvormingseisen op te leggen, ook al is dit niet gewenst bij de scenaristen en productiehuisen. Nochtans bevindt de VRT zich in zo’n sterke financiële positie tegenover de rest van het (kinder)medialandschap dat dergelijke eisen niet onoverkomelijk mogen zijn. De scenaristen halen ook zelf aan dat zij liever voor de VRT willen werken. Enerzijds voor het merk Ketnet en anderzijds voor de betere financiële voorwaarden.

*“We hebben het gemaakt voor VTM, maar we hadden het veel liever gemaakt voor de VRT. VTM was een noodzaak, was klein budget.” (dixit scenarist 3)*

Dit hangt ook samen met de beheersovereenkomst. Strenge diversiteitseisen, ook naar kwaliteit, zijn een belangrijke incentive om daar als scenarist aan te werken. Dat de vertaling van de beheersovereenkomst ook tot bij de scenaristen zelf komt, wordt bevestigd door de scenaristen zelf. De basis voor diversiteit in een kinderprogramma is dus weldegelijk de beheersovereenkomst.

*“Ik heb al nieuwe briefings gezien die je bijna naast de beheersovereenkomst kan leggen van de zender.” (dixit scenarist 4)*

De inhoud van de programma’s heeft daarenboven niet enkel effect op de kinderen die het programma bekijken. Door het hele marketinggebeuren er rond ontstaan enorm versterkende effecten van alles wat in de kindermedia verschijnt.

*”Hoe zorg je ervoor dat je kinderen gaan kijken naar TV? Je moet zorgen dat het ook in de rest van de wereld aanwezig is. Zeker nu omdat het moeilijker wordt als zender om u te profileren. Met alleen op televisie te zitten is het heel moeilijk om iemand te bereiken. Als je daarnaast ook nog in de supermarkt een popje of een boekje ziet, ... Je moet breder gaan om de aandacht te kunnen trekken.”(dixit scenarist 2)*

Het heeft geen nut om elk cultureel verschil te negeren, net zoals het onzinnig is om elk cultureel verschil op een ongenuanceerde, stereotype manier weer te geven. Er moet toegewerkt worden naar een beeldvorming waarin ook culturele verschillen hun plaats krijgen en waarbij deze op een respectvolle manier worden getoond, waardoor ook de rijkdom van de bestaande diversiteit en pluraliteit wordt tentoongespreid. Dit komt de volledige samenleving ten goede. Enerzijds kan er meer respect voor elkaar ontstaan, anderzijds zullen ook personen van de culturele minderheden zich beter gerespecteerd voelen. Hier is een belangrijke taak weggelegd voor zowel beleidsmakers als mediaproductanten.

## **9. Referenties**

- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Éditions Galilée. ISBN 2-7186-0210-4.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs. Prentice-Hall.
- Baumann, G. (1999). Culture: having, making or both. In: Baumann, G., *The multicultural riddle, rethinking national, ethnic and religious identities*. Routledge, Londen.
- Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Hill & Wang. New York.
- Blommaert, J. (2001). *Ik stel vast. Politiek taalgebruik, politieke vernieuwing en verrechtsing*. EPO, Berchem. Pg 12.
- Blommaert, J. (2010). Het DNA van een politieke mediaformat. *Dewereldmorgen.be*.  
<http://www.dewereldmorgen.be/artikels/2010/06/20/het-dna-van-een-politieke-mediaformat>.  
Geraadpleegd op 17/03/2012.
- Bronfenbrenner, U. (1974). Developmental research, public policy, and the ecology of childhood. *Child Development*, v 45, pg 1-5.
- Cashmore, E. (1994). *Dictionary of race and ethnic relations*. Routledge. Londen en New York.
- Darwin, C. (1859). *On The Origin of Species by Means of Natural Selection, or The Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life*. London. ISBN10: 0486450066.
- De Bruin, J. (2002). Het multiculturele gezicht van populair Nederlands televisiedrama. In: Boerman, T., Pisters, P., Segal, J. (2002). *Beeldritsen: visuele cultuur en identiteit*. De Balie. Amsterdam.
- DeFleur, M.L., D' Antonio, W.V., Defleur, L.B. (1973). *Sociology: Human Society*. Glenview.
- De Tocqueville, A. (2005). *Democratie: wezen en oorsprong*. Uitgeverij Pelckmans. Kapellen.
- Devine, P. (1989). *Stereotypes and Prejudice: Their Automatic and Controlled Components*. University of Wisconsin. Madison.
- D' Haenens, L. en Saeys F. (1996). *Media & multiculturalisme in Vlaanderen*. Academia Press, ISBN 9038201028.
- Dhoest, A., Van Den Bulck, H. (2007). *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Academia Press. Pg 65. ISBN 978-90-382-1059-9.
- Emans, B. (1986). *Interviewen. Theorie, techniek en training*. Wolters-Noordhoff. Groningen.
- Entman, R.M. (1992). Blacks in the News: Television, modern racism and cultural change. *Journalism Quarterly*, v69 (2), pg 341-361.
- Erikson, E. H. (1959). *Identity and the Life Cycle*. International Universities Press. New York.
- Fairclough, N. (1988). *Discourse and social change*. Polity Press: Cambridge. Pg 39.

