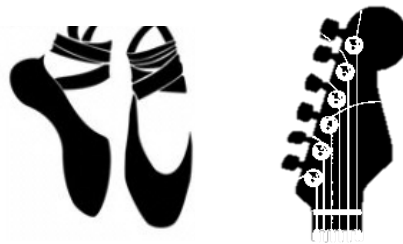




Vrije Universiteit Brussel

Anne-Sofie Vanhaeght  
Faculteit der Letteren en Wijsbegeerte  
Master Communicatiewetenschappen  
Profiel Media en Cultuur

*De rol van de VRT in cultuurparticipatie bij kinderen*  
**Case: Mijn Kunst is Top**



Academiejaar 2012-2013  
Promotor: Prof. Dr. Joke Bauwens

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



**Engelse titel**

The role of the Flemish public broadcaster (VRT) in the cultural participation of children: Case 'Mijn Kunst is Top'.

**Aantal woorden:** 43925 (exclusief bibliografie, bijlagen en voetnoten)

**Plechtige Verklaring**

*Ik verklaar plechtig dat ik de masterproef, De rol van de VRT in cultuurparticipatie bij kinderen: Case Mijn Kunst is Top, zelf heb geschreven.*

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

## VOORWOORD

Eerst en vooral wil ik mijn promotor en eerste officiële lezer van dit werk, Professor Joke Bauwens bedanken, om mij al twee jaar, eerst bij mijn bachelorpaper en nu bij mijn thesis, te stimuleren om voor een onderwerp te kiezen dat mij werkelijk interesseert. Uw theoretisch advies om vooral bij de essentie van mijn probleemstelling te blijven, alsook uw tips over hoe ik het best omging met het interviewen van kinderen waren een grote hulp. Daarnaast wist u ook perfect in te schatten wanneer ik moest getemperd worden in mijn ambities en daagde uw kritische zin mij telkens uit om ook eens iets langs de andere kant te bekijken.

Daarnaast zou ik ook heel graag Professor Karen Donders bedanken voor het nauwlettend nalezen van zowel mijn literatuurstudie als de specifieke analyse van *Mijn Kunst is Top*. De tips die u mij gaf over het theoretisch kader van de openbare omroep, en meer specifiek de VRT, hielpen mij telkens een hele stap vooruit.

Een speciaal dankwoord gaat ook uit naar Utta Egghe van productiehuis deMensen zonder wiens hulp ik nooit de contactgegevens van de MKiT-deelnemers hadden kunnen bekomen. Voorts wil ik tevens de MKiT-deelnemers zelf; Loeka, Jeroen, Bjorn, Wannas, Loes, Meya, Quinten, Sofie, Laura, Pommeliën, Jade, Vincent, Alan, Kleine Ben, Jef, Siebrand en Loïs bedanken om vooral geen blad voor de mond te nemen tijdens de interviews en mij de spontane antwoorden te bezorgen die de basis werden van deze boeiende analyse. Daarnaast wil ik ook alle ouders en de kunstleerkrachten van Sofie (Soetkin), Alan (Wim) en Kleine Ben (Sami) bedanken voor de - keer op keer - hartelijke ontvangst.

Verder zou ik ook graag Kaat Peeters, voormalig directrice van het Forum voor Amateurkunsten, Pim Raes, MKiT-verantwoordelijke van productiehuis deMensen, Fran Devriese, adjunct-netmanager van Ketnet, Chantal Pattyn, netmanager van Klara, Suzy Bleys, raadgeefster jeugd van het ministerie van Onderwijs en Cultuurnetmedewerksters Elien Van Laer en Katelijne Morreel willen bedanken om hun expertise over het MKiT-project, of over meer algemeen de cultuurparticipatie bij kinderen, met mij te delen.

Bedankt ook mama en papa, Katrien en Stefanie, om met mij rond te rijden naar verafgelegen kindjes die ik wou interviewen en niet teveel commentaar te geven op hoe het toch komt dat mijn oriëntatievermogen achter het stuur soms te wensen overlaat.

Ten slotte – en last but not least – dankjewel mijn lieve Jan. Al vijf jaar lang ben jij mijn perfecte tegenpool. Wanneer ik weer aan het -zeg maar- zagen was over mijn thesis deed jij telkens exact wat ik nodig had. Luisteren, knikken en daarna alles relativeren en mij vanachter mijn boeken mee naar buiten sleuren. Raar genoeg ben jij het en niet ik, die ervoor zorgt dat we mee zijn met de nieuwste Tarantino's en die mij iets bijbrengt over de filmmuziek van Paris Texas. Jij bent het ook die mij dit jaar nieuwe series als Borgen, The Killing, Breaking Bad, Game of Thrones, maar ook Quiz me Quick liet ontdekken. Series die mij langs de ene kant eventjes mijn thesis lieten vergeten, maar mij langs de andere kant weer deden beseffen waarom ik zo gepassioneerd ben door de kracht van media om soms iets heel complex te brengen in een simpele vorm.

	4
<b>VOORWOORD</b>	<b>3</b>
<b>INLEIDING</b>	<b>6</b>
<b>HOOFDSTUK 1: LEGITIMATIE VOOR EEN STERK CULTUURPARTICIPATIEBELEID</b>	<b>10</b>
<b>1. SOCIOLOGISCHE BENADERING VAN HANS BLOKLAND</b>	<b>10</b>
1.1 POSITIEVE EN NEGATIEVE VRIJHEID	10
1.2 HET EMANCIPATIEDILEMMA	12
1.3. BEPERKINGEN VAN DE NEGATIEVE VRIJHEID	13
1.4 MACHT EN PATERNALISME	14
1.5 HET BELANG PROEVEN VAN KUNST	16
1.6 REDENEN MISLUKKING CULTUURBELEID	17
1.7 NAAR EEN VRAAGGERICHT ACTIEF PARTICIPATIEBELEID	18
<b>2. CULTUURPARTICIPATIE BIJ KINDEREN 2.1 VERANTWOORDING</b>	<b>20</b>
2.2 GELIJKE KANSEN VOOR CULTUURPARTICIPATIE	21
<b>3. KRITIEK OP EEN STERK CULTUURPARTICIPATIEBELEID</b>	<b>24</b>
3.1 CULTUURPOPULISME	25
3.2 EVENWICHT ELITISME EN POPULISME	27
<b>HOOFDSTUK 2: DE ROL VAN DE OPENBARE OMROEP IN CULTUURPARTICIPATIE</b>	<b>29</b>
<b>1. THEORETISCHE INZICHTEN ROND DE EMANCIPATORISCHE ROL VAN DE OPENBARE OMROEP</b>	<b>29</b>
1.1 SOCIALE VERANTWOORDELIJKHEIDSVISIE	29
1.2 MARKTFALENVISIE OP DE OPENBARE OMROEP	34
<b>2. KINDERPROGRAMMA'S VAN DE OPENBARE OMROEP MAKEN HET VERSCHIL (NIET MEER)</b>	<b>37</b>
2.1 CONTEXT: COMMERCIALISERING EN DEPATERNALISERING	37
2.2 KINDERPROGRAMMATIE VAN DE OPENBARE OMROEP	39
2.3 COMMERCIELE KINDERZENDERS: CASE NICKELODEON	40
2.4 BOTTOM-UP BENADERING VAN NICKELODEON: VOOR- EN NADELEN	42
2.5 ONDSCHIEDEND KARAKTER KINDERPROGRAMMA'S PUBLIEKE OMROEP	44
2.6 KINDERPROGRAMMA'S OP DE OPENBARE OMROEP MAKEN HET VERSCHIL	47
<b>HOOFDSTUK 3: WETTELIJK KADER EN EVALUATIE: VRT &amp; CULTUURPARTICIPATIE</b>	<b>49</b>
<b>1. DECREET BETREFFENDE RADIO-OMROEP EN TELEVISIE</b>	<b>49</b>
<b>2. AANLOOP NAAR EERSTE BEHEERSOVEREENKOMST</b>	<b>49</b>
<b>3. EERSTE BEHEERSOVEREENKOMST (1997-2001)</b>	<b>51</b>
3.1 PROTOCOL VAN AMSTERDAM (1997)	51
<b>4. TWEEDE BEHEERSOVEREENKOMST (2002-2006)</b>	<b>52</b>
<b>5. DERDE BEHEERSOVEREENKOMST (2007-2011)</b>	<b>53</b>
5.1 EVALUATIE EN TOEPASSING DRIESPORENBELEID OP KINDERPROGRAMMA'S (2008)	55
5.2 VISIE VAN DE CULTURELE SPELERS OP HET DRIESPORENBELEID (2010)	57
5.3 PUBLIEKSEVALUATIE CULTUURBELEID VRT	58
<b>6. VIERDE BEHEERSOVEREENKOMST (2012-2016)</b>	<b>60</b>
<b>BESLUIT LITERATUUR</b>	<b>64</b>
<b>INLEIDING: METHODOLOGISCH ONDERZOEKSOPZET</b>	<b>66</b>
<b>HOOFDSTUK 1: TOELICHTING MIJN KUNST IS TOP-PROJECT</b>	<b>69</b>
<b>1. DE AANLOOP NAAR MIJN KUNST IS TOP</b>	<b>69</b>
<b>2. MIJN KUNST IS TOP-FORMAT</b>	<b>70</b>
<b>3. MIJN KUNST IS TOP-DAG</b>	<b>72</b>
<b>4. MIJN KUNST IS TOP ONLINE</b>	<b>73</b>

4.1 <i>MIJN KUNST IS TOP</i> -ATELIER	73
4.2 <i>MIJN KUNST IS TOP</i> OP DE <i>UITMETVLIEG</i> -SITE	74
<b>5. VISUEEL OVERZICHT MKiT-INITIATIEVEN</b>	<b>75</b>
<b>6. DOELSTELLINGEN EN SLOTEVALUATIE VAN <i>MIJN KUNST IS TOP</i></b>	<b>77</b>
<b>HOOFDSTUK 2: DATAVERZAMELING: DIEPTE-INTERVIEWS</b>	<b>81</b>
<b>1. INTERVIEWEN VAN KINDEREN</b>	<b>81</b>
1.1 VISIES OP HET KIND	81
1.2 <i>SOCIOLOGY OF CHILDHOOD</i> -BENADERING	82
1.3 INFORMED CONSENT	84
1.4 DEELNEMERS MKiT	84
1.5 VRAGENPROTOCOL	86
<b>2. INTERVIEWEN VAN EXPERTEN</b>	<b>88</b>
<b>3. ANALYSE: CODERING OP BASIS GROUNDED THEORY BENADERING</b>	<b>89</b>
<b>HOOFDSTUK 3: ONDERZOEKSBEVINDINGEN</b>	<b>90</b>
<b>1. DEFINITIE KUNST VOLGENS KINDEREN</b>	<b>90</b>
<b>2. BELANG KUNST VOOR KINDEREN</b>	<b>91</b>
<b>3. VIJF DOELSTELLINGEN VAN DE AFDELING JEUGD</b>	<b>94</b>
3.1 DOELSTELLING 1&2: KUNST PROMOTEN & CULTUUREDUCATIE BIJ KINDEREN	94
3.2 DOELSTELLING 3: LAAGDREMPELIGHEID	96
3.3 DOELSTELLING 4: DIVERSITEIT	98
3.4 DOELSTELLING 5: POSITIEVE EFFECT OP PARTICIPATIE	105
<b>4. ROL VAN KINDEREN IN CULTUURPARTICIPATIEBELEID VRT</b>	<b>113</b>
4.1 IN HOEVERRE HEBBEN KINDEREN INSPRAAK OP DE VRT?	113
4.2 SUGGESTIES VAN KINDEREN CULTUURPARTICIPATIEBELEID VRT	118
<b>5. CULTUUR OP KETNET IN DE TOEKOMST?</b>	<b>121</b>
<b>BESLUIT <i>MIJN KUNST IS TOP</i></b>	<b>123</b>
<b>ALGEMEEN BESLUIT</b>	<b>126</b>
<b>BIBLIOGRAFIE</b>	<b>129</b>
<b>WETENSCHAPPELIJKE LITERATUUR</b>	<b>129</b>
<b>OVERHEIDSDOCUMENTEN</b>	<b>134</b>
<b>MIJN KUNST IS TOP-DOCUMENTEN</b>	<b>135</b>
<b>PERSBERICHTEN</b>	<b>135</b>
<b>BIJLAGEN</b>	<b>137</b>

## INLEIDING

*“Nickelodeon is a programming service designed to both create and service a particular kind of community and it does this with careful research methods, primarily using focus groups to find out “what kids want.”*<sup>1</sup> (Sarah Banet-Weiser)

*“Een directe inspraak en participatiezorg is positief, maar hierin schuilt wel het gevaar dat er gemakkelijks halve gekozen wordt voor een ‘jij vraagt, wij draaien’- houding en dat de programma’s smaakbevestigend worden in plaats van smaakverkennd.”*<sup>2</sup> (Barbara Wyckmans)

De tegenstelling tussen bovenstaande quotes van enerzijds professor media Sarah Banet-Weiser over commerciële kinderzender Nickelodeon en anderzijds HetPaleis directrice Barbara Wyckmans over openbare omroep VRT gaven de aanleiding voor het schrijven van deze masterthesis. De problematiek van het vinden van een evenwicht tussen enerzijds een bottom-up benadering waar kinderen inspraak hebben en anderzijds de paternalistische top-down visie dat volwassenen bepaalde keuzes voor het kind moeten maken komt vooral sterk naar voor in een cultuurparticipatiebeleid. Om die reden is het centrale thema van dit werk de rol die de VRT speelt in cultuurparticipatie bij kinderen.

Ten gevolge van de opkomst van de private zenders en de bijhorende commercialiseringstendens in de jaren tachtig moest het discours van paternalisme almaar meer plaats ruimen voor een discours dat gericht was op de autonomie van de televisiekijkende consument of, in dit geval, op de autonomie van het televisiekijkende kind. Amerikaanse kinderzenders als Nickelodeon introduceerden zo credo’s als *“Taking the kids’ point of view”* en *“The friend of kids”*<sup>3</sup> die sterk in contrast stonden met het oorspronkelijke West-Europese Verlichtingsproject van de openbare omroep. Laatstgenoemde ontkwam echter ook niet aan deze commercialiseringstendens en begon volgens critici haar onderscheidend karakter en bijgevolg haar bestaansreden langzamerhand kwijt te raken.<sup>4</sup> In deze studie proberen we na te gaan in hoeverre dit werkelijk het geval was.

Het feit of een openbare omroep überhaupt een rol moet spelen in het stimuleren van cultuurparticipatie bij kinderen staat op zich ook ter discussie. Gust De Meyer, hoogleraar aan de KU Leuven en gekend cultuurrelativist, argumenteert dat de rol die het medium televisie op dit

<sup>1</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Kids Rule!: Nickelodeon and Consumer Citizenship*. Durham, Duke University Press, 2007, p. 20.

<sup>2</sup> MOONS (An), RAATS (Tim). Cultuur en middenveld: de publieke omroep in een democratische samenleving; in DONNERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 99.

<sup>3</sup> BUCKINGHAM (David). Studying children’s media cultures: A new agenda for cultural studies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, p. 60.

<sup>4</sup> STEEMERS (Jeanette). Public Broadcasting is not dead yet, in LOWE (George Ferrell), HUIJANEN (Taisto), eds. *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg, Nordicom, 2003, p. 133-134.

gebied te spelen heeft, verouderd is en dat alles wat vandaag onder de noemer ‘kunst en cultuur’ valt reeds te vinden is op het internet.<sup>5</sup> Hierbij treft De Meyer een gevoelig punt van de VRT dat moeilijk te weerleggen is met empirische bewijzen. Om die reden zoomen we in op het Ketnetprogramma *Mijn Kunst is Top (MKiT)*, het eerste kinderprogramma van de VRT dat specifiek tot doel had de cultuurparticipatie bij kinderen te bevorderen. Dit programma dat in het voorjaar van 2012 op de buis was, portretteerde kinderen met een artistieke hobby (draailier spelen, experimenteel theater etc.) en hoopte zo andere kijkers aan te zetten om ook aan deze kunstvorm deel te nemen.<sup>6</sup> Aan de hand van een kritische analyse van dit programma proberen we een antwoord te formuleren op de centrale probleemstelling van deze thesis:

*“Hoe kunnen we aan de hand van de casestudy Mijn Kunst is Top de rol van de VRT in het cultuurparticipatiebeleid, gericht op de doelgroep van kinderen, evalueren in een digitaal tijdperk?”*

Het theoretisch kader dat we geven in de literatuurstudie is vooral gericht op een argumentatie pro de verantwoording van een cultuurparticipatiebeleid op de VRT. Hierbij willen we duidelijk aangeven dat de eigen onderzoekspositie eerder normatief dan objectief is, waarbij we uitgaan van een hypothese in het voordeel van de VRT. De analyse van deze hypothese gebeurt echter op een zo kritisch mogelijke manier, en dit precies omdat we ons bewust zijn van de normativiteit van de eigen onderzoekspositie. Volgende onderzoeksvragen vormen de leidraad van het theoretisch kader:

- 1) Welke legitimatie kunnen we in de literatuur terugvinden voor een sterk cultuurparticipatiebeleid? Wat zijn de specifieke problemen die zich voordoen in het thema van cultuurparticipatie bij kinderen?
- 2) Welke kritiek kan gevormd worden op een sterk cultuurparticipatiebeleid?
- 3) Welke theoretische inzichten bestaan er rond de emancipatorische en participatiebevorderende rol van de publieke omroep?
- 4) In welke mate weten publieke omroepen zich nog te onderscheiden van commerciële omroepen op het gebied van kinderprogramma's?
- 5) Wat wordt er specifiek van de VRT verwacht op het vlak van cultuurparticipatie en kinderen? Via welke initiatieven poogt de VRT op dit moment bij te dragen aan de cultuurparticipatie van kinderen?

---

<sup>5</sup> DEMEYER (Gust). *Waarom cultuur niet belangrijk is en cultuursubsidie nog minder*. Gent, Academia Press, 2009, p. 74.

<sup>6</sup> DEVOS Franky, ASSELMAN (Evert), MAST (Gitte). *XS. Over kinderen, cultuur en communicatie*. Brussel, CultuurNet, 2007, p. 51.

In het empirische gedeelte analyseren we het *Mijn Kunst is Top*-project in de diepte. We evalueren het MKiT-programma, de MKiT-dag en de verbonden MKiT-websites aan de hand van de vijf doelstellingen die de afdeling Jeugd van het departement Cultuur Jeugd Sport en Media (CJSM) vooropstelde voor het project. Deze evaluatie gebeurt door middel van een deskresearch van alle verschenen informatie over MKiT en diepte-interviews met de partijen die betrokken waren in heel het MKiT-proces, onder wie: de zeventien deelnemende kinderen (één MKiT-deelnemer was onbereikbaar), Kaat Peeters: voormalig directrice van het Forum voor Amateurkunsten en initiatiefnemer van het project, Pim Raes: MKiT-verantwoordelijke van productiehuis deMensen, Fran Devriese: adjunct-netmanager van Ketnet en Suzy Bleys: raadgeefster jeugd van het ministerie van Onderwijs. Voorts besloten we om ook Chantal Pattyn, hoofd van Klara, te interviewen naar aanleiding van het *Klara4Kids*-project, om te kijken hoe een andere VRT-instantie dan Ketnet omgaat met het promoten van kunst bij kinderen. Volgende onderzoeksvragen vormen de rode draad van de MKiT-analyse:

- 1) Hoe kunnen we het MKiT-project evalueren, rekening houdend met de vijf doelstellingen die opgesteld werden voor het programma vanuit de afdeling jeugd van de Vlaamse overheid?
- 2) Hoe top-down is de VRT als ze met kinderen werkt over cultuur? In hoeverre vinden de kinderen zelf dat ze meer inspraak moeten hebben in dit proces?
- 3) Welke creatieve visies op het beleid rond kunstprogramma's voor kinderen hebben de deelnemende kinderen? Hoe denken ze na over de rol van televisie en meer specifiek een openbare omroep hierin, rekening houdend met het digitale tijdperk?

Nadien evalueren we deze analyse in functie van de probleemstelling waarbij een mogelijk positief resultaat een argument kan vormen pro een sterk cultuurparticipatiebeleid op de VRT en een negatief resultaat de punten tot verbetering kan aangeven.

De wetenschappelijke relevantie van deze thesis bestaat er dus uit empirische kennis op te bouwen die de onophoudelijke discussie over de zin en de impact van een cultuurparticipatiebeleid op de openbare omroep een nieuwe richting kan geven. Dit leidt ons onmiddellijk ook naar de maatschappelijke relevantie van dit werk, we moeten maar enkele parlementaire documenten doorlezen om de conflicten omtrent de culturele opdracht van de VRT te ontdekken. Bovendien vormde het MKiT-project de aanleiding voor een parlementaire vraag. Zo vroeg volksvertegenwoordiger Bart Tommelein van Open VLD naar een verklaring voor het feit dat de VRT voor het MKiT-project een beroep deed op een extra subsidie van het



de minister van Jeugd Pascal Smet en dit bovenop haar basisdotatie.<sup>7</sup>

Een tweede belangrijk element dat bijdraagt tot de wetenschappelijke relevantie van dit werk is het feit dat we kinderen zelf aan het woord laten. Het hele cultuurverhaal is immers een machtsverhaal waarin volwassenen, veelal politici (getuige de parlementaire kwesties), de bovenhand hebben: *kinderen moeten op school lezen, naar het theater/museum gaan* enz. Zelden wordt er echter gevraagd naar de mening van de kinderen zelf hierin. Zonder in de val van een *'jij vraagt, wij draaien'-houding* te trappen, proberen wij dit wel te doen. Zo vragen we aan de zeventien kinderen die deelnamen aan MKiT wat hun mening is over het cultuurbeleid dat opgelegd wordt van bovenaf, alsook hoe zij het zouden aanpakken indien ze zelf een tv-programma zouden mogen maken om kunst bij kinderen te promoten. Hierbij moeten we wel in de kantlijn plaatsen dat deze kinderen reeds een kunst beoefenen en hun mening dus niet representatief is voor de modale Ketnet-kijker.

Ten derde wijzen verschillende onderzoeken, onder andere dat van Francine Nagel over *Cultuurdeelname in de levensloop*, op het belang een participatiebeleid te voeren gericht op kinderen van 9 tot 12 jaar. Het feit dat dit de sleutelleeftijd is waarop socialisatie het meest effectief is, geeft een extra legitimatiegrond voor onderzoek rond de MKiT-deelnemers die zich precies in deze leeftijdscategorie bevonden toen ze deelnamen aan het programma.<sup>8,9,10</sup> Voorts is er ook nog maar weinig aandacht besteed aan de geschiedenis from below in de literatuur over de Vlaamse televisie.<sup>11</sup> Zo komt een analyse van de concrete deelnemers, programma's en productieprocessen in het Vlaamse medialandschap niet veel aan bod.<sup>12</sup>

Vooraleer we echter concreet gaan kijken naar het MKiT-project, duiken we in de literatuur om belangrijke begrippen als cultuurparticipatie en de openbare omroep een theoretische fundering te geven. Om die reden vangen we nu eerst aan met een uiteenzetting van de pro's en contra's van een sterk cultuurparticipatiebeleid. Hierin zal het concept van de positieve vrijheid van Hans Blokland een belangrijk argument vormen om kinderen in contact te laten komen met alle soorten kunst. Van ballet tot basgitaar.

---

<sup>7</sup> Open VLD. *Tommelein: "extra subsidies voor de basistaken van de VRT is er los over"*. [Online] <http://www.melle.openvld.be/News.aspx?nid=10fb7a3a-7881-49b6-a1ca-f39bf2e0fdec&id=50b33ce6-ff40-4bef-8c88-b07877f2ec22#.UlhV7HL4WuI> [31. 10.2012]

<sup>8</sup> NAGEL (Francine Antoinette). *Cultuurdeelname in de levensloop. Cultural Participation in the Life Course*. Doctoraat Universiteit Utrecht, p. 6.

<sup>9</sup> SCHAUVLIEGE (Joke), SMET (Pascal). *Groei en cultuur, conceptnota cultuureducatie*. S.l., Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012, zie bijlagen: CD-rom, p. 14.

<sup>10</sup> DEVOS Franky, ASSELMAN (Evert), MAST (Gitte). *XS. Over kinderen, cultuur en communicatie*. Brussel, CultuurNet, 2007, p.51.

<sup>11</sup> DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde). Inleiding, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, p. 7-8.

<sup>12</sup> DHOEST (Alexander). Kinder- en jeugdprogramma's, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, p. 313.

## HOOFDSTUK 1: LEGITIMATIE VOOR EEN STERK CULTUURPARTICIPATIEBELEID

### 1. Sociologische benadering van Hans Blokland

Politicooloog Hans Blokland introduceert in zijn theorie de concepten positieve en negatieve vrijheid van Isaiah Berlin om te argumenteren voor een sterk vraaggericht cultuurparticipatiebeleid. Hierbij zien we dat het begrip van positieve vrijheid de nadruk legt op het stimuleren van de vraag naar cultuur bij kinderen, wat zich in het openbare omroepbeleid vertaalt in een strategie waarbij kinderen op diverse platformen in contact worden gebracht met het cultuuraanbod. Negatieve vrijheid zet daarentegen in op een aanbodbeleid en zal in deze context enkel subsidies verschaffen aan de openbare omroepinstelling, zonder zich ervan te vergewissen of iedereen over het bestaande cultuuraanbod geïnformeerd wordt. Terwijl bij de positieve vrijheid het paternalistische geloof bestaat dat volwassenen op het gebied van cultuur bepaalde keuzes voor het kind moeten maken, gelooft men bij de visie van de negatieve vrijheid eerder dat het kind zelfstandig en zonder hulp van bovenaf de juiste beslissingen kan maken op dit vlak. Het MKiT-project is gesubsidieerd, en valt dus deels onder het aanbodbeleid van de negatieve vrijheid, maar is door de sterke nadruk op het stimuleren van de vraag naar cultuur bij kinderen vooral onder te brengen in de ideeën achter het positieve vrijheidsconcept. In deze theoretische uiteenzetting proberen we te weten te komen hoe de confrontatie van beide vrijheidsconcepten, door Blokland het emancipatiedilemma genoemd, een impact heeft gehad op het Westerse cultuur- en subsidiebeleid en hoe we hier lessen uit kunnen trekken voor, meer specifiek, het cultuurparticipatiebeleid op de openbare omroep.<sup>13</sup>

Daarnaast is de genuanceerde visie van Blokland op het paternalisme, wat hij in tegenstelling tot de meesten niet per se als iets negatief ziet, interessant om mee te nemen in de analyse. Zijn duidelijke voorkeur voor hoge cultuur en het wantrouwen waarmee hij naar alle commerciële populaire cultuur kijkt, mogen echter niet zomaar voor waar worden aangenomen en zullen we bijgevolg kritisch onder de loep nemen.

#### 1.1 Positieve en negatieve vrijheid

Het kunnen participeren in cultuur ziet Hans Blokland als één van de belangrijkste voorwaarden voor individuele vrijheid.<sup>14</sup> Dit vrijheidsconcept dat voortgaat onder de noemer 'positieve vrijheid' of 'autonomie' (niet te verwarren met het meer algemene autonomie-begrip dat wordt aangehaald in de inleiding) vormt zijn belangrijkste argument om een sterk cultuurparticipatiebeleid te verantwoorden. Vanuit een humanistische visie argumenteert hij

---

<sup>13</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, voorwoord.

<sup>14</sup> IBIDEM.

immers dat iedereen zou moeten streven om *“iemand te zijn in plaats van zomaar iedereen”*<sup>15</sup> en dit door het cultuurideaal te gebruiken als middel tot zelfverwezenlijking. In deze wens horen we duidelijk het ‘Bildungs’-ideaal van het verlichtingsdenken weerklinken.<sup>16</sup> Hieruit kunnen we afleiden dat cultuur binnen deze context geen puur beschrijvende, maar wel degelijk ook een waarderende term is.<sup>17</sup> In hoeverre Blokland hierbij een onderscheid maakt tussen hoge en lage cultuur bespreken we in het deel rond *Paternalisme en Macht*.

De idee van de autonome persoonlijkheid, die bewust zijn leven richting geeft, vormt dus de basis voor het discours rond positieve vrijheid. Negatieve vrijheid daarentegen kan worden omschreven als het gebied waarin *“men ongestoord door anderen dat kan doen wat in zijn vermogen ligt”*<sup>18</sup>. Daaruit volgt dat men voor negatieve vrijheid, in tegenstelling tot haar positieve tegenhanger, niemand nodig heeft. Hoe groter het privédoel, hoe groter de negatieve vrijheid dan ook kan worden beschouwd.<sup>19</sup> Om het met Blokland’s woorden te stellen: *“van zijn privacy geniet iemand bij voorkeur op een onbewoond eiland”*<sup>20</sup>. Autonoom, in de zin van positieve vrijheid, kan men echter uitsluitend worden met behulp van anderen, in een cultuur.<sup>21</sup> Terwijl negatieve vrijheid enkel betrekking heeft op de vraag of mensen ongestoord door anderen eventuele keuzen kunnen maken, is positieve vrijheid eveneens betrokken op de vraag of mensen ook werkelijk iets te kiezen hebben en in staat zijn om deze keuze te maken. Hiermee bedoelt Blokland dat men enkel een beredeneerde keuze kan maken als men op de hoogte is van de mogelijke keuzealternatieven. Deze kennis van keuzealternatieven kan men enkel verkrijgen door te leren.<sup>22</sup> Bijgevolg is het verwerven van cultuur, en hiermee van positieve vrijheid, nauw verbonden met ‘enculturatie’, educatie en socialisatie.<sup>23</sup> Deze kunnen niet verwezenlijkt worden op een onbewoond eiland, maar vereisen een leerproces dat zich ent op sociale interactie met de culturele gemeenschap.

Dit heeft gevolgen voor een eventueel cultuurbeleid, want voorstanders van positieve vrijheid vinden dat de overheid een rol heeft in dit leerproces en hieruit volgt de idee van sociale cultuurspreiding. Het doel hiervan is niet dat mensen een specifieke ethische of esthetische voorkeur wordt opgedrongen, maar wel zo’n situatie te scheppen waarin zij het vermogen hebben zelf beredeneerde keuzes te maken.<sup>24</sup> Voorstanders van het negatieve vrijheidsconcept zijn echter van mening dat de overheid zich op het gebied van cultuur nergens mee te moeien

<sup>15</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 20.

<sup>16</sup> IBIDEM.

<sup>17</sup> IDEM, p. 273.

<sup>18</sup> IDEM, p. 20.

<sup>19</sup> IDEM, p. 19.

<sup>20</sup> IDEM, p. 21.

<sup>21</sup> IBIDEM.

<sup>22</sup> IDEM, p. 20.

<sup>23</sup> IBIDEM.

<sup>24</sup> IDEM, p. 21.

heeft.<sup>25</sup> De negatieve vrijheidsconceptie gaat namelijk uit van een groter vertrouwen in het vermogen van het individu om op eigen kracht kennis te krijgen over de keuzealternatieven.

Zoals hierboven vermeld, is negatieve vrijheid eerder antisociaal. Positieve vrijheid, dat daarentegen fundamenteel de mens als een sociaal wezen ziet, gaat er vanuit dat het individu pas in interactie met zijn omgeving zijn persoonlijkheid ten volle kan ontwikkelen. Deze verschillen tussen positieve en negatieve vrijheid leiden Blokland tot de centrale vraag die zich stelt binnen het cultuurbeleid: “Hoe kan de overheid bijdragen tot de vergroting van de positieve vrijheid van het individu, zonder dat daarbij zijn negatieve vrijheid onaanvaardbaar wordt beperkt?”<sup>26</sup>. Beide vrijheidsconcepten kunnen immers niet gelijktijdig worden gerealiseerd en zullen tegen elkaar moeten worden afgewogen. Deze moeilijke afweging noemt Blokland ‘het emancipatiedilemma’. Meer concreet met dit onderzoek in gedachten, luidt de vraag doorheen deze literatuurstudie als volgt: *“In hoeverre kan de paternalistische visie dat volwassenen bepaalde keuzes voor het kind moeten maken op de openbare omroep worden toegepast, zonder hierbij de zelfstandigheid van het kind in het gedrang te brengen?”*. We komen terug op deze vraag in het besluit van de literatuur.

## 1.2 Het emancipatiedilemma

Het emancipatiedilemma erkent de voor- en nadelen van beide vrijheidsconcepten. Zo bevestigt het dilemma dat een individu slechts tot zelfverwezenlijking kan komen door de vorming die hij van zijn omgeving ontvangt. Langs de andere kant onderstreept het echter ook dat de ontwikkeling van deze persoonlijkheid pas waardevol is wanneer men het individu de vrijheid laat er iets mee te doen.<sup>27</sup> Hieruit komt voort dat negatieve en positieve vrijheid niet enkel complementaire maar ook overlappende waarden zijn.<sup>28</sup> Zo is positieve vrijheid een breder begrip dan haar negatieve tegenhanger, want het positieve concept is gelijk aan de voorwaarden die vervuld moeten worden wil de negatieve vrijheid werkelijk iets te betekenen hebben.<sup>29</sup> Mensen dienen immers eerst een oordeelsvermogen te ontwikkelen, willen ze in staat zijn hun leven in eigen handen te nemen.

Meer nog dan keuzemogelijkheden te leren evalueren, moet men voor deze positieve vrijheid, zoals hierboven reeds vermeld, op de hoogte worden gesteld van alle keuzemogelijkheden. Blokland haalt een simpel voorbeeld aan om dit te verduidelijken: *“Iemand die zijn hele leven*

---

<sup>25</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 19.

<sup>26</sup> IDEM, p. 24.

<sup>27</sup> IDEM, p. 20.

<sup>28</sup> IBIDEM.

<sup>29</sup> BLOKLAND (Hans). Kiezen tussen Bach en Madonna: Tussen emancipatie en paternalisme: cultuurspreiding en de overheid, in *Ons Erfdeel*, 1998, vol. 41, nr. 1, p. 62.