- Fiske, S., Xu, J., Cuddy, A., Glick, P. (1999). (Dis)respecting versus (dis)liking: Status and interdependence predict ambivalent stereotypes of competence and warmth. *Journal of Social Issues*, v55, pg 473-489.
- Foucault, M. (1971). *L'ordre du discours*. Paris Gallimard. Pg 12.
- Graves, S.B. (1999). Television and Prejudice Reduction: When does Television as a Vicarious Experience Make a Difference? *Journal of Social Issues*. v55, 4, pg 707-727.
- Galtung, J. (1996). *Peace by Peaceful Means: Peace and Conflict, Development and Civilization*. Sage Publications. London.
- Giles, D. (2003). *Media Psychology*. Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey. Pg 134.
- Hallin, D.C., Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press. ISBN 0 521 83535 6.
- Hicks, D.J. (1986). Short and long-term retention of affectively varied modeled behavior. *Psychonomic Science*, v11, pg 369-370.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences*. Sage Publications, Californië.
- Huntemann, N., Morgan, M. (2001). Mass Media and Identity development, In: Singer, D.G., Singer, J.L. (2000). *Handbook of children and the media*. Sage Publications. Thousand Oaks. Pg 309 – 312.
- Jhally, S., Lewis, J. (1992). *Enlightened Racism: The Cosby Show, audiences, and the myth of the American dream*. Westview Press. Boulder.
- Kay, P., Kempton, W. (1984). What is the Sapir-Whorf hypothesis? *American Anthropologist*, v86, pg 65- 79.
- Kohlberg, L. (1969). Stage And Sequence: The Cognitive-Developmental Approach To Socialization. In: Goslin, D.A. (ed.), *Handbook of socialization theory and research*. Rand-McNally. Chicago. Pg 347-480.
- Lähdesmaki, S., Solin, A. (2000). Linguistic Analysis, social analysis and CDA. *Pragmatics, Ideology, and Contacts Bulletin*, v5, pg 15-27.
- Leurdijk, A. G. D. (1999). *Televisiejournalistiek over de multiculturele samenleving*. Het Spinhuis. Amsterdam. Pg 9.
- Lindsey, K. (1995). Race, sexuality and class in Soapland. In: Dines, G., Humez, J.M. (eds.). *Gender, race and class in media*. Thousand Oaks. Sage. CA/New Delhi. Pg 332–339.
- Maly, I., Zienkowski, J., Ben Yakoub, J., Kenis, T., Maciel De França, C. (2011). *Het rijpen van de geesten. De woorden van De Wever en de strijd om uw ziel*. Kifkif vzw. Antwerpen.
- Mastro, D., Greenberg, B. (2000). The Portrayal of Racial Minorities on Prime Time Television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, Fall, pg 690-703.