*louter met 'populaire' muziek is geconfronteerd, heeft geen reële keuze tussen Mozart en Springsteen*"<sup>30</sup>.

Dit emancipatiedilemma kan niet worden opgelost. Men kan slechts trachten een evenwicht te vinden tussen beide vrijheidsconcepten.<sup>31</sup> In de kern delen socialisten, liberalen en zelfs radicalen dit cultuurideaal, maar de meningen zijn verdeeld over welke afweging gemaakt moet worden tussen positieve en negatieve vrijheid.<sup>32</sup>

### **1.3. Beperkingen van de negatieve vrijheid**

Om de beperkingen van het negatieve vrijheidsconcept aan te geven, gebruikt Blokland de inzichten van politiek filosoof Charles Taylor.<sup>3334</sup> Die weigerde het begrip negatieve vrijheid te gebruiken, aangezien men in die situatie volgens hem niet van echte vrijheid kan spreken. Daarom vervangt hij negatieve vrijheid door het 'opportunity concept' dat kan afgewogen worden tegen het 'exercise concept', desgevallend de positieve vrijheid. De reden voor Taylor's afwijzing van de negatieve vrijheid is dat hierbinnen geen activiteit van het individu verlangd wordt. Negatieve vrijheid is immers enkel een kwestie van wat het individu kan doen, waarbij het niet uitmaakt of die ook daadwerkelijk van deze opties gebruik maakt. Het gaat hier dus over een afwezigheid van externe belemmeringen.<sup>35</sup> Waar men echter geen rekening mee houdt is dat vrijheid niet alleen externe, maar ook innerlijke belemmeringen, zoals onwetendheid, angst en psychische stoornissen, op haar weg kan vinden. Op die manier kan men vrij zijn van externe obstakels, maar toch in het geheel geen greep hebben op het eigen leven.<sup>36</sup> Een treffend voorbeeld hiervan is de rijke artiest die eveneens een drugsverslaafde is. Hoewel deze artiest over oneindig veel 'opportunities' beschikt in de vorm van geld en macht, is hij niet in staat om op een redelijke manier keuzes te maken in het leven door zijn interne belemmeringen die gekoppeld zijn aan zijn verslaving.<sup>3738</sup> Daarom kan men volgens Taylor in dit geval niet van echte vrijheid spreken. Taylor's beeldspraak over de deur is in dat opzicht veelzeggend: *"Het gaat bij negatieve vrijheid slechts om de aanwezigheid van deuren die men eventueel zou kunnen openen. Of men van het bestaan hiervan weet en of men ze daadwerkelijk opent is niet van belang"*<sup>39</sup>. Dit terwijl men bij de positieve conceptie wel actief het eigen leven richting geeft, daarom dat Taylor hier ook spreekt van een 'exercise' concept.

---

<sup>30</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 20.

<sup>31</sup> IDEM, p. 264.

<sup>32</sup> IDEM, p. 20.

<sup>33</sup> IDEM, p. 93.

<sup>34</sup> TAYLOR (Charles). What's wrong with negative liberty?, in RYAN (Alan), ed. *The idea of freedom: Essays in honour of Isaiah Berlin*. Oxford, Oxford University, 1979, p. 4.

<sup>35</sup> BLOKLAND (Hans). *Op. Cit.*, 1995, p. 93.

<sup>36</sup> IBIDEM.

<sup>37</sup> IBIDEM.

<sup>38</sup> TAYLOR (Charles). *Op. Cit.*, 1979, p. 4.

<sup>39</sup> BLOKLAND (Hans). *Op. Cit.*, 1995, p. 92.

Als we dit meer concreet toepassen op het cultuurparticipatiebeleid zouden we kunnen stellen dat er twee mogelijkheden zijn waarom iemand niet naar het theater gaat. Ofwel ga je niet naar het theater omdat je door je sociaal milieu niet met deze keuzemogelijkheid in contact wordt gebracht (omwille van interne drempels als onwetendheid en externe drempels als geld) ofwel ga je niet omdat je door bewuste keuze na kennis van dit alternatief overwogen hebt om het niet te doen. Streefdoel voor het cultuurparticipatiebeleid zou moeten zijn dat enkel en alleen deze tweede mogelijkheid een reden is om niet te participeren. Niemand mag puur omwille van zijn of haar sociaal milieu onwetend blijven over deze keuzemogelijkheid. Op die manier verdedigt Blokland ook de idee van sociale cultuurspreiding. Het valt volgens hem goed te rechtvaardigen dat de overheid via instellingen van kunst- en cultuureducatie de mensen tracht in contact te brengen met culturele uitingen waar ze van thuis uit niet mee vertrouwd zijn.<sup>40</sup> Critici zijn het echter oneens met deze stelling. In het volgende deel zien we dat zij waarschuwen dat dergelijke gedachtegang kan leiden tot een paternalistisch discours. Vooraleer we op deze kritieken ingaan, bekijken we hoe Blokland anticipeert op deze mogelijke kritiek door zijn visie omtrent paternalisme en macht uit te werken.

#### **1.4 Macht en paternalisme**

De relatie tussen vrijheid en macht is evident, aangezien daar waar macht wordt uitgeoefend, iemands vrijheid wordt beperkt.<sup>41</sup> De relatie tussen paternalisme en macht en de negatieve connotatie hieromtrent is echter meer omstrede. Volgens Blokland is er sprake van paternalisme *“wanneer A een in de tijd beperkte controle uitoefent over één of meerdere aspecten van het leven van B, een handeling die hij of zij rechtvaardigt door te refereren aan de behoeften, belangen, waarden, het welzijn of geluk van B”*<sup>42</sup>. Uit deze definitie komt voort dat men bij paternalisme anticipeert op de instemming van de betrokkene achteraf.<sup>43</sup> B heeft immers op dit moment niet de cognitieve vaardigheden om voor alle aspecten van zijn of haar welzijn de juiste beslissing te nemen. Maar er wordt wel verondersteld dat wanneer B op een later tijdstip deze vermogens wel heeft, hij of zij met deze interventie zal instemmen.<sup>44</sup>

Vervolgens stelt Blokland uitdrukkelijk dat paternalisme niet per se gepaard gaat met dwang of het beperken van negatieve vrijheid.<sup>45</sup> Meer zelfs, een goede toepassing van paternalisme is noodzakelijk, want een specifieke groep mensen heeft geen kennis van alternatieve ideeën, stijlen of smaken, en zal dus ook niet de keuze maken om hiermee in contact te komen. Daar een

---

<sup>40</sup> BLOKLAND (Hans). Kiezen tussen Bach en Madonna: Tussen emancipatie en paternalisme: cultuurspreiding en de overheid, in *Ons Erfdeel*, 1998, vol. 41, nr. 1, p. 60.

<sup>41</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 208.

<sup>42</sup> IDEM, p. 250.

<sup>43</sup> IDEM, p. 269.

<sup>44</sup> IBIDEM.

<sup>45</sup> IDEM, p. 250.

keuze enkel van betekenis is wanneer het subject werkelijk iets te kiezen heeft,<sup>46</sup> moet de keuze dus door anderen gemaakt worden. Deze keuze is echter onvermijdelijk normatief van karakter, na vele pogingen zijn er immers nog steeds geen objectieve keuzecriteria voor ‘goede cultuur’ voorhanden.

Het staat wel vast dat beleidsmakers jarenlang een te eng gedefinieerd kunstbegrip hebben gehanteerd, waardoor de kloof met het publiek alleen maar groter werd. Volgens Blokland is het daarom belangrijk om nieuwe vormen zoals populaire cultuur, waarmee vooral jongeren zich kunnen identificeren, niet buiten te sluiten. In een recent opiniestuk voor het tijdschrift *Civis Mundi* heeft Blokland het over de nood aan een tussengebied van cultuuruitingen, niet te moeilijke cultuur dus, die geïnteresseerden de mogelijkheid biedt hun competenties geleidelijk aan op te bouwen.<sup>47</sup> Je kan een publiek met andere woorden niet warm maken voor een stuk van Bertold Brecht als je meteen zijn moeilijkste oeuvre aanbiedt. Beter, breng je Brecht op een simpele manier, zodat het publiek langzamerhand leert hoe het met experimenteel theater kan omgaan.

Later zullen wij argumenteren dat dit precies ook de kracht is van populaire cultuur, die iets complex als kunst onder een simpele vorm kan brengen en toegankelijk maakt. Blokland deelt deze mening slechts gedeeltelijk, zo is hij ervan overtuigd dat de openbare omroep een bijdrage kan leveren aan het cultuurbeleid, maar blijft hij sceptisch over populaire cultuur die van meer commerciële spelers afkomstig is.<sup>48,49</sup> Hij zweert populaire cultuur dus niet af, maar hij blijft wel een sterk onderscheid maken tussen hoge en lage cultuur. Dit doet hij om het cultuurrelativisme, dat sinds het postmodernisme een enorme opgang kent, tegen te gaan. Blokland hekelde de onverschilligheid die dit relativisme heeft voortgebracht en blijft wijzen op het bestaan van waarden en het belang van de maatstaf kwaliteit. Zijn interpretatie van het werk *La Distinction* van Bourdieu is hier een frappant voorbeeld van. Zo stelt Blokland dat Bourdieu avant-garde schilders superieur vond ten opzichte van makers van populaire cultuur en dat wel omwille van de grotere inspanning en kennis die vereist werden van die eerste.<sup>50</sup> Of deze stelling al dan niet klopt, bespreken we hier verder niet. We merken enkel op dat Blokland bij Bourdieu een verantwoording vindt voor het onderscheid tussen hoge en lage cultuur. Dit is een erg unieke lezing van Bourdieu aangezien cultuurrelativisten net deze distinctietheorie (‘kunst dient enkel

---

<sup>46</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 250.

<sup>47</sup> BLOKLAND (Hans). *Neoliberale rechtspopulisten, link populistische ontmaskeraars en een Nederlands cultuurpolitiek drama*. [Online] <http://www.civismundi.nl/?p=artikel&aid=1786> [06.01.2013]

<sup>48</sup> Vrije Universiteit Brussel. *Gastcollege Corelio Leerstoel Hans Blokland*. 8 maart 2012.

<sup>49</sup> BLOKLAND (Hans). *Op. Cit.*, 1995, p. 328.

<sup>50</sup> BLOKLAND (Hans). *Neoliberale rechtspopulisten, link populistische ontmaskeraars en een Nederlands cultuurpolitiek drama*. [Online] <http://www.civismundi.nl/?p=artikel&aid=1786> [06.01.2013]

om te distantiëren' en 'smaak is een sociale constructie'<sup>51</sup>) aangrijpen om hun betoog te verdedigen. Deze lezing van Bourdieu komt ook terug bij Tony Bennett, een aanhanger van de cultural studies die bekend staat om zijn kritische lezingen. Ook hij denkt dat Bourdieu nooit getwijfeld heeft aan de superioriteit van hoge cultuur.<sup>52</sup>

### 1.5 Het belang proeven van kunst

In deze context duidt lage cultuur (ook wel massa- of populaire cultuur genoemd) op de vormen van cultuur die toegankelijk zijn voor alle bevolkingslagen en die in grote mate geconsumeerd worden.<sup>53</sup> Hoge cultuur wordt vooral afgezet tegen deze definitie van lage cultuur en is bijgevolg, mede door haar complexiteit, minder toegankelijk en wordt vooral geconsumeerd door een selecte bevolkingsgroep, veelal hogeropgeleiden. Op de verschuivingen tussen beide begrippen komen we terug in punt 3 (cf. infra). Zonder een uitspraak te doen over het hoge-lage cultuur debat vinden wij het belangrijk dat iedereen kennismaakt met hoge cultuur zodat ze –zoals de positieve vrijheid het betoogt- zelf de keuze kunnen maken welke waarde ze hieraan hechten. Daarnaast is in het verleden bewezen dat vooral kunst die tot de hoge cultuur behoort, en zich dus nog in de fase van een lage toegankelijkheid bevindt, een kritische functie heeft. Daarnaast kan kunst (zowel in de hoge als lage cultuurdefinitie) mensen helpen zich te emanciperen. Door kunst ontwikkelen mensen namelijk inlevingsvermogen en verbeeldingskracht, eigenschappen die noodzakelijk zijn om tal van grote maatschappelijke problemen op te lossen.<sup>54</sup> Filosoof Herbert Marcuse, één van de grote namen van de kritische theorie van de Frankfurter Schule, schrijft in zijn werk de *One-Dimensional Man* dat kunst de grote weigering is van elke repressie.<sup>55</sup> En ook Michel Foucault heeft het niet voor niets over kunst als een anti-discours dat de gevestigde orde tegenspreekt.<sup>56</sup>

Uit dit betoog komt dus voort dat een absoluut verbod op paternalisme, of in dit geval het aanzetten van mensen om in contact te komen met hoge cultuur, ongewenst zou zijn, aangezien men zich in dat geval zou moeten gaan neerleggen bij de bestaande, “niet optimaal geachte voorkeuren”<sup>57</sup>. Voorts zijn er sterke en minder sterke vormen van paternalisme. De aan de West-Europese publieke omroepen opgelegde verplichting een bepaald gedeelte van hun zendtijd aan cultuur te besteden is het prototype van een sterke overtuigingsmethode.<sup>58</sup> Vanaf hoofdstuk 3 zal de rol van de openbare omroep in cultuurparticipatie uitvoerig het onderwerp vormen van onze discussie.

<sup>51</sup> BOURDIEU (Pierre). *Distinction: a social critique of the judgment of taste*. Cambridge, Harvard University Press, 1984, p. 5.

<sup>52</sup> BENNETT (Tony). *Critical Trajectories: Culture, Society, Intellectuals*. S.l., John Wiley & Sons, 2008, p. 13.

<sup>53</sup> MCQUAIL (Dennis). *McQuail's Mass Communication Theory*. Londen, Sage publications ltd, 2010, p. 118.

<sup>54</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 276.

<sup>55</sup> ELIAS (Willem). Het maatschappelijk belang van culturele en kunstzinnige educatie, in DEGROOF (Jan), SCHECK (Michaël), PENNEMAN (Hilde), eds. *Cultuur & participatie*. Leuven, Garant, 2001, p. 56.

<sup>56</sup> IBIDEM.

<sup>57</sup> BLOKLAND (Hans). *Op. Cit.*, 1995, p. 269.

<sup>58</sup> IDEM, p. 267.



We kunnen besluiten dat de spreiding van cultuur geen uiting is van minachting, maar van het serieus nemen van mensen.<sup>59</sup> Men moet namelijk iedereen, en niet enkel de hogeropgeleiden of geprivilegieerden, de potentie toedichten om autonoom te worden.<sup>60</sup>

### **1.6 Redenen mislukking cultuurbeleid**

Nadat we de verantwoording voor een sterk cultuurparticipatiebeleid theoretisch gekaderd hebben, kunnen we ons de vraag stellen hoe het verbeterd kan worden. Na de Tweede Wereldoorlog hebben diverse overheden een poging gedaan de grote sociale ongelijkheid in het kunnen deelnemen aan cultuur te verminderen. Tot nu toe echter zonder al te veel resultaat. Empirisch onderzoek wijst namelijk uit dat de cultuurparticipatie in absolute cijfers stagneert of zelfs afneemt.<sup>61</sup> Bovendien blijkt het dat de mensen uit de lagere sociale strata, de voornaamste doelgroep van het participatiebeleid, nog steeds niet in contact komen met cultuur. Toch mogen we ook niet vergeten dat het mogelijk is dat de cultuurdeelname nog geringer zou geweest zijn zonder dit beleid.

De oorzaken hiervan vinden we zowel bij het beleid zelf, als bij externe factoren.<sup>62</sup> Zo kan de toegenomen tijdsdruk als resultante van nieuwe tijdsbestedingsmogelijkheden als media, fitness en reizen een belangrijke rol hebben gespeeld. Ten tweede vormt ook het cultuurrelativisme een externe factor. Als alle tijdsbestedingen gelijkwaardig worden, vervalt immers de motivatie om die cultuur op te zoeken waarvoor een extra inspanning vereist is. Ten derde ervaren overheden moeilijkheden om de deelname aan cultuur te beïnvloeden, omdat ze moeilijk greep krijgen op de determinanten van cultuurparticipatie. Meestal zijn het namelijk geen materiële, maar culturele belemmeringen –zoals een gebrek aan cultureel kapitaal- die mensen tegenhouden om aan cultuur deel te nemen.<sup>63</sup> Maatregelen als gratis toegangstickets en subsidies om de materiële drempel te verlagen, schieten dus tekort. En precies hier is er een rol weggelegd voor de media: een sterk participatiebeleid op de openbare omroep richt zich immers wel op de culturele belemmeringen. Helaas moet dit vraaggericht participatiebeleid het vaak bekopen omdat het beleid vaker gericht is op het stimuleren van het aanbod.<sup>64</sup>

Deze eenzijdige nadruk op het aanbod is te verklaren door het complexe object van het beleid zelf: de cultuur. Als men een beleidsplan opmaakt om bruggen, spoorlijnen en wegen te bouwen weet men zeker dat deze plannen gerealiseerd zullen worden. Het beleid voor cultuur is echter

---

<sup>59</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 285.

<sup>60</sup> IBIDEM.

<sup>61</sup> IDEM, p. 337.

<sup>62</sup> IBIDEM.

<sup>63</sup> IDEM, p. 339.

<sup>64</sup> IBIDEM.

veel minder tastbaar.<sup>65</sup> Daarom is het voor politici verleidelijk zich voornamelijk te richten op een aanbodbeleid voor cultuur, omdat de beleidsresultaten hiervan toch nog enigszins zichtbaar zijn. Zo kan men een gesubsidieerd orkest horen en zien spelen, en kan men bibliotheken en musea gaan bezoeken.<sup>66</sup> Het aanbieden van cultuur is bijgevolg gemakkelijker te legitimeren dan een participatiebeleid dat gericht is op het stimuleren van de vraag.<sup>67</sup> Daar komt nog eens bij dat het effect van het beleid op cultuurparticipatie slechts zichtbaar is op lange termijn en moeilijk te bewijzen valt. Dat het vraagbeleid op korte termijn, bijvoorbeeld binnen één regeringsperiode,<sup>68</sup> veel minder waarneembaar is dan het aanbodbeleid, is dan ook de voornaamste reden waarom men zich steeds meer op het aanbod van cultuur heeft geconcentreerd.<sup>69</sup>

Enkel een aanbodbeleid voeren is echter onvoldoende. Argumenten hiervoor gaven we al aan in deel 1.3 rond de beperkingen van negatieve vrijheid. Daarnaast zouden we het voorbeeld van het aanbodbeleid van radiozender Klara kunnen nemen. Als men hierbij slechts een aanbodbeleid zou voeren, zou de publieke omroep subsidies ontvangen om deze radiozender te maken, maar zouden er voor de rest geen extra inspanningen gedaan worden om de zender te promoten. Dit zou resulteren in een gesloten publiek van luisteraars. Een vraagbeleid echter, zoals het initiatief *Klara4Kids*, geeft een breder publiek de kans om met deze klassieke muziek in contact te komen, waardoor er naast het selecte Klara-publiek toch ook, stap per stap, enkele nieuwe luisteraars bereikt kunnen worden. De overheid moet dus inzien dat naast negatieve rechten ook positieve rechten van groot belang zijn.<sup>70</sup> Doet ze dit niet, zullen het nog altijd vooral de hogeropgeleide en meer kapitaalkrachtige bevolkingsgroepen zijn die het meest profiteren van de bestaande kunstensubsidies.<sup>71</sup> Het is dan ook iets te kort door de bocht te denken dat mensen de vrijheid bezitten om wel of niet naar het theater, de boekhandel of de concertzaal te gaan, “indien zij niet eerst vertrouwd zijn gemaakt met deze aangeboden cultuur”<sup>72</sup>. Daarom argumenteren we in deel 1.7 (cf. infra) dat een passief aanbodbeleid moeten worden aangevuld met een vraaggericht participatiebeleid.

### **1.7 Naar een vraaggericht actief participatiebeleid**

Eén van de oplossingen voor een succesvoller cultuurparticipatiebeleid is een meer vraaggericht beleid uit te bouwen met een sterkere publieksbinding. Mensen moeten stapsgewijs vertrouwd worden gemaakt met de aangeboden cultuur. Iemand die reeds eerder in aanraking is gekomen

---

<sup>65</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 338.

<sup>66</sup> IDEM, p. 348-349.

<sup>67</sup> IBIDEM.

<sup>68</sup> IBIDEM.

<sup>69</sup> IBIDEM.

<sup>70</sup> IDEM, p. 17.

<sup>71</sup> IBIDEM.

<sup>72</sup> IDEM, p. 286.

met een bepaalde cultuuruiting, zoals theater, zal meer open staan voor complexere vormen ervan, zoals experimenteel theater. Hieruit blijkt, zoals bij het voorbeeld van Bertold Brecht hierboven, het belang van een intermediair: een tussengebied van niet te moeilijke cultuur. Te avant-garde kunst aanbieden aan een publiek zonder deze culturele kennis zorgt er namelijk voor dat mensen de voeling met kunst verliezen.<sup>73</sup>

Bij de hogeropgeleide en rijkere klasse is deze culturele kennis en bijgevolg ook de appreciatie voor de complexere cultuur reeds in hun sociaal milieu aanwezig, zij hebben dus een voorsprong ten opzichte van de andere bevolkingsgroepen en kunnen zich hierdoor onderscheiden.<sup>74</sup> Om de vraag naar cultuur te bevorderen is het belangrijk dat deze culturele competentie ook bij de andere bevolkingsgroepen aangeleerd wordt. Behalve vanuit het sociale milieu (en de bijhorende opvoeding), kan deze competentie immers nog op twee andere manieren verkregen worden, via het onderwijs en via eerder opgedane ervaringen met cultuur.<sup>75</sup> De overheid moet dus inzetten op deze twee elementen door het bestaande cultuureducatiebeleid te verstevigen, alsook mensen te laten proeven van cultuur via de openbare omroep.

Daarnaast mag voor een goed cultuurparticipatiebeleid het belang van de actieve participatie niet over het hoofd worden gezien. We kunnen het begrip participatie namelijk onderverdelen in actieve en passieve participatie. Bij actieve deelname gaat het om het zelf praktisch bezig zijn zoals bij de amateuristische kunstbeoefening, waar receptieve deelname enkel betrekking heeft op het kijken of luisteren naar kunst.<sup>76</sup> Een onderzoek van Morrison en West in Canada wees uit dat actieve cultuurparticipatie op jonge leeftijd een sterkere invloed uitoefende op de receptieve participatie in de latere levensfasen dan haar receptieve tegenhanger.<sup>77</sup> Een Brits en een Nederlands onderzoek bevestigen deze stelling.<sup>78</sup> Verder blijkt de amateuristische kunstbeoefening van de ouders één van de belangrijkste verklarende determinanten voor de actieve cultuurdeelname van kinderen te zijn, waarmee het zelfs variabelen als de opleiding of het inkomen van de ouders overtreft. Socialisatie in culturele activiteiten gedurende de jeugd zorgt er dus bijna met zekerheid voor dat deze persoon later ook op receptieve wijze zal deelnemen aan cultuur. Eén van de verklaringen hiervoor is wellicht dat de investering om deel te kunnen nemen aan culturele activiteiten vaak groter is dan die om te kunnen participeren in andere hobby's. Zo vereist het spelen van een muziekinstrument heel wat lessen in de muziekacademie en discipline om thuis te oefenen. Omdat dit geen verloren moeite mag zijn

---

<sup>73</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 340.

<sup>74</sup> BOURDIEU (Pierre). *The field of cultural production*. Cambridge, Polity Press, 1993, p. 2.

<sup>75</sup> BLOKLAND (Hans). *Op. Cit.*, 1995, p. 332.

<sup>76</sup> VAN DER HOEVEN (Quirine). *Van Anciaux tot Zijlstra. Cultuurbeleid en cultuurparticipatie in Nederland en Vlaanderen*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2012, p. 377.

<sup>77</sup> BLOKLAND (Hans). *Op. Cit.*, 1995, p. 333.

<sup>78</sup> IBIDEM.

geweest, wil men op latere leeftijd deze kennis en vaardigheden uit de jeugdjaren benutten door terug naar cultuur te grijpen.<sup>79</sup> Dit brengt ons bij het specifieke belang van cultuurparticipatie bij kinderen.

## 2. Cultuurparticipatie bij kinderen

### 2.1 Verantwoording

*“Het kind heeft recht op rust en vrije tijd, om te spelen en op recreatie, en om deel te nemen aan kunst en cultuur. De overheid zorgt ervoor dat ieder kind gelijke kansen heeft om dit recht te realiseren en bevordert recreatieve, artistieke en culturele voorzieningen voor kinderen.<sup>80</sup>” – artikel 31, Kinderrechtenverdrag*

Artikel 31 van het Internationaal Verdrag inzake de Rechten van het kind kaart het belang aan van het stimuleren van cultuurparticipatie bij kinderen en dit zowel voor intrinsieke als voor instrumentele doeleinden. *Intrinsieke doeleinden* wil zeggen dat het belangrijk is kinderen ontvankelijk te maken voor kunst om de kunst zelf te leren kennen. *Instrumentele doeleinden* wil zeggen dat het belangrijk is met kunst vertrouwd te raken omdat het als emancipatorisch middel kan aangewend worden voor persoonlijkheids- en maatschappelijke vorming en zo het inzicht in de eigen cultuur en die van anderen kan leren vergroten.<sup>81</sup> De combinatie van die twee factoren draagt ontegensprekelijk bij tot een *empowerment* van het kind, aangezien het zo over de positieve vrijheid leert beschikken om zelfstandig keuzes te maken. Zo haalde Filip Heylen, Antwerps schepen van cultuur op een recente lezing over kunstparticipatie bij kinderen een artikel van *The Washington Post* aan om de drie belangrijkste redenen aan te geven over hoe cultuurparticipatie kan bijdragen aan de emancipatie van kinderen. Cultuurparticipatie draagt namelijk bij tot 1) de creativiteit en het innovatief denken van het kind, 2) het zelfvertrouwen van het kind en 3) probleemoplossend denken.<sup>82</sup> Drie eigenschappen die ook buiten cultuur hun nut hebben, aangezien dit eveneens drie basistalenten van ondernemerschap zijn.

Aan cultuurparticipatie is altijd een leerproces verbonden (cf. supra 1.1), maar bij kinderen is dit leeraspect zo sterk aanwezig dat men al snel ook het begrip cultuureducatie aanhaalt. In de conceptnota *Groeien in Cultuur* van Joke Schauvliege en Pascal Smet wordt gezocht naar het waarom van cultuureducatie.<sup>83</sup> Beide ministers doen hierbij een beroep op het stuk dat

<sup>79</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 133.

<sup>80</sup> VERENIGDE NATIES. *Verdrag inzake de rechten van het kind*. [Online] [www.kinderrechten.nl/images/13/194.pdf](http://www.kinderrechten.nl/images/13/194.pdf) [03.02.2013]

<sup>81</sup> ELIAS (Willem). Het maatschappelijk belang van culturele en kunstzinnige educatie, in DEGROOF (Jan), SCHECK (Michaël), PENNEMAN (Hilde), eds. *Cultuur & participatie*. Leuven, Garant, 2001, p. 51.

<sup>82</sup> HEYLEN (Filip). *Academische lezing Het Paleis: Goede voornemens voor een kindvriendelijk kunstenbeleid*. [Online] <http://philipheylen.be/goede-voornemens-voor-een-kindvriendelijker-beleid-schaf-de-wildgroei-van-kortingen-en-reducties-af> [25.02.2013]

<sup>83</sup> SCHAUVLIEGE (Joke), SMET (Pascal). *Groeien in cultuur, conceptnota cultuureducatie*. S.l., Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012, zie bijlagen: CD-rom, p. 14.

kinderpsychiater Peter Adriaenssens schreef in *Gedeeld/Verbeeld*, een overheidsdocument van de Canon Cultuurcel:<sup>84</sup>

*“We leven in een tijd die verbale communicatie overwaardeert. Je moet praten over je gevoelens, over ideeën, je moet standpunten formuleren. De realiteit is dat deze aanleg zeer ongelijk verdeeld is. Er zijn heel wat kinderen en jongeren die zich het best voelen als ze emoties mogen uitdrukken in andere talen: dans, zang, muziek, beeld, ruimte, theater ...”*<sup>85</sup>

Uit deze stelling kunnen we afleiden dat cultuureducatie van fundamenteel belang is omdat het handvaten kan bieden aan kinderen om te leren omgaan met de hedendaagse complexe werkelijkheid.<sup>86</sup>

Een onderzoek dat een kleine aardverschuiving heeft veroorzaakt op het gebied van cultuureducatie bij kinderen en jongeren in Vlaanderen is wellicht de studie die in 2007 in opdracht van Unesco werd uitgevoerd door Anne Bamford, hoogleraar aan het Wimbledon College of Arts in Londen. Het rapport getiteld *The Wow-factor; Global research compendium on the impact of the arts in education*, dat ondertussen eerder gekend is onder de naam het ‘Bamfordrapport’, stelde vast dat er veel kwaliteitsvolle cultuureducatieve projecten aanwezig zijn in Vlaanderen, maar dat het beleid errond veel te versnipperd is.<sup>87</sup> Dit is vooral te wijten aan de te grote nadruk op projectmatige initiatieven en de gebrekkige afstemming tussen cultuur en onderwijs. Dit erg kritische onderdeel van het rapport gaf aanleiding tot de oprichting van de commissie *Groeien in Cultuur* die de samenwerking tussen cultuur en onderwijs structureel moest weten te versterken.<sup>88</sup>

## 2.2 Gelijke kansen voor cultuurparticipatie

In het kinderrechtenverdrag staat er uitdrukkelijk vermeld dat ieder kind gelijke kansen moet krijgen om deel te nemen aan kunst en cultuur. In de jaren zestig stelde Pierre Bourdieu in zijn werk *La Distinction* echter vast dat de deelname aan culturele activiteiten één van de naar sociale achtergrond meest ongelijk verdeelde vormen van gedrag is in de moderne samenleving.<sup>89</sup> Vele andere onderzoekers zoals Harry Ganzeboom<sup>90</sup> en Ineke Nagel<sup>91</sup> zullen hem hier later in bij treden. Het valt op dat de verschillen groter worden naarmate de vormen van

<sup>84</sup> CANON is de cultuurcel van het Vlaamse onderwijsministerie en wil een breed publiek wegwijs maken in cultuureducatie.

<sup>85</sup>SCHAUVLIEGE (Joke), SMET (Pascal). *Groeien in cultuur, conceptnota cultuureducatie*. S.l., Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012, zie bijlagen: CD-rom, p. 19.

<sup>86</sup> IDEM, p. 13.

<sup>87</sup> BAMFORD (Anne). *Kwaliteit en consistentie: Kunst- en cultuureducatiebeleid in Vlaanderen*. S.l., Agentschap voor onderwijscommunicatie, 2007, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>88</sup> VAN DER HOEVEN (Quirine). *Van Anciaux tot Zijlstra. Cultuurbeleid en cultuurparticipatie in Nederland en Vlaanderen*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2012, p. 329.

<sup>89</sup> BOURDIEU (Pierre). *Distinction: a social critique of the judgment of taste*. Cambridge, Harvard University Press, 1984, p. 5.

<sup>90</sup> GANZEBOOM (Harry). *Cultuurdeelname in Nederland. Een empirisch-theoretisch onderzoek naar determinanten van deelname aan culturele activiteiten*. Maastricht, Van Gorcum, 1989, 194 p.

<sup>91</sup>NAGEL (Francine Antoinette). *Cultuurdeelname in de levensloop. Cultural Participation in the Life Course*. Doctoraat Universiteit Utrecht, 2004, p. 1.

cultuur complexer worden, zoals onconventioneel theater, moderne beeldende kunst en hedendaagse klassieke muziek. Tegen de verwachtingen in oefenen beroep en inkomen slechts een geringe invloed uit. Als er al een samenhang bestaat tussen beroep en de mate van culturele activiteit wordt deze voor het grootste deel veroorzaakt door het opleidingsniveau.<sup>92</sup> Daarnaast zijn beoefenaars van cultureel gerichte beroepen, zoals journalisten, leraren en wetenschappers, wel cultureel actiever dan beroepsgroepen die meer economisch gericht zijn.<sup>93</sup> Het inkomen zelf speelt enkel een rol wanneer het gaat om culturele activiteiten die relatief duur zijn, zoals opera of het aanschaffen van een duur schilderij.

Zoals we in deel 1.7 aanhaalden doen de grootste verschillen wat betreft de sociale groepen zich voor naar opleidingsniveau en ouderlijk milieu. Dit komt omdat de belangrijkste reden voor het niet deelnemen aan cultuur een tekort is aan cultureel kapitaal dat wordt opgebouwd door primaire socialisatie in de opvoeding en secundaire socialisatie in het onderwijs.<sup>94</sup> Deze visie komt ook naar voren in de resultaten van de survey Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004 die werd uitgevoerd door het Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen.<sup>95</sup> Voorts kunnen we ook in het Bamfordrapport lezen dat kinderen die thuis reeds met kunst in contact komen vaker op cultuureducatieve evenementen aanwezig zijn.<sup>96</sup>

In het kader van cultuurparticipatie bij kinderen kunnen we hier twee belangrijke conclusies uit trekken. Eerst en vooral suggereert het sterke verband tussen cultuurparticipatie en het milieu van herkomst dat cultuurparticipatie voor een belangrijk deel al wordt vastgelegd in het begin van de levensloop.<sup>97</sup> Het doctoraat van Ineke Nagel dat stelt dat leeftijdseffecten een marginale rol spelen versterkt hierbij nog eens het beeld dat cultuurparticipatie een vrij stabiel gedragspatroon heeft vanaf de jeugd.<sup>98</sup> Culturele instructie in het onderwijs kan er dus voor zorgen dat degenen die niet zijn opgegroeid met kunst en cultuur in het ouderlijk milieu toch nog toegang hiertoe kunnen verkrijgen, maar het effect is wel beduidend groter naarmate men vroeger met de cultuureducatie begint.<sup>99</sup> De resultaten van de Participatiesurvey 2009, die werd uitgevoerd in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse overheid, bevestigen deze stelling. Hoe vroeger kinderen in contact komen met kunst en cultuur,

---

<sup>92</sup> NAGEL (Francine Antoinette). *Cultuurdeelname in de levensloop. Cultural Participation in the Life Course*. Doctoraat Universiteit Utrecht, 2004, p. 1.