- McConahay, J. (1983). Modern racism and modern discrimination: The effects of race, racial attitudes, and context on simulated hiring decisions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, v9, pg 551-558.
- Meulenbelt, A. (1984). *De schillen van de ui*. Van Genneep. Pg 92. ISBN10: 9055150576.
- Monk-Turner, E., Heiserman, M., Johnson, C., Cotton, V., Jackson, M. (2010). The Portrayal of Racial Minorities on Prime Time Television: A Replication of the Mastro and Greenberg Study a Decade Later. *Studies in popular culture*, v32, pg 2.
- Nijhof, G. (2003). *Tekstsociologie: over de talige constructie van de sociale werkelijkheid*. Aksant. Amsterdam. Pg 32. ISBN 9052600759.
- Oatley, K. (1999). Why fiction may be twice as true as fact: Fiction as cognitive and emotional Simulation. *Review of General Psychology*, v3.2, pg 113-114.
- Peffley, M., Hurwitz, J. (1993). *The political impact of racial stereotypes*. Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association. Washington, D.C., September 2-5.
- Piaget, J. (1965). *The moral judgment of the child*. Free press. New York.
- Pinto, D. (1990) *Interculturele communicatie: drie-stappenmethode voor het doeltreffend overbruggen en managen van cultuurverschillen*. Houten.
- Pocock, J.G.A. (1973). Verbalizing a Political act: Towards a Politics of Speech. In: Shapiro, M. (1984). *Language and politics*. Basil. Blackwell. Oxford. Pg 35-43.
- Poindexter, P.M., Smith, L., Heider, D. (2003). Race and Ethnicity in Local Television News: Framing, Story Assignments, and Source Selections. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, v47.
- Riley, J.W., en Riley, M.W. (1959). Mass communication and the social system. In: *Sociology today*, (ed) Merton, R.K., Broom, L., en Cottrell, L.S.S. New York. Basic. Pg 537-578.
- Shadid, W.A. (1994). *Beeldvorming: de verborgen dimensie bij interculturele communicatie*, Rede uitgesproken op 19 december 1994. University Press. Tilburg.
- Schelfhout, E. (1998). 'Een onmiskenbaar zwak punt' Bedenkingen over racisme in België, één jaar na het commissieverslag. In: Schelfhout, E. en Verstraeten, H. (1998). *De rol van de media in de multiculturele samenleving*. VUB Press. Brussel.
- Silverman, D. (2001). *Interpreting qualitative data. Methods for analysing talk, text and interaction* (2nd edition). London/Thousand Oaks, California/New Delhi, Sage Publications, pg 13.
- Smelik, A., Buikema, R., Meijer, M. (1999). *Effectief Beeldvormen: Theorie, analyse en praktijk van beeldvormingsprocessen*. Van Gorcum. Assen. Pg 45.
- Tajfel, H. (1982). The socialpsychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*. v33. Pg 1-39.
- Turner, J.C. (1985). Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behavior. *Advances in group processes*, v2, pg 77-122. Lawler, Greenwich.