<sup>93</sup> IBIDEM.

<sup>94</sup> IDEM, p. 373.

<sup>95</sup> In 2001 werd het Steunpunt Re Creatief Vlaanderen opgericht, een organisatie voor beleidsgericht onderzoek die werd gevormd door een consortium van onderzoeksgroepen van universiteiten. Met ingang van januari 2007 is het Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen opgegaan in het Steunpunt voor beleidsrelevant onderzoek Cultuur, Jeugd en Sport.

<sup>96</sup> BAMFORD (Anne). *Kwaliteit en consistentie: Kunst- en cultuureducatiebeleid in Vlaanderen*. S.l., Agentschap voor onderwijscommunicatie, 2007, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>97</sup> NAGEL (Francine Antoinette). *Op. Cit.*, 2004, p. 1.

<sup>98</sup> IDEM, p. 3-4.

<sup>99</sup> IBIDEM.

hoe groter de kans is dat ze frequent blijven participeren.<sup>100</sup> Daarnaast blijkt uit onderzoek van Jan Kamphorst en Pieter Spruijt<sup>101</sup> dat in de leeftijdsperiode tussen negen en twaalf jaar de socialisatie het meest effectief is.<sup>102</sup> Het feit dat we in het empirische gedeelte net kinderen in deze kritische leeftijdsperiode zullen bevragen, zorgt voor een bijkomende relevantie van dit onderzoek.

De tweede belangrijke conclusie voor het belang van cultureel kapitaal in cultuurparticipatie bij kinderen is dat de focus vooral moeten komen te liggen op het aanwakkeren van cultuur bij het kind. De oude Grieken verwoordden dit reeds mooi als: *“een kind is geen vaas die we moeten vullen, maar een vuur dat we moeten ontsteken”*.<sup>103</sup> Een bevlogen leerkracht, een inspirerende jeugdwerker, maar ook het zien van kunst op televisie kan het talent van een kind prikkelen.<sup>104</sup> Dit sluit aan bij de visie van Blokland over de noodzaak van een betere aansluiting van vraag en aanbod voor een sterk participatiebeleid. Voormalig minister van Cultuur, Bert Anciaux heeft om die reden in 2001 het Centrum voor Cultuurcommunicatie opgericht, wat we vandaag kennen als Cultuurnet Vlaanderen.<sup>105</sup> *“Meer mensen meer goesting in meer cultuur geven”*, vormt sindsdien de basisopdracht van Cultuurnet. De tak van de cultuurmarketing die zich richt op kinderen, gaat door onder de projectnaam *‘UitmetVlieg’*.

We hebben het al een aantal keer zijdelings vermeld, de rol die de media en meer specifiek televisie kan spelen in het aanwakkeren van cultuur. Sociologen Mark Elchardus en Ignace Glorieux bevestigen in hun onderzoek *De symbolische samenleving* dat de media invloedrijke determinanten zijn van de cultuurdeelname.<sup>106 107</sup> Televisie is omwille van haar grote toegankelijkheid een interessant middel om iedereen te laten proeven van kunst en kan precies het soort intermediair vormen dat volgens Blokland gewenst is (cf. supra 1.4 en 1.7). Toch zijn er ook in het televisielandschap vormen van distinctie aanwezig. Uit een onderzoek van Richard Peterson blijkt dat de hogere klassen naast de hoge cultuur almaar meer hun gading vinden in populaire cultuur zoals televisie, waardoor voormalige ‘snobs’ steeds meer ‘culturomnivoren’

<sup>100</sup> NAGEL (Francine Antoinette). *Cultuurdeelname in de levensloop. Cultural Participation in the Life Course*. Doctoraat Universiteit Utrecht, 2004, p. 59.

<sup>101</sup> KAMPHORST (Jan), SPRUIJT (Pieter). *Vrijtijdsgedrag in het perspectief van socialisatie : een empirisch onderzoek naar samenhang tussen aspecten van socialisatieprocessen op de leeftijd van 5 tot en met 10 jaar en vrijetijdsgedrag op de leeftijd van 25 tot en met 30 jaar*. Utrecht, s.e., 1983, 514 p.

<sup>102</sup> NAGEL (Francine Antoinette). *Op. Cit.*, 2004, p. 6.

<sup>103</sup> HEYLEN (Filip). *Academische lezing Het Paleis: Goede voornemens voor een kindvriendelijk kunstenbeleid*. [Online] <http://philipheylen.be/goede-voornemens-voor-een-kindvriendelijker-beleid-schaf-de-wildgroei-van-kortingen-en-reducties-af> [25.02.2013]

<sup>104</sup> SCHAUVLIEGE (Joke), SMET (Pascal). *Groeien in cultuur, conceptnota cultuureducatie*. S.l., Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012, zie bijlagen: CD-rom

<sup>105</sup> VAN DER HOEVEN (Quirine). *Van Anciaux tot Zijlstra. Cultuurbeleid en cultuurparticipatie in Nederland en Vlaanderen*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2012, p. 64-65.

<sup>106</sup> NAGEL (Francine Antoinette). *Op. Cit.*, 2004, p. 373.

<sup>107</sup> ELCHARDUS (Mark). *De symbolische samenleving: en exploratie van de nieuwe sociale en culturele ruimtes*. Tiel, Lannoo Uitgeverij, 2005, p. 27.

worden.<sup>108</sup> Het gevolg hiervan is dat er een nieuwe vorm van snobisme ontstaat, namelijk een vorm van snobisme binnen de populaire cultuur tussen respectievelijk kwaliteitsprogramma's en de rest van het televisielandschap.<sup>109</sup> "...television taste might be used as moment of social distinction in a way similar to our elitist ancestors"<sup>110</sup>, stelt ook Irene Costera Meijer, hoogleraar media aan de Vrije Universiteit van Amsterdam.

Desondanks is de culturele hiërarchie in het televisielandschap nog steeds kleiner dan die in het echte leven, aangezien vele externe drempels zoals kostprijs en interne drempels zoals onwetendheid op televisie teniet gedaan worden. Hierdoor is het een omgeving waar klassenverschillen verminderen en vormt het een middel bij uitstek om aan de democratisering van cultuur te werken. Hoe meer cultureel kapitaal (een rechtstreekse uitzending van een concert) of subcultureel kapitaal (een praatprogramma met de artiesten van het concert) er op televisie circuleert, hoe sneller mensen stap per stap cultureel kapitaal zullen kunnen opbouwen.<sup>111</sup>

### 3. Kritiek op een sterk cultuurparticipatiebeleid

Elke discussie rond cultuurparticipatie kan niet om de vraag heen welke waarde er precies gehecht wordt aan het begrip cultuur. Hoge cultuur, populaire cultuur, volkscultuur: deze drie vormen van cultuur en hun onderlinge relatie zijn al decennialang het onderwerp van menig cultuurdebat.<sup>112</sup> De onderverdeling in exact deze drie categorieën op zich is daarbij ook al problematisch en enigszins verouderd.<sup>113</sup> Weinigen ontkennen dezer dagen immers nog het belang en de inherente waarde van de populaire cultuur,<sup>114</sup> aangezien zelfs de hoger opgeleide bevolkingsgroepen al enige decennia aangetrokken zijn door verschillende vormen van populaire cultuur. Hierbij kunnen we trouwens opmerken dat de populaire cultuurvormen van vroeger, zoals jazz, maar ook het volkstheater van Shakespeare gepromoveerd zijn tot de hogere kunst, wat opnieuw bewijst dat kunst of cultuur niet onder te verdelen is in rigide, statische categorieën. Toch blijven we deze onderverdeling hanteren, want als alles zomaar onder de noemer cultuur zou vallen wordt het cultuurbegrip te breed en wordt het moeilijk om een betekenisvol cultuurdebat te houden.<sup>115</sup>

<sup>108</sup> PETERSON (Richard), KERN (Roger). Changing highbrow taste: from snob to omnivore, in *American Sociological Review*, 1996, vol. 61, nr. 5, p. 900-907.

<sup>109</sup> BENNETT (Tony). Distinction on the Box: Cultural Capital and the Social Space of Broadcasting, in *Cultural Trends*, 2006; vol. 15, nr. 2/3, p. 209.

<sup>110</sup> MEIJER (Irene Costera). *Quality taste or tasting quality? A television audience in transition*. Amsterdam: VU University Amsterdam, 2008, (proefschrift) p. 19.

<sup>111</sup> BENNETT (Tony), SAVAGE (Mike), SILVA (Elizabeth), WARDE (Alan), GAVO-CAL (Modesto), WRIGHT (David). *Culture, class, distinction*. Londen, Routledge, 2009, p. 151.

<sup>112</sup> MCQUAIL (Dennis). *McQuail's Mass Communication Theory*. Londen, Sage publications Ltd, 2010, p. 118.

<sup>113</sup> JENKINS (Henri). *The wow climax: tracing the emotional impact of popular culture*. NYU Press, 2007, p. 5.

<sup>114</sup> MCQUAIL (Dennis). *Op. Cit.* 2010, p. 118.

<sup>115</sup> DEVOLDERE (Luc). *Academische lezing Het Paleis. Goede voornemens voor een kindervriendelijk(er) kunstenbeleid*. Antwerpen, HetPaleis, 25 maart 2013.



In het eerste deel argumenteerden we dat het belangrijk is een cultuurbeleid te voeren dat er op gericht is om met alle soorten cultuur, en dus ook met de hoge cultuur, in contact te komen. Hiervoor haalden we naast het belang van de positieve vrijheid zowel intrinsieke (kunst om de esthetische waarden van de kunst zelf) als instrumentele (kunst als middel tot emancipatie) argumenten aan. Bij deze redeneringen moeten we echter steeds behoedzaam zijn om niet in de val van het elitisme te trappen. Daarom dagen we dit deel kritisch uit door onder andere dieper in te gaan op de visie van cultuurpopulist Gust De Meyer. Het cultuurdebat stoelt namelijk vooral op de binaire tegenstelling tussen het elitisme en het populisme, waarbij de betekenis van beide termen precies schuilt in het onderuit halen van elkaar.

### 3.1 Cultuurpopulisme

Jim McGuigan beschrijft in zijn werk *Rethinking Cultural Policy* cultuurpopulisme als volgt:

*“Cultural populism is the intellectual assumption, made by some students of popular culture, that the symbolic experiences and practices of ordinary people are more important analytically and politically than Culture with a capital C.”<sup>116</sup>*

Jim McGuigan is net als Tony Bennett een aanhanger van de meer beleidsgerichte cultural studies. Zijn betoog bekritiseert het huidige cultuurbeleid dat almaar meer gevoerd wordt vanuit sociaal en economische overwegingen, en net daardoor de cruciale culturele rationale over het hoofd ziet.<sup>117</sup> In zijn uiteenzetting van deze culturele rationale haalt hij John Fiske aan als de ultieme exponent van het cultuurpopulisme. Gust De Meyer, hoogleraar aan de KU Leuven en gekend cultuurrelativist, spreekt in dezelfde extremen als Fiske en wordt net als deze laatste bekritiseerd teveel vanuit zijn buikgevoel te spreken.<sup>118 119</sup> Toch is zijn kritiek op het paternalistische discours van het cultuurbeleid interessant om onder de loep te nemen. In zijn kritiek op de culturele opdracht van de VRT treft hij immers een pijnpunt van de openbare omroep waar niet onmiddellijk een wederwoord op kan worden gegeven.

Gust De Meyer is resoluut tegen de idee van sociale cultuurspreiding. Volgens hem komt de subsidiëring van kunst en cultuur enkel ten goede aan de culturele huizen zelf die op die manier nog meer macht krijgen om hun paternalistisch discours door te drukken. Om ervoor te zorgen dat kunst en cultuur rijkelijk gesubsidieerd worden, halen zij het aloude discours aan dat kunst en cultuur de gewone man een nieuwe blik op het leven kan geven en zelfs op die manier de wereld kan redden. Dit terwijl subsidies eigenlijk vooral in hun eigen voordeel spelen en de gewone man toch niet blijken te overtuigen om mee te spelen in het moeilijke cultuurspel. De

<sup>116</sup> MCGUIGAN (Jim). *Rethinking cultural policy*. Maidenhead, Open University Press, 2004, p. 114.

<sup>117</sup> IDEM, FW.

<sup>118</sup> VANTYGEN (Peter). Analyse; Waarom Gust De Meyer cultuurbonnen in plaats van subsidies wil, in *De Standaard*, 31 mei 2003, [Online] [http://www.standaard.be/cnt/DST31052003\\_047](http://www.standaard.be/cnt/DST31052003_047) [01.05.2013]

<sup>119</sup> MCGUIGAN (Jim). *Op. Cit.*, 2004, p. 114.

financiële drempel is immers grotendeels een mythe volgens De Meyer. Hier haalt hij terecht de mislukking aan van de gratis boeken actie van Anciaux in 2009. Zelfs als er andere gratis boeken ter beschikking zijn, blijft Kiekeboe namelijk het meest verkochte boek in Vlaanderen. Liberaal econoom Paul de Grauwe deelt deze kritiek op subsidies. Hij pleit ervoor om het artistieke werk als een product te benaderen in plaats van het steeds te hebben over de intrinsieke waarde van kunst. Zijn pleidooi om de subsidies te koppelen aan publiekscijfers botste echter op hevig verzet aangezien het geen rekening houdt met het belang van innovatie. Als men enkel subsidies geeft aan wat door het publiek reeds gesmaakt wordt, is er immers geen ruimte om een nieuw 'kunstproduct' te ontwikkelen.<sup>120</sup>

Naast de financiële drempel wordt nog een ander vals drempelargument uit de kast gehaald volgens De Meyer. Het probleem is namelijk dat bepaalde bevolkingsgroepen cultureel incompetent zouden zijn.<sup>121</sup> Uitspraken als deze waarbij culturo's de gewone man afschilderen als cultuurbarbaar zijn volgens De Meyer het summum van paternalisme en elitisme. Culturo's zien daarbij ook de relevantie niet in van het lezen van een Kiekeboe strip, aangezien ze te elitair zijn om hiermee in contact te komen. De Meyer heeft hier uiteraard een punt, vele cultuurhuizen doen niet eens de moeite om met populaire cultuur in contact te komen. Maar langs de andere kant is het ook De Meyer zelf die hier de gewone man lijkt te onderschatten. Net zoals in deel 1.5 moeten we ons immers afvragen of we niet iedereen, en niet enkel de hogeropgeleiden of geprivilegieerden, de potentie moeten toedichten om geïnteresseerd te raken in alle soorten kunst.<sup>122</sup>

Gust De Meyer trekt deze kritiek door naar cultuur op televisie. Hierbij ziet hij niet in waarom het medium moet gebruikt worden om kunst en cultuur aan de man te brengen. In plaats van televisie te 'verkunstzinnigen', zouden we beter televisie zelf als een kunst zien met een eigen specificiteit.<sup>123</sup> In navolging van Henry Jenkins, professor aan het MIT, argumenteert De Meyer voor een opwaardering van de populaire televisiecultuur.<sup>124</sup> Als we naar kwaliteitsseries als *The Wire* kijken is dit inderdaad een terechte denkwijze. De Meyer trekt deze redenering echter door tot programma's als *Temptation Island* en gaat -in tegenstelling tot Jenkins- te kort door de bocht door te stellen dat alle televisieprogramma's zomaar tot de kunst canon moeten gaan behoren. Canvasprogramma's om mensen in contact te brengen met cultuur, in het kader van het driesporenbeleid van de VRT (cf. infra), vindt hij dan ook volstrekt nutteloos. Wie echt

---

<sup>120</sup> N.N. Populaire kunst hoeft geen subsidies, in *De Morgen*, 7 april 2011, [Online] <http://www.demorgen.be/dm/nl/2461/Opinie/article/detail/1247213/2011/04/07/Populaire-kunst-hoeft-geen-subsidies.dhtml> [01.05.2013]

<sup>121</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 162.

<sup>122</sup> IDEM, p. 285.

<sup>123</sup> DEMEYER (Gust). *Waarom cultuur niet belangrijk is en cultuursubsidie nog minder*. Gent, Academia Press, 2009, p. 14.

<sup>124</sup> JENKINS (Henri). *The wow climax: tracing the emotional impact of popular culture*. NYU Press, 2007, p. 5.

geïnteresseerd is heeft geen cultuurduiding nodig, en de niet geïnteresseerden moeten niet onnodig gepaternaliseerd worden. Daarbovenop zijn het vaak degene die al cultuur beoefenen die bereikt worden, waardoor de doelstelling van verdieping voorbijgaat aan die van verbreding. De Meyer heeft het bij het juiste eind als hij stelt dat deze cultuurprogramma's geen groot succes hebben (cf. infra). Daarnaast vindt hij ook dat alles wat vandaag onder de noemer 'kunst en cultuur' valt reeds te beleven is op het internet en dat kunst via televisie dus een hopeloos verouderde methode is.<sup>125</sup> Bovendien heeft het internet, mede dankzij de opmars van user generated content, een groter aanbod aan nichecultuur ter beschikking, in navolging van Chris Anderson's artikel ook wel *The Long Tail* genoemd.<sup>126</sup>

De idee van De Meyer dat cultuur de wereld niet kan redden, vinden we ook terug bij socioloog Herbert Gans. Hij stelt dat het politiek gezien minder belangrijk is een beleid te voeren dat gericht is op culturele mobiliteit, dan een economisch beleid dat gericht is op gelijkheid. Er zijn nu eenmaal sociale problemen die dringender om een oplossing vragen dan het cultuurbeleid. Daarnaast is het ook utopisch te denken dat culturele emancipatie de oplossing is tot al deze sociale problemen.<sup>127</sup> De nuchterheid waarmee Gans het cultuurbeleid voortdurend in vraag stelt, zonder het kind met het badwater weg te gooien, is een interessante aanvulling op het denken over cultuurparticipatie. Zijn specifieke aanbevelingen binnen het cultuurbeleid leggen de nadruk op pluralisme en het belang van mensen te geven wat ze willen, in plaats van enkel wat de overheid vindt dat goed voor hen is. Deze bottom-up benadering zullen we in hoofdstuk drie terug aanhalen als we het hebben over het programmabeleid van kinderzender Nickelodeon.

### 3.2 Evenwicht elitisme en populisme

Als we terugkomen op McGuigan's definitie op cultuurpopulisme kunnen we besluiten dat het zeker en vast klopt dat cultuur met een kleine C even belangrijk is dan die met de grote C. We zijn het echter oneens met de stelling dat hoge cultuur daardoor minder belangrijk zou worden. De slinger mag immers niet doorslaan, alle cultuurvormen moeten minstens evenveel onder de aandacht worden gebracht. Jim McGuigan vindt het dan ook belangrijk populaire cultuur te bestuderen zonder hierbij te argumenteren dat het belangrijker is dan hoge cultuur.<sup>128</sup> Opmerkelijk hierbij is dat McGuigan Walter Benjamin aanhaalt als één van de eerste vertegenwoordigers van deze meer genuanceerde visie. Benjamin, die geassocieerd wordt met de kritische theorie van de Frankfurter Schule, zag in tegenstelling tot zijn tijdgenoten het potentieel van populaire cultuur in, zonder hierbij hoge kunst af te schrijven. In plaats van zich

<sup>125</sup> DEMEYER (Gust). *Waarom cultuur niet belangrijk is en cultuursubsidie nog minder*. Gent, Academia Press., 2009, p. 74.

<sup>126</sup> ANDERSON (Chris). *The Long Tail*, in *Wired*, 2004, vol. 12, nr. 10, p. 1-5.

<sup>127</sup> MCGUIGAN (Jim). *Rethinking cultural policy*. Maidenhead, Open University Press, 2004, p. 121.

<sup>128</sup> IDEM, p. 114.

op het debat van hoge versus lage cultuur te richten, ging hij zich focussen op de cultuurindustrie als middel om kunst uit de handen van enkel de hogere klassen te halen.<sup>129</sup><sup>130</sup>

Naast de waarde die er aan cultuur wordt gehecht gaat het elitisme en populisme ook over de mate waarin er rekening gehouden wordt met het publiek. Zoals we bij Blokland zagen, is het gevaar om de band met het publiek te verliezen groot als enkel de kunstenaars zelf geconsulteerd worden in het cultuurbeleid. Een publieksconsultatie is dus onontbeerlijk, maar dit wil niet zeggen dat deze publieksmening blindelings moet worden overgenomen. Er zijn wel degelijk experts nodig om de specifieke maatstaven van kwaliteit te definiëren en te handhaven. Daarnaast is het idee van Paul De Grauwe om subsidies te koppelen aan publiekscijfers nefast voor cultuurinnovatie. Het is dus nog steeds de overheid die beslissingen moet maken omtrent cultuurparticipatie en mensen moet helpen over de muren van de eigen culturele beperkingen heen te kijken.<sup>131</sup> Hierbij mag echter niet uit het oog verloren worden dat de subsidies voortdurend dienen getoetst te worden aan het publiek en dat er meer dient ingezet te worden op een actief vraaggericht participatiebeleid.<sup>132</sup><sup>133</sup> Eén van de manieren om dit te doen is door op de openbare omroep niet enkel cultuur aan te bieden, maar de kijkers via cross-mediale projecten als MKiT ook werkelijk in contact te laten komen met cultuur.

---

<sup>129</sup> MCGUIGAN (Jim). *Rethinking cultural policy*. Maidenhead, Open University Press, 2004, p. 114.

<sup>130</sup> BENJAMIN (Walter). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. S.l., Penguin Adult, 2008, 128 p.

<sup>131</sup> BLOKLAND (Hans). Op zoek naar een balans in het cultuurbeleid, in *Ons erfdeel*, 2004, vol. 47, nr. 1, p. 60.

<sup>132</sup> BLOKLAND (Hans). *Neoliberale rechtspopulisten, link populistische ontmaskeraars en een Nederlands cultuurpolitiek drama*. [Online] <http://www.civismundi.nl/?p=artikel&aid=1786> [06.01.2013]

<sup>133</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 352.

## HOOFDSTUK 2: DE ROL VAN DE OPENBARE OMROEP IN CULTUURPARTICIPATIE

### 1. Theoretische inzichten rond de emancipatorische rol van de openbare omroep

De verschillende theoretische inzichten omtrent de openbare omroep worden ook wel normatieve mediatheorieën genoemd, omdat ze het hebben over de normen en waarden die media-instellingen in acht zouden moeten nemen. Net als alle normatieve theorieën zijn de visies omtrent de openbare omroep dus grotendeels subjectief en is er slechts een beperkte consensus over het te volgen openbare omroepbeleid.<sup>134</sup> De twee theoretische inzichten waarop wij ons zullen beroepen in dit hoofdstuk zijn de sociale verantwoordelijkheidsvisie en de marktfaalvisie op de openbare omroep.

#### 1.1 Sociale verantwoordelijkheidsvisie

De sociale verantwoordelijkheidsvisie (ook wel het sociaal democratische perspectief genoemd) stelt het realiseren van fundamenteel democratische waarden centraal voor het te voeren openbare omroepbeleid.<sup>135</sup> Paddy Scannell was één van de eerste die wees op het emancipatorische belang van de publieke omroep als een ruimte tussen het publieke en het private leven, waar burgers op een toegankelijke wijze geïnformeerd konden worden.<sup>136</sup> Voor deze idee van de publieke omroep als een nieuwe publieke sfeer baseert Scannell zich op het bekende werk *Strukturwandel der Öffentlichkeit* van Jürgen Habermas. Laatstgenoemde denkt in zijn analyse nostalgisch terug aan de verlichte publieke sfeer uit de achttiende eeuw waarin er plaats was voor rationele discussies tussen gelijke individuen en dit onafhankelijk van de heersende politieke en economische machten.<sup>137</sup><sup>138</sup> Dit ideaalbeeld van Habermas is later afgedaan als een utopie, maar het basisidee van de rol van een publieke omroep die zuiver economische transacties tussen publiek en producenten overstijgt, blijft hierop gestoeld. Daarnaast is het ook duidelijk dat deze sociale verantwoordelijkheidsvisie gebaseerd is op concepten als vooruitgang en emancipatie die beide afkomstig zijn vanuit het verlichtingsdenken. Het streefdoel van de autonome persoonlijkheid, dat we reeds in het eerste hoofdstuk bestudeerden onder de noemer van positieve vrijheid, sluit dus aan bij deze visie. Beleidsmatig volgt deze stroming dan ook de filosofie van de positieve vrijheid, waarbij de media de vrijheid gelaten worden zichzelf te reguleren, maar dit zonder een zekere mate van overheidsinterventie af te zweren.<sup>139</sup>

Eén van de aanhangers van deze sociale verantwoordelijkheidsvisie is Nicholas Garnham, professor aan de universiteit van Westminster en al jarenlang gespecialiseerd in de openbare

<sup>134</sup> MCQUAIL (Dennis). *McQuail's Mass Communication Theory*. Londen, Sage, 2010, p. 185.

<sup>135</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 33-34.

<sup>136</sup> SCANNELL (Paddy). Public Service Broadcasting and Modern Public Life, in *Media, Culture and Society*, vol. 11, nr. 2, p. 135-166.

<sup>137</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). *Op. Cit.*, 2012, p. 33-34.

<sup>138</sup> EDGAR (Andrew). *Habermas: The Key Concepts*. Londen, Routledge, 2002, foreword.

<sup>139</sup> MCQUAIL (Dennis). *Op. Cit.*, 2010, p. 185.

omroeproblematiek. Hij is ervan overtuigd dat de openbare omroep meer geschikt is om de taak van publieke dienstverlening op zich te nemen dan een commerciële omroep. Hiermee gaat hij lijnrecht in tegen één van de suggesties van het Peacock rapport, het document dat het grootschalige BBC onderzoek van eind jaren tachtig samenvat en kadert in het neoliberalisme van Margaret Thatcher. Dit rapport suggereert namelijk dat ook private mediabedrijven publieke gelden zouden kunnen ontvangen om programma's met publieke waarde te maken.<sup>140</sup> Garnham en ook andere aanhangers van de sociale verantwoordelijkheidsvisie wijzen dit model af, aangezien commerciële omroepen zich volgens hen niet laten leiden door het hele publiek, maar enkel door de doelgroepen met het meeste marktpotentieel.<sup>141</sup> Bovendien zorgt de specifieke financiering en bedrijfscultuur van de openbare omroep voor een mentaliteit die beter geschikt is om het publiek als burgers aan te spreken.<sup>142</sup> Een belangrijke legitimering voor de superioriteit van de publieke omroep ten opzichte van de markt is volgens hem dus de grotere klemtoon die er gelegd wordt op universaliteit.

### 1.1.1 Universaliteit

Universeel zijn betekent in dit geval niet alleen dat de diensten van de publieke omroep toegankelijk moeten zijn voor iedereen, maar ook dat de content niet voor een drempel mag zorgen. Om die reden moet de publieke omroep de drempel verlagen door sterk in te zetten op een programmamix van educatieve, informatieve, maar ook entertainende programma's. John Reith, wijlen *godfather* van de BBC, was de eerste om het belang van entertainment op de openbare omroep aan te kaarten. Enkel zo kan de publieke omroep een breed publiek bereiken en aan haar opdrachten van universele dienstverlening voldoen.<sup>143</sup> Op de kritiek van de laatste decennia dat de openbare omroep haar onderscheidende karakter verliest door teveel entertainment te brengen, komen we in punt twee terug.

### 1.1.2 Holistische visie

Een tweede belangrijk kenmerk van de sociale verantwoordelijkheidsvisie is nauw verbonden met het voorgaande kenmerk omtrent universaliteit en betreft hun 'holistische' visie op de publieke omroep. De openbare omroep moet volgens deze denkrichting niet alleen thuis zijn in alle soorten content, maar ook op alle technologische platformen. Zo vindt de Poolse politicoloog Karol Jakubowicz dat de publieke omroep moet evolueren van enkel een televisiezender naar een volledig publiek mediabedrijf.<sup>144</sup> De stelling van de sociale verantwoordelijkheidsvisie dat private mediabedrijven enkel geïnteresseerd zijn in consumenten die voor adverteerders

---

<sup>140</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 36.

<sup>141</sup> COSTERA MEIJER (Irene). Impact or content? Ratings vs. quality in public broadcasting, in *European Journal of Communication*, 2005, vol. 20, nr. 1, p. 31.

<sup>142</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). *Op. Cit.*, 2012, p. 36.

<sup>143</sup> IDEM, p. 33-34.

<sup>144</sup> IDEM, p. 38.

interessant zijn, is immers door te trekken tot het internet, waardoor ook hier een publieke speler nodig is die iedereen aanspreekt.<sup>145</sup> Deze visie deelt ook politiek econoom Garham Murdock in het uitwerken van zijn concept van de 'Digital Commons'. Dit is volgens hem een publieke digitale omgeving die vrij is van commerciële invloeden en die nodig is opdat iedereen ten volle van de publieke dienstverlening kan genieten.<sup>146</sup> Daarnaast dient de openbare omroep ook een voortrekkersrol te vervullen op het gebied van innovatie aangezien net deze innovativiteit haar dient te onderscheiden van niet-gesubsidieerde media-instellingen.

Daarnaast hebben vele openbare omroepen de digitale omwenteling van de laatste decennia aangegrepen om te wijzen op het belang van interactiviteit. De overgang van zogezegde 'push' naar 'pull' media draagt volgens hen bij tot een grotere inspraak van de kijker, waardoor deze laatste ook als burger meer betrokken kan worden.<sup>147</sup> De aanhangers van de *technological democracy* visie gaan zelfs verder door te stellen dat de stem van minderheidsgroepen door de nieuwe media eindelijk aan bod kan komen.<sup>148</sup> Dit is echter een gevaarlijke denkwijze aangezien hier geredeneerd wordt alsof de begrippen interactiviteit en participatie hetzelfde inhouden. Er bestaat echter een wezenlijk verschil tussen beide. Interactiviteit gaat over een technische eigenschap van een medium waarbij de mogelijkheid wordt gegeven om te interageren. Participatie is een veel breder begrip dat meer betrekking heeft op het hebben van (politieke) inspraak in de maatschappij. We mogen dus niet zomaar veronderstellen dat interactiviteit automatisch leidt tot participatie. Om die reden is het dan ook misleidend om beide begrippen door elkaar te gebruiken.<sup>149</sup>

Daarnaast moeten we ervoor oppassen dat het technologisch enthousiasme dat rond interactiviteit hangt, niet vervalt in een technologisch determinisme.<sup>150</sup> Zeker in het discours rond jongeren en nieuwe media gaat men er immers te vaak van uit dat alle jongeren multimediale omnivoren zijn. Jongeren bevinden zich vaak online, maar resultaten van de Digimeter van iMinds tonen aan dat traditionele media nog steeds hoog scoren bij jongeren.<sup>151</sup> Bij kinderen jonger dan twaalf is dit bovendien nog sterker het geval, zo kijken zij gemiddeld

<sup>145</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 38.

<sup>146</sup> PAUWELS (Caroline), RAATS (Tim). 'The Cultural Remit Renaissance?' *Conceptualizing and assessing Public Service Broadcasting as a hub in a networked media ecology*. London, RIPE @ 2010 Conference 'Public Media After The Recession', 2010, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>147</sup> VANDENBULCK (Hilde). 'Can PSB Stake Its Claim in a Media World of Digital Convergence? The Case of the Flemish-Belgian PSB Management Contract Renewal in International Perspective', in *Convergence*, vol. 14, nr. 3, p. 336.

<sup>148</sup> IBIDEM.

<sup>149</sup> CARPENTIER (Nico). Theoretical frameworks for participatory media, in CARPENTIER (Nico), PRUULMANN-VENGERFELDT (Pille), NORDENSTRENG (Kaarle), HARTMANN (Maren), VIHALEMM (Peeter), CAMMAERTS (Bart), NIEMINEN (Hannu), eds. *Media technologies and democracy in an enlarged Europe*. Tartu, University Press, 2007, p. 106.

<sup>150</sup> JAKUBOWICZ (Karol). *Public Service Broadcasting: Proud past, interesting future?* [Online] <http://tinyurl.com/c9xpv4z> [26.12.2012]

<sup>151</sup> RAATS (Tim), GABRIELS (Katleen). *Jongeren en de VRT: clichés spuien en slikken?* [Online] <http://opinie.deredactie.be/2011/12/06/jongeren-en-de-vrt-cliches-spuien-en-slikken/> [26.12.2012]

147 minuten tv en zitten ze slechts 12 minuten per dag op de computer.<sup>152</sup> Bijgevolg mag de aandacht voor jongere doelgroepen niet zonder meer naar het internet verschuiven. Dus hoewel nieuwe media absoluut betrokken moeten worden in het bereiken van jonge publieken, mag dit niet resulteren in een of-of situatie waarbij ze niet meer bediend worden door de traditionele televisiezender.<sup>153</sup>

### 1.1.3 De noodzaak van een openbare omroep in het digitale tijdperk

Een derde belangrijk standpunt van de sociale verantwoordelijkheidsvisie is hun overtuiging dat de argumentatie voor een sterke openbare omroep blijft standhouden in het digitale tijdperk. De digitalisering zorgde ervoor dat het spectrum efficiënter kon ingevuld worden, waardoor een belangrijke reden voor de overheidsinterventie, de verdeling van het spectrum, in het omroeplandschap wegviel.<sup>154</sup> Toch verandert dat volgens de sociale verantwoordelijkheidsvisie niets aan het feit dat er nood blijft aan een publiek forum. Met de toenemende individualisering is het nu meer dan ooit belangrijk om het gevoel van een politieke gemeenschap te stimuleren.<sup>155</sup> De fragmentatie van informatiebronnen en het publiek is dus zelfs een reden te meer om te blijven werken aan een openbare omroep die een knooppunt kan vormen in die oneindige stroom van informatie.<sup>156</sup> Bovendien kan op die manier de openbare omroep functioneren als een gatekeeper voor kwaliteit en betrouwbare informatie en dit –in lijn met de idee van *Digital Commons*- op alle platformen.<sup>157</sup> De publieke omroep van de toekomst moet dus meer dan ooit de mediagebruiker gidsen en kan hierbij de nieuwe media inzetten als wegwijzers.<sup>158</sup>

Het gevaar dat de openbare omroep zich op die manier online in het vaarwater begeeft van meer commerciële spelers is echter reëel. Daarom is het aan te raden, in navolging van de test die BBC Trust in 2007 uitvoerde,<sup>159</sup> een public value test uit te voeren. Deze test evalueert de publieke waarde van de nieuwe online diensten van de PO en brengt hun mogelijke impact op de markt in kaart.<sup>160</sup>

<sup>152</sup> DAVIES (Maire Messenger). *Children, Media and Culture*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2010, p. 53.