- Van Dijk, T. (1991). *Racism and the press*. Routledge. London en New York.
- Van Leeuwen, B. (2003). *Erkenning, identiteit en verschil: multiculturalisme en leven met culturele diversiteit*. Acco. Leuven. ISBN: 90-334-5306-1.
- Verschueren, J. (2012). *Ideology in Language Use. Pragmatic Guidelines for Empirical Research*. Cambridge University Press. ISBN 978-1-107-00652-2.
- Vertovec, S. (2007). Super-Diversity and its implications. *Ethnic and Racial Studies*, v26, pg 1024-1054.
- Vink, N. (2001). *Grenzeloos communiceren, een nieuwe benadering van interculturele communicatie*. KIT Publishers. Amsterdam. Pg 135.
- Vlaanderen.be (2012). *Evolutie van het Marktaandeel van de tv-zenders in de Vlaamse Gemeenschap*. [www4.vlaanderen.be/dar/svr/cijfers/.../media/.../MEDITELE002.xls](http://www4.vlaanderen.be/dar/svr/cijfers/.../media/.../MEDITELE002.xls). Geraadpleegd op 17/03/2012.
- VRT Studiedienst, ENA (2011). *Monitor diversiteit 2011*. Een kwantitatieve studie naar de zichtbaarheid van diversiteit op het scherm in Vlaanderen. <http://www.vrt.be/monitor-diversiteit-2011>, geraadpleegd op 14/04/2012.
- VRM (2012). *Omroepen en dienstenverdelers*. <http://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/omroepen--dienstenverdelers.aspx>, geraadpleegd op 14/03/2012.
- Wentholt, R. (1999). *Membership identity, structure and dynamics*. Erasmus Universiteit. Rotterdam.
- Williams R. (1976). *Keywords: a vocabulary of culture and society*. Fontana. London. Pg 76.
- Zienkowski, J., Maly, I. (2007). Tussen natuur en verbeelding. In Maly, I. et al. (2007): *Cultu(u)rENpolitiek. Over media, globalisering en culturele identiteiten*. Garant. Berchem. Pg 25-63.

## **Bijlage 1: Pretest**

Onderstaande tabel geeft weer welke programma's werden bekeken om tot een niet exhaustieve lijst te komen van elementen waarmee tijdens de analyse zal moeten rekening worden gehouden. Deze pretest is afgenomen bij elk programma waarvan minstens twee afleveringen werden uitgezonden in de week van 1 tot 7 januari 2012. De selectie van de programma's is gebaseerd op het feit of deze van Vlaamse makelij was en of deze op een Vlaamse televisiezender werd uitgezonden. Een extra noot bij deze pretest is dat de week waarin de pretest werd afgenomen in de kerstvakantie viel, waardoor ook overdag een grotere hoeveelheid programma's werd uitgezonden.

<b>Programma</b>	<b>Zender</b>	<b>Datum</b>	<b>Aanvangsuur volgens programmatie</b>	<b>Einduur volgens programmatie</b>
Frutssel	vtmKzoom	03/01/2012	8.50	9.00
		03/01/2012	16.30	16.45
Zing-je-ding	vtmKzoom	01/01/2012	9.05	9.15
		02/01/2012	9.05	9.15
Skilz	vtmKzoom	01/01/2012	9.55	10.05
		01/01/2012	10.05	10.20
Rex	vtmKzoom	02/01/2012	10.35	10.40
		02/01/2012	13.00	13.05
Booh!!	vtmKzoom	01/01/2012	12.50	13.00
		02/01/2012	12.55	13.05
Dit is voetbal	vtmKzoom	01/01/2012	17.55	18.10
		02/01/2012	17.55	18.10
Samson en Gert: kerstverhalen	Ketnet	01/01/2012	7.55	8.00
		02/01/2012	7.55	8.00
Rox	Ketnet	01/01/2012	8.00	8.25
		02/01/2012	8.00	8.25
Ketnet King Size	Ketnet	01/01/2012	8.25	8.40
		01/01/2012	10.20	10.35
Zingaburia	Ketnet	01/01/2012	8.40	9.00
		01/01/2012	18.55	19.10
Oma en Oma	Ketnet	01/01/2012	10.35	10.45
		01/01/2012	14.10	14.20
AbraKOdabra	Ketnet	01/01/2012	13.55	14.10
		02/01/2012	13.55	14.10
Team kwistenbiebel	Ketnet	01/01/2012	14.10	14.20
		02/01/2012	14.10	14.20
Megamindy	Ketnet	01/01/2012	15.35	16.00
		02/01/2012	15.35	16.00
Mega Toby redt de race	Ketnet	01/01/2012	17.25	17.55
		02/01/2012	17.20	17.55
Galaxy Park	Ketnet	02/01/2012	17.55	18.05
		02/01/2012	18.15	18.27
Karrewiet	Ketnet	02/01/2012	18.05	18.15
		03/01/2012	18.05	18.15
De Pretroulette	Ketnet	02/01/2012	18.55	19.20