<sup>153</sup> MOONS (An), RAATS (Tim). Cultuur en middenveld: de publieke omroep in een democratische samenleving; in DONDEERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 109.

<sup>154</sup> UNESCO. *Public Broadcasting: Why? How?* Parijs, Montréal, Unesco, s.d., zie bijlagen: CD-rom.

<sup>155</sup> IDEM, p. 28.

<sup>156</sup> IBIDEM.

<sup>157</sup> PAUWELS (Caroline), RAATS (Tim). *'The Cultural Remit Renaissance?' Conceptualizing and assessing Public Service Broadcasting as a hub in a networked media ecology*. London, RIPE @ 2010 Conference 'Public Media After The Recession', 2010, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>158</sup> IBIDEM.

<sup>159</sup> BBC TRUST. *Public Value Test: Guidance on the conduct of the PVT*. Londen, BBC TRUST, 2007, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>160</sup> DONDEERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDEERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 45.



### 1.1.4 Cultuur

Ten slotte ziet de sociale verantwoordelijkheidsvisie het potentieel van de openbare omroep in om cultuurparticipatie te stimuleren en dit op drie manieren.<sup>161</sup> Ten eerste kan de publieke omroep informatie over kunsten verschaffen aan een breed publiek. Dit kan ze doen via praatprogramma's, journaaluitzendingen, kunstprogramma's, maar ook door bijvoorbeeld een cultuuragenda te plaatsen op één van haar websites. Ten tweede kan ze als producent ook zelf kunst maken. Kijken naar kwaliteitsvolle dramaserie's, documentaires of televisiefilms is immers ook een vorm van cultuurdeelname. Ten derde kan de openbare omroep als populaire cultuurvorm de kunst een hand reiken door registraties van concerten, opera's, theatervoorstellingen et cetera uit te zenden.<sup>162</sup> <sup>163</sup> Deze laatste mogelijkheid om via de massamedia kunstobjecten te distribueren naar alle soorten woonkamers heeft Frans schrijver André Malraux ooit mooi omschreven als *"kijken naar een museum met gesloopte muren"*.<sup>164</sup> In hoofdstuk 3 zien we dat het hierbij echter niet gemakkelijk is om een evenwicht te vinden tussen verbreding en verdieping.

De sociale verantwoordelijkheidsvisie gelooft in het oorspronkelijke verlichtingsproject van de openbare omroep om hoge cultuur te democratiseren en kwaliteitsvolle populaire cultuur te brengen. Ze baseert zich daarvoor op idealen als nationale identiteit en volksontwikkeling.<sup>165</sup> Hun visie is ook gekant tegen het postmodern geloof dat de strijd om waarden reeds verloren is en hierbij kaarten ze het belang van hoop aan.<sup>166</sup> Zonder de hoop op een betere toekomst is er volgens hen immers geen motivatie tot actie of verandering meer.

Vele academici zijn het er echter over eens dat deze culturele opdracht toe is aan een vernieuwing ten gevolge van de digitalisering. Het medialandschap is de laatste decennia namelijk ingrijpend veranderd door de komst van nieuwe platformen als het internet en de intrede van nieuwe (digitale) spelers als telecombedrijven.<sup>167</sup> Laatstgenoemden bevinden zich nu ook op het gebied van content en sluiten net als de openbare omroep samenwerkingsverbanden met de culturele sector. De digitalisering roept daarnaast ook de vraag op of het publiek wel nog voldoende kijkt naar de aangeboden cultuureducatieve programma's. In de beginjaren van de publieke omroep konden kijkers immers veel sterker

---

<sup>161</sup> JAKUBOWICZ (Karol). *Public Service Broadcasting: Proud past, interesting future?* [Online] <http://tinyurl.com/c9xpv4z> [26.12.2012]

<sup>162</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 376.

<sup>163</sup> UNESCO. *Public Broadcasting: Why? How?* Parijs, Montréal, Unesco, s.d., zie bijlagen: CD-rom.

<sup>164</sup> BAKKE (Marit). Arts television: questions of culture, in WIETEN (Jan), MURDOCK (Graham) & DAHLGREN (Peter), eds. *Television across Europe: A comparative introduction*. Londen, Sage, 2000, p. 158.

<sup>165</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur. Evaluatie*. Brussel, VRT, 2008 zie bijlagen: CD-rom

<sup>166</sup> GARNHAM (Nicholas). *Emancipation, the Media, and Modernity. Arguments about the Media and Social Theory*. Oxford, University Press, 2000, 206 p.

<sup>167</sup> PAUWELS (Caroline), RAATS (Tim). *'The Cultural Remit Renaissance?' Conceptualizing and assessing Public Service Broadcasting as a hub in a networked media ecology*. Londen, RIPE @ 2010 Conference 'Public Media After The Recession', 2010, zie bijlagen: CD-rom.

gedwongen worden om naar dit soort programma's te kijken, aangezien er niet veel andere keuzealternatieven ter beschikking waren.<sup>168</sup> Vandaag heeft de kijker echter de keuze tussen een heel gamma aan content-leveranciers, waardoor nieuwe strategieën moeten worden uitgedacht om deze cultuureducatieve boodschappen tot bij de kijker te brengen. Eén manier daarvoor is om kleine stukjes cultuur te integreren in meer populaire programma's. Op deze strategie van 'culturele product placement' komen we terug in hoofdstuk 3 bij het driesporenbeleid van de VRT.<sup>169</sup>

Om bovenstaande redenen is het nu meer dan ooit nodig om met een vernieuwde culturele opdracht aan te tonen waar de openbare omroep nog het verschil kan maken.<sup>170</sup> Hierbij is het raadzaam om nieuwe interactieve technieken te gebruiken om de band met het publiek en hiermee ook de culturele missie te versterken. Deze articulaties van een nieuwe culturele opdracht waren de inzet van de RIPE (Re-visionary Interpretations of the Public Enterprise<sup>171</sup>) conferentie in 2004.

## 1.2 Marktfalenvisie op de openbare omroep

De sociale verantwoordelijkheidsvisie staat in contrast met de marktfalenvisie op de publieke omroep. Deze visie is ervan overtuigd dat de overheid enkel kan interveniëren wanneer de markt niet optimaal presteert.<sup>172</sup> Bepaalde programma's, zoals documentaires, dure fictiereeksen en actualiteitsprogramma's zullen immers niet altijd door de markt gemaakt worden, zeker niet als het publieksbereik laag is en er niet veel adverteerders kunnen gelokt worden. Dergelijke programma's zijn echter wel vaak waardevol omdat ze tot positieve externaliteiten leiden. Zo dragen nieuwsprogramma's bij tot burgerschap door de burgers in te lichten over de politieke situatie.<sup>173</sup> Daarnaast worden ook merit goods, programma's met een grotere maatschappelijke waarde dan het individu op het eerste zicht waarneemt, vaak niet door de markt geproduceerd. De nadruk bij merit goods ligt op het bereiken van mensen op lange termijn.<sup>174</sup> Zo kunnen historische documentaires en culturele programma's vaak nog jarenlang gebruikt worden, onder andere in het onderwijs. Omdat hun bereik op korte termijn laag is, zijn ze echter niet interessant voor adverteerders. Bovendien is hun productiekost vaak hoog,

---

<sup>168</sup> ARMSTRONG (Mark), WEEDS (Helen). *Public service broadcasting in the digital world*. London, University College London & University of Essex, 2005, p. 34.

<sup>169</sup> IBIDEM.

<sup>170</sup> PAUWELS (Caroline), RAATS (Tim). *'The Cultural Remit Renaissance?' Conceptualizing and assessing Public Service Broadcasting as a hub in a networked media ecology*. London, RIPE @ 2010 Conference 'Public Media After The Recession', 2010, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>171</sup> LOWE (George Ferrell), HUIJANEN (Taisto). *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg, Nordicom, 2003, p. 21.

<sup>172</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 40.

<sup>173</sup> IBIDEM.

<sup>174</sup> IBIDEM.

waardoor in deze situatie van marktfalen een bepaalde mate van overheidsinterventie gerechtvaardigd is.<sup>175</sup>

In de jaren tachtig kon het spectrum efficiënter benut worden en kwam er een explosie aan commerciële televisiekanalen. Bijgevolg stonden vanaf nu ook commerciële spelers als National Geographic en History Channel in voor documentaires. Op het gebied van kinderprogramma's kwam er eveneens een groter aanbod met nieuwe spelers als Nickelodeon en Disney Channel. Deze vergroting van het aanbod leidde ertoe dat vele aanhangers van de marktfalenvisie pleitten de rol van de openbare omroep terug te schroeven. Bijna alle programma's werden volgens hen vanaf nu immers voorzien door het spel van vraag en aanbod. Deze mening deelde ook Margaret Thatcher, als één van de meest neoliberale politici was ze niet opgezet met het sterke BBC dat bevoordeeld werd ten opzichte van de private media. Daarom stelde ze een kritische commissie aan om de toekomst van de BBC te onderzoeken, wat resulteerde in het eerdergenoemde Peacockrapport.<sup>176</sup> De conclusies van dit rapport waren doordrongen van een marktfalenvisie en waren gekant tegen de paternalistische aanpak van de openbare omroep. De marktfalenvisie vraagt zich immers af in hoeverre de publieke omroep wel de 'juiste' beslissingen kan nemen voor het brede publiek. Een terechte kritiek waar we op terugkomen bij de samenwerking tussen de publieke omroep en de culturele sector in hoofdstuk 3.<sup>177</sup>

De wens om enkel vraag en aanbod te laten spelen, piekte in de jaren tachtig, maar kende ook meer recent een heropleving met de opkomst van het internet. Het oneindige aanbod aan content op het wereldwijde web zorgt er volgens deze neoliberale visie namelijk opnieuw voor dat het marktfalen afneemt en er minder nood is aan een publieke omroep.<sup>178</sup> Andere media-economen zijn minder extreem en pleiten niet voor een afschaffing, maar voor een afslanking van de publieke omroep. Nieuws, duiding en cultuur moeten voortaan de enige bezigheden worden van de publieke omroep, want genres zoals fictie, sport en andere entertainmentprogramma's worden tegenwoordig al voldoende gebracht door de markt.<sup>179</sup> Bovendien vinden enkele commerciële spelers dat de publieke omroep hun oneerlijke concurrentie aandoet als ze met subsidies ook entertainment brengt.<sup>180</sup> De openbare omroep zou zich volgens deze visie dus enkel moeten toelagen op nichecontent en ver weg moeten blijven van al wat entertainend is.

---

<sup>175</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 40.

<sup>176</sup> IDEM, p. 42.

<sup>177</sup> ARMSTRONG (Mark), WEEDS (Helen). *Public service broadcasting in the digital world*. London, University College London & University of Essex, 2005, p. 23.

<sup>178</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). *Op. Cit.*, 2012, p. 40.

<sup>179</sup> IDEM, p. 44.

<sup>180</sup> MCQUAIL (Dennis). *McQuail's Mass Communication Theory*. Londen, Sage, 2010, p. 180.

Het gevaar is uiteraard dat hierdoor het basisprincipe van ‘universaliteit’ onder druk komt te staan. Nichecontent appelleert immers enkel aan een bepaalde elite en zorgt ervoor dat het brede publiek niet meer bereikt kan worden.<sup>181</sup> We zouden kunnen stellen dat entertainment, bijvoorbeeld in de vorm van het kookprogramma van Jeroen Meus op Eén, cruciaal is om een bepaalde massa aan te trekken die misschien anders nooit haar weg zou vinden naar de openbare omroep. In navolging van wat John Reith zei, wijst eveneens Irene Costera Meijer, die we reeds in het deel rond cultuurparticipatie bij kinderen aanhaalden (cf. supra), op het belang van een openbare omroep die zich niet enkel op burgers richt, maar ook genietters weet aan te spreken.<sup>182</sup> Mediaspecialist Denis McQuail geeft aan dat het hier gaat om een spanningsveld tussen de rol van de publieke omroep als specifieke, publieke dienstverlener en haar taak om met diezelfde publieke dienst een zo groot mogelijk publiek te bereiken in een globale mediamarkt. De publieke dienstverlening mag dan wel de rationale zijn voor het voortbestaan van de publieke omroep, ze stelt niets voor als ze het volk, de collectiviteit van alle burgers, niet weet aan te trekken.<sup>183</sup> Dus moet, tegen het protest van enkele commerciële spelers over oneerlijke concurrentie in, de openbare omroep ook entertainment brengen. Het volgende deel over de geschiedenis van de VRT zal immers pijnlijk duidelijk maken dat een openbare omroep snel wordt afgeschreven als een antiquiteit als ze dit niet doet.<sup>184</sup>

Hieruit komt voort dat we in dit werk steeds zullen vertrekken vanuit een sociale verantwoordelijkheidsvisie. In navolging van de RIPE conferentie van 2004 blijven we immers geloven in het belang van het (vernieuwde) verlichtingsproject van de openbare omroep en dit laatste kan enkel verwezenlijkt worden door te werken met een sterke, holistische openbare omroep die voldoet aan de Reithiaanse drievuldigheid van informatie, educatie en entertainment. Toch blijft het belangrijk om de huidige openbare omroep niet zomaar kritiekloos te aanvaarden. Daarom blijven we wel het marktfalenperspectief in acht nemen om de publieke waarde van de publieke omroepdiensten in vraag te stellen en de impact op de markt niet uit het oog te verliezen.<sup>185</sup>

---

<sup>181</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 33-34.

<sup>182</sup> COSTERA MEIJER (Irene). Impact or content? Ratings vs. quality in public broadcasting, in *European Journal of Communication*, 2005, vol. 20, nr. 1, p. 27-53.

<sup>183</sup> MCQUAIL (Dennis). *McQuail's Mass Communication Theory*. Londen, Sage, 2010, p. 180.

<sup>184</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). *Op. Cit.*, 2012, p. 33-34.

<sup>185</sup> IDEM, p. 48.

## 2. Kinderprogramma's van de openbare omroep maken het verschil (niet meer)

*"You know, if your only mission in life is to sell toys, that's easy. If your mission is to enrich the human intellect or the human condition, you have a lot more work to do in making a television show."*<sup>186</sup>

Hierboven gaven we de redenen aan voor de noodzaak van een sterke openbare omroep. Volgens de sociale verantwoordelijkheidsvisie is het immers simpel: de publieke omroep heeft door haar specifieke mentaliteit en financiering in bepaalde aspecten een superioriteit ten opzichte van de markt. Meer en meer gaan er echter stemmen op dat de openbare omroep haar onderscheidende karakter begint te verliezen onder druk van de toenemende commerciële concurrentie. De kinderprogrammatie, het genre bij uitstek waarin de openbare omroep dient uit te blinken, ontkomt niet aan deze tendens. Dit hoofdstuk laat toe de al dan niet vervagende grenzen tussen commerciële en niet-commerciële kinderprogramma's, ook wel eens convergentie van de inhoud van commerciële en publieke omroepen genoemd,<sup>187</sup> te analyseren.<sup>188</sup>

### 2.1 Context: commercialisering en depaternalisering

Al dertig jaar lang wordt het medialandschap voortdurend geplaagd met nieuwe technologische ontwikkelingen waardoor mediabedrijven zichzelf telkens dienen heruit te vinden. Dat is niet anders bij de openbare omroep. Zo doorbrak de komst van kabel en satelliet in de jaren tachtig de frequentieschaarste en daarmee ook de alleenheerschappij van de openbare omroep. Aangezien in die periode ook het neoliberalisme steeds meer aan belang won, was het gedaan met de vanzelfsprekendheid van de overheidsmonopolies. Een dereguleringsgolf zorgde voor de opkomst van private mediamajors die meer commerciële overlevingstechnieken introduceerden zoals het gebruik van schaalvoordelen en productdiversificatie. Europa begon zich ook meer te moeien op het mediatoneel en met de *Televisie Zonder Grenzen-richtlijn* wou de Europese Unie in 1989 een eengemaakte markt van mediaspelers realiseren.<sup>189</sup> De jaren negentig maakten het er niet bepaald gemakkelijker op aangezien een toenemende digitalisering van productie, consumptie en distributie zorgde voor een convergentiebeweging waarbij de verschillende mediaschakels meer en meer in handen van één centrale speler terecht kwamen, al dan niet over de internationale grenzen heen. Het gevolg van dit alles was een toenemende concentratie,

<sup>186</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, p. 18.