	Ketnet	03/01/2012	18.55	19.20
Hallo K3!	vtmKzoom	01/01/2012	9.15	9.40
	vtmKzoom	01/01/2012	19.00	19.25
Beroep onder de loep	vtmKzoom	01/01/2012	18.35	18.45
	vtmKzoom	02/01/2012	18.35	18.50
De wereld van K3	vtmKzoom	01/01/2012	16.15	16.35
	vtmKzoom	02/01/2012	16.15	16.30
Het huis anubis	Nickelodeon	02/02/2012	19.30	19.45
	Nickelodeon	02/02/2012	19.45	20.00

Na het bekijken van deze programma's, in samenspel met het literatuuronderzoek, werd tot volgende lijst functionaliteiten gekomen die een invloed kunnen hebben op de beeldvorming.

Thema aflevering	Onderwerp gesprek	Genderrol	Gebruik voornaamwoorden
Thema programma	Setting	Nationaliteit	Metaforen
Link met de realiteit	Netwerk van het personage	Religie	Accenten
Gebruik muziek	Hierarchie tussen personages	Etniciteit	Huidskleur
Camerastandpunt	Leeftijd personage	Welke identiteit speelt een rol	Naam
Fictie/non-fictie	Aantal mensen in de omgeving	Positiviteit/negativiteit	Stereotyperingen
Private/publieke omgeving	Klederdracht	Kwaliteiten personage	Inferioriteit/superioriteit
Lichaamstaal	Aanwezigheid fysische materialen		

## **Bijlage 2: Korte inhoud van de kinderprogramma's**

### Het Huis Anubis (Nickelodeon)

In Het Huis Anubis wonen enkele jongeren op internaat. Al snel blijkt dat er vreemde dingen gebeuren in het huis. De bewoners van het huis proberen het mysterie te ontrafelen. Om dit te doen moeten ze constant raadsels oplossen om tot nieuwe aanwijzingen te komen. Niet iedereen binnen het huis weet echter van het mysterie af. Daardoor zijn er een aantal jongeren die moeten samenwerken om de raadsels op te lossen, en anderen die er absoluut geen weet van hebben. Ook de conciërge weet dat er iets eigenaardigs aan de hand is en ook hij wil het raadsel kennen. Hiervoor houdt hij de jongeren extra goed in het oog.

### Woow! (vtmKzoom)

Woow! is een programma dat tracht in te spelen op de actualiteit. Het wordt gepresenteerd door Joyce Beullens en Arne Vanhaecke, twee jongeren die de verschillende items aan elkaar praten. Die items gaan vaak over internationale sterren, showbizz en muziek. Daarna hebben ze enkele vaste rubrieken met vaak korte interviews of vragen die worden gesteld aan BV's.

### De wereld van K3 (vtmKzoom)

De wereld van K3 bestaat uit vaste rubriekjes die door Karen, Kristel en Josje aan elkaar worden gepraat. Er wordt vaak geknutseld, gekookt, gezongen, gedanst en er worden spelletjes gespeeld, feestjes georganiseerd en nog veel meer.

### Booh! (vtmKzoom)

In de fictiereeks Booh! wonen enkele spoken in een kasteel. Kronkel krijgt, als makelaar, de opdracht om het kasteel te verkopen. Zijn zoon, Jonas, vindt bij het opruimen een speciale bril. Wanneer iemand deze bril opzet, kan hij de spoken zien. De spoken willen niet dat het kasteel wordt verkocht, dus jagen ze elke mogelijke koper weg, met Jonas als bondgenoot. De spoken hebben elk hun eigen geschiedenis en specifiek karakter, waardoor er soms problemen zijn tussen de spoken onderling.

### Hallo K3! (vtmKzoom)

Een comedyserie met de meisjes van K3 en Jacques Vermeire in de hoofdrol. De serie speelt zich af in een appartementsgebouw. Josje heeft haar eigen appartement en Karen en Kristel delen er eentje. Beneden is er een cafetaria waar de bewoners ook vaak samenkomen. Ze maken allerlei avonturen mee. Enerzijds proberen ze een gewoon leven te leiden, maar anderzijds zijn ze ook bekend als K3. Hierdoor ontstaan aparte situaties.

### De elfenheuvel (Ketnet)

Dagmar, een elf, wordt verbannen uit de tussenwereld en moet naar de mensenwereld komen om zijn leven te beteren. In de mensenwereld wordt hij opgenomen in een pleeggezin dat voor hem zorgt. Hij heeft ook een vloek over zich gekregen: als hij een mensenmeisje kust, mag hij nooit meer naar huis. Daarnaast heeft hij een missie gekregen die te maken heeft met de elfenheuvel.

### Karrewiet (Ketnet)

Karrewiet is een dagelijks programma waarin het belangrijkste nieuws van de dag wordt verteld op een wat meer luchtige manier. Het wordt gezien als een soort jeugdjournaal. De opbouw is steeds dezelfde: enkele hoofdpunten, het weer en een afsluitend filmpje. Vooral thema's die kinderen zouden interesseren worden behandeld.

### Samson en Gert (Ketnet)

Samson en Gert is een kinderserie die draait rond een hond, die kan spreken, en zijn baasje. Samson kan niet goed spreken en begrijpt alles verkeerd, waardoor Gert hem alles moet uitleggen. Ze wonen samen in een huis in een klein dorpje. Zowel de burgemeester, de kapper als de winkelierster komen er vaak over de vloer. De misverstanden worden altijd opgelost en zorgen dus voor een happy end.

### W817 (Ketnet)

W817 is een sitcom die zich afspeelt in een huis vol studenten. Zes jongeren wonen er samen. Alle personages zijn heel verschillend waardoor er soms conflicten of spanningen ontstaan. Er worden ook verschillende serieuze problematieken aangeraakt zoals aids en homoseksualiteit.

### Mijn kunst is top (Ketnet)

In mijn kunst is top neemt Adriaan Van den Hoof het elke week op tegen een andere BV in drie kunstdisciplines. In eerste instantie leren zij een kunst samen met een jonge beoefenaar, en daarna moeten ze in de vorm van een competitie tegen elkaar strijden. De BV mag voor 1 discipline een beroep doen op een joker, dan komt er iemand in zijn plaats die de kunst professioneel beoefent.

### **Bijlage 3: Leidraad kwalitatieve interviews**

Kunt U even schetsen hoe U in deze functie bent terechtgekomen?

Kunt U even kort schetsen wat uw rol in het bedrijf precies inhoudt?

Vanaf welk moment speelt U een rol in de productie van een programma?

Wat is volgens U het grote verschil tussen kinderprogramma's en programma's gericht op volwassenen?

Dicht U zichzelf een sociaal maatschappelijke rol toe als netmanager van een televisiezender?

Aan welke criteria moet een goed kinderprogramma voldoen?

Welke inhoudelijke elementen moeten zeker aanwezig zijn in een kinderprogramma?

Wie beslist welke programma's daadwerkelijk in de ether komen?

Zijn er voorbeelden van programma's die af waren en die toch niet werden uitgezonden? Om welke redenen?

Welke eisen stellen jullie als jullie een programma bestellen?

Wat is het grote verschil tussen eigen gemaakte programma's en programma's die worden aangekocht?

Stellen andere zenders ook andere kwalitatieve eisen? Bijvoorbeeld naar beeldvorming toe.

De VRT zet momenteel hard in op diversiteit. Is dit bij jullie ook het geval?

Op welke manier probeert U dit te bewerkstelligen?

Houden jullie zich ook actief bezig met de beeldvorming inzake diversiteit?

Wat betekent dit precies in de uitwerking daarvan? Worden kwalitatieve eisen bij diversiteitssubsidies gesteld?

Gaan jullie dan bijvoorbeeld ook proberen om stereotyperingen te vermijden of zelfs te ontkrachten?

Wanneer is een programma voor U geslaagd?