<sup>187</sup> PFETSCH (Barbara). Convergence through privatization? Changing Media Environments and Televised Politics in Germany, in *European Journal of Communication*, 1996, vol. 11, nr. 4, p. 428.

<sup>188</sup> STEEMERS (Jeanette). Public Broadcasting is not dead yet, in LOWE (George Ferrell), HUIJANEN (Taisto), eds. *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg, Nordicom, 2003, p. 133-134.

<sup>189</sup> EU. *Televisieomroepactiviteiten: richtlijn "Televisie zonder grenzen" (TZG)*. [Online] [http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/l24101\\_nl.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_nl.htm) [11.03.2013]

commercialisering en internationalisering, die heel wat impact ging hebben op het openbare omroepgebeuren.<sup>190</sup>

Naast meer technologische evoluties, veranderde langzaamaan ook de levensfilosofie in het Westen. Het modernisme, waarop de missie van de openbare omroep gebaseerd was, daverde op haar grondvesten omdat het nieuwe individualisme ervoor zorgde dat mensen liever zelf bepaalden wat goed voor hen was in plaats van te luisteren naar een paternalistische publieke omroep.<sup>191</sup> De culturele logica van een cultuurgemeenschap werd dus al gauw vertaald naar meer commerciële termen als het consumentenpubliek. Tegelijkertijd moesten de ideologische staatsapparaten van weleer, zoals kerk, familie en school, aan gezag inboeten, omdat de media een steeds grotere rol begonnen te spelen in de maatschappij.<sup>192</sup>

### 2.1.1 Nieuwe visies op het 'kind-zijn'

De bezorgdheid over deze tendensen van het postmodernisme en de bijhorende consumptiemaatschappij zorgde ook voor nieuwe visies op het 'kind-zijn'.<sup>193</sup> Zo heeft kindersocioloog Heinz Hengst het over twee conflicterende 'scripts' die ontstaan zijn uit de invloed die de consumptiemaatschappij uitoefent op de kindercultuur. Vanuit een modernistische visie verkiest men het *bourgeois script* dat de idee bevat dat kinderen cultureel opgevoed moeten worden. Dit script staat tegenover het meer postmodernistische *kindseigen script* dat de nadruk legt op de autonomie van het kind.<sup>194</sup> Het is echter belangrijk op te merken dat het begrip autonomie hier veel enger wordt ingevuld als het concept autonomie bij de positieve vrijheid. De discussie tussen beide scripts gaat duidelijk over de vraag of kinderen al dan niet beschermd dienen te worden van invloeden uit de consumptiecultuur. Het bourgeois script vindt duidelijk van wel en raadt dan ook aan kinderen 'door volwassen geselecteerd cultureel materiaal' voor te schotelen. Het kindseigen script legt daarentegen veel sterker de nadruk op autonomie en wil kinderen niet belemmeren in hun keuzes.<sup>195</sup> Dit script vond vooral opgang door de bevestiging van het Internationaal Verdrag inzake de Rechten van het Kind in 1989.<sup>196</sup> Het kindseigen script legde hierbij vooral de nadruk op één bepaald aspect van het verdrag, namelijk op het feit dat kinderen vanaf nu specifieke rechten hadden die niet van toepassing waren op volwassenen.<sup>197</sup> De invloed van dit verdrag is eveneens een bewijs dat onze

<sup>190</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 23.

<sup>191</sup> IDEM, p. 23.

<sup>192</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, p. 4.

<sup>193</sup> HENGST (Heinz). Children's culture(s) in consumer societies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, p. 16-17.

<sup>194</sup> IBIDEM.

<sup>195</sup> IBIDEM.

<sup>196</sup> CLARK (Cindy Dell). *In A Younger Voice: Doing Child-Centered Qualitative Research: Doing Child-Centered Qualitative Research. Child Development in Cultural Context Series*. New York, Oxford University Press, 2010, p. 172.

<sup>197</sup> DAVIES (Maire Messenger). *Children, Media and Culture*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2010, p. 17.

visie op kinderen niet vastligt, maar geconstrueerd wordt in een bepaalde historische en sociale context.<sup>198</sup>

## 2.2 Kinderprogrammatie van de openbare omroep

Voor de publieke omroep werd het in de jaren tachtig en in de vroege jaren negentig almaar moeilijker om het hoofd boven water te houden in het nieuwe competitieve medialandschap. Aanpassingen waren vereist om de commerciële concurrentie te overleven, maar dit mocht niet ten koste gaan van de oorspronkelijke filosofie van de openbare omroep. Dat dit een moeilijke evenwichtsoefening was, leren we uit de survey die Jay Blumler en Daniël Biltereyst in 1996 uitvoerden over de kinderprogramma's van de Europese openbare omroepen. Hoewel dit onderzoek op een aantal gebieden verouderd is, geeft het een duidelijk overzicht van hoe de opkomst van commerciële kinderzenders de kinderprogramma's op de publieke omroep heeft beïnvloed.<sup>199</sup> Zo begon de kinderprogrammatie van de openbare omroep langzaam Amerikaanse trekjes te vertonen door net als Amerikaanse kinderzenders zendschema's uit te bouwen die erop gericht waren een bepaalde kijkroutine te creëren bij jonge kinderen.<sup>200</sup> Dit deden ze bijvoorbeeld door programma's dagelijks op hetzelfde tijdstip uit te zenden, een strategie die ook wel horizontaal programmeren wordt genoemd. Voorts werd er ook meer ingezet op de "best bets", publieke omroep programma's die hun succes reeds hadden bewezen, om zo de positie te versterken ten opzichte van de commerciële concurrentie.<sup>201</sup> Daarnaast werd er in primetime meer entertainment uitgezonden dan voordien. De openbare omroep beweerde deze beslissing te hebben genomen om tegemoet te komen aan de kritiek op het paternalisme.<sup>202</sup> Wellicht had deze keuze echter ook nog een ander motief. De openbare omroep moest namelijk snoeien in het meer educatieve en informatieve programma-aanbod om qua entertainment de strijd met de commerciële spelers aan te kunnen gaan. Deze laatsten brachten immers bijna uitsluitend entertainment, omdat ze hiermee een groter publiek van kinderconsumenten voor hun adverteerders konden lokken.

Het grotere aanbod aan entertainment was vooral mogelijk dankzij de overvloed aan Amerikaanse programma-imports. Deze goedkope geïmporteerde programma's, meestal cartoonseries afkomstig van Time Warner of Disney, werden in tijden van onderfinanciering boven lokale duurdere producties verkozen. In een recent onderzoek toonde Jeanette Steemers, professor aan de universiteit van Westminster, aan dat de geïmporteerde kinderprogramma's

---

<sup>198</sup> CLARK (Cindy Dell). *In A Younger Voice: Doing Child-Centered Qualitative Research: Doing Child-Centered Qualitative Research. Child Development in Cultural Context Series*. New York, Oxford University Press, 2010, p. 172.

<sup>199</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, p. 5.

<sup>200</sup> IBIDEM.

<sup>201</sup> IDEM, p. 18.

<sup>202</sup> IDEM, p. 10.

op de openbare omroep gestegen waren van maar liefst 5,7% in 1972 tot 28.6% in 2002.<sup>203</sup> Omdat cartoons gemakkelijk verhandelbaar moeten zijn op de internationale markt bevatten ze weinig cultuurspecifieke elementen.<sup>204</sup> Dit is niet per definitie slecht, maar het wordt wel problematisch als een overaanbod van cartoons ervoor zorgt dat programma's die wel cultuurspecifiek zijn geen ruimte meer krijgen.<sup>205</sup> Dit zou immers nefast zijn voor de publieke omroepfilosofie die stoelt op diversiteit en kwaliteit.<sup>206</sup>

Deze tendensen moeten enigszins genuanceerd worden, de publieke omroepen blijven er immers voor zorgen dat sommige praktijken van de commerciële (al dan niet Amerikaanse) kinderzenders niet binnenraken in hun huis van vertrouwen. Zo zijn adverteerders nog steeds niet welkom bij de publieke omroep en zullen ze zeker niet, zoals bij de Amerikaanse kinderzenders, *carte blanche* krijgen in het benaderen van kinderen.<sup>207</sup> Toch zal er vanuit de marktfaalvisie veel kritiek komen op deze 'commerciële' verschuivingen van de openbare omroep. In het volgende deel bespreken we de specifieke commentaar van commerciële speler Nickelodeon.

### 2.3 Commerciële kinderzenders: case Nickelodeon

De stijging van imports en animatie op de openbare omroep is niet ontgaan aan het oog van Nickelodeon. Deze Amerikaanse kinderzender, die boomde in de jaren negentig, is niet mals voor de publieke omroep. De commerciële zender besteedt maar liefst dertien pagina's aan een betoog gericht tegen CBBC, het kinderkanaal van de BBC.<sup>208</sup> Het onderscheidende karakter en bijgevolg ook de legitimatie voor het financieren van een openbare omroep worden teniet gedaan door de vermindering van lokale en educatieve kinderprogramma's, aldus Nickelodeon. Bovendien maakt de publieke omroep volgens hen steeds vaker gebruik van commerciële strategieën. Hierboven werd reeds het gebruik van horizontaal programmeren vermeld om routinegedrag in de hand te werken. Nickelodeon beweert echter dat de publieke omroep nog verder gaat door, net als Nickelodeon zelf, 'branding' strategieën toe te passen.<sup>209</sup> Het enige verschil hierbij is dat deze bij de openbare omroep nog effectiever werken, precies omdat ze niet gepercipieerd worden als een branding strategie. De publieke omroep probeert zichzelf te branden en doet dit specifiek door de ouders van de jonge kijkers te overtuigen. Het zijn immers

<sup>203</sup> STEEMERS (Jeanette). (2008) "Children's Television: "The Soft Underbelly of Public Service Broadcasting"", paper presented at RIPE@2008 Conference, Mainz, November, p. 3.

<sup>204</sup> VANDENBULCK (Hilde). *De bescherming en de promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit door de VRT. Herwerkte tussentijdse evaluatie van de beheersovereenkomst 2007-2011 tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap in aanloop naar de nieuwe beheersovereenkomst*. Brussel, s.e., 2010, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>205</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, p. 33.

<sup>206</sup> IBIDEM.

<sup>207</sup> IBIDEM.

<sup>208</sup> STEEMERS (Jeanette). The BBC's Role in the Changing Production Ecology of Preschool Television in Britain, in *Television & New Media*, 2010, vol. 11, nr. 1, p. 41.

<sup>209</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Kids Rule!: Nickelodeon and Consumer Citizenship*. Durham, Duke University Press, 2007, p. 20.



vooral de ouders die tevreden moeten worden gesteld, aangezien zij het kijkgeld betalen waar de BBC deels op overleeft. Hierbij positioneert de publieke omroep zichzelf als een merk dat goede ouders kiezen omdat zij diegene zijn die hun kinderen weg willen houden van de commerciële televisie. Daarnaast speelt CBBC volgens Nickelodeon ook in op het jeugdsentiment van ouders die zelf opgroeiden met de BBC. De nostalgie naar de televisie van hun kindertijd zal hun er zo toe aanzetten hun kinderen dit ook te laten ervaren.<sup>210</sup><sup>211</sup> De idee dat de openbare omroep bewust bezig is met het creëren van een zelf-legitimerend discours, ook een ‘aura of trust’ genoemd, vinden we eveneens terug in een artikel van Professor aan de UGent, Daniël Biltereyst, die opmerkt dat deze strategie wordt toegepast bij de BBC, maar ook dichterbij huis bij de VRT.<sup>212</sup> Zo wordt bijvoorbeeld de externe communicatie over de publieke waarden van de VRT in interviews en persberichten sterk gemanaged.<sup>213</sup> Door deze strategieën gaat de openbare omroep volgens Nickelodeon echter voorbij aan de stem van de werkelijke doelgroep; die van de kinderen zelf.

In tegenstelling tot de BBC hoeft Nickelodeon geen rekening te houden met de ouders of het bijhorende kijkgeld.<sup>214</sup> Bijgevolg kunnen zij wel rechtstreeks de kinderen aanspreken. Deze retoriek van een commerciële zender die een stem geeft aan de kinderen vinden we ook sterk terug in de missie van Nickelodeon. In deze missie is de zender er immers van overtuigd om te zorgen voor de *empowerment* van het kind en dit door te stellen dat kinderen belangrijk genoeg zijn om een netwerk voor zichzelf te hebben.<sup>215</sup> Bijgevolg legt Nickelodeon de nadruk op kinderen als een actief publiek dat op zichzelf staat, los van de wereld van volwassenen. Meer nog, de kinderen en de volwassenen worden door Nickelodeon tegen elkaar afgezet, waardoor de zender een ‘Us versus Them’-filosofie creeërt: “*Adults are boring; kids are fun. Adults are conservative; kids are fresh and innovative.*”<sup>216</sup> Deze en andere credo’s van Nickelodeon als “*Taking the kids’ point of view*” en “*The friend of kids*” staan dan ook duidelijk in contrast met het Europese Verlichtingsproject van de openbare omroep. Niet alleen schildert Nickelodeon dit laatste af als paternalisme, de zender toont ook een wereld waarin opvoeding, educatie en andere normen van de middenklasse niet belangrijk worden geacht.<sup>217</sup> Volwassenen zijn afwezig en machteloos in de getoonde kinderprogramma’s. In de openingsscène van *The Fairly*

---

<sup>210</sup> STEEMERS (Jeanette). The BBC’s Role in the Changing Production Ecology of Preschool Television in Britain, in *Television & New Media*, 2010, vol. 11, nr. 1, p. 41.

<sup>211</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Kids Rule!: Nickelodeon and Consumer Citizenship*. Durham, Duke University Press, 2007, p. 21.

<sup>212</sup> BILTEREYST (Daniel). Public service broadcasting, popular entertainment and the construction of trust, in *European Journal of Cultural Studies*, 2004, vol. 7, nr. 3, p. 354.

<sup>213</sup> IBIDEM.

<sup>214</sup> BUCKINGHAM (David). Studying children’s media cultures: A new agenda for cultural studies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, p. 58.

<sup>215</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Op.Cit.*, 2007, p. 32.

<sup>216</sup> IDEM, p. 5.

<sup>217</sup> HENGST (Heinz). Children’s culture(s) in consumer societies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, p. 16-17.

*OddParents* gaat dit zelfs zo ver dat de ouders van het hoofdpersonage niet meer zijn dan een stuk karton dat gebruikt wordt als een vervangbaar decorstuk.<sup>218</sup>

Voor de retoriek rond het belang van de eigen keuze van kinderen doet Nickelodeon een beroep op het nieuwe discours rond de rechten van het kind dat begon op te komen na de bevestiging van het Internationaal Verdrag inzake de Rechten van het Kind in 1989.<sup>219</sup> De visie van Nickelodeon sluit dan ook goed aan bij het postmodernistische *kindseigen script* dat stelt dat kinderen niet onnodig beschermd dienen te worden voor de consumptiemaatschappij.<sup>220</sup> Kinderen worden hier dus *a priori* getheoretiseerd als ‘empowerde burger-consumenten’ waarbij de consumptie zelf onderdeel uitmaakt van de burgeridentiteit.<sup>221</sup> Vele critici waarschuwen echter dat deze manier van denken voorbijgaat aan de inherente machtsstructuren die de consumptiemaatschappij in zich draagt. Zowel conservatieve als progressieve groepen bevestigen namelijk het gevaar van commerciële kinderprogramma’s op een materialistische levenshouding. Het gaat te kort door te bocht om te stellen dat een commerciële zender een soort van burgerschap kan opwekken enkel en alleen door kinderen te behandelen in hun eigen recht. Dit relaas over Nickelodeon wijst ons wel op één van de meest fundamentele tegenstellingen in de laatkapitalistische maatschappij; namelijk die tussen de identiteit van burger en consument.<sup>222223</sup> Het wordt immers almaar moeilijker de definitie van burgerschap in stand te houden in een op niche en merken gebaseerde samenleving.

#### **2.4 Bottom-up benadering van Nickelodeon: voor- en nadelen**

Nickelodeon zendt vooral programma’s uit die de kinderen zelf graag bekijken. In plaats van energie te steken in de bescherming van kinderen, vinden ze het dan ook belangrijker om te werken aan de verbetering van hun programma’s zelf.<sup>224</sup> Dit doen ze bijvoorbeeld door focusgroepen te houden met kinderen om zo te ontdekken wat kinderen precies willen.<sup>225</sup> Zo houden ze rekening met de mening van kinderen, iets wat te weinig gedaan wordt bij de publieke omroep. Drie academici die een analyse maakten over de kinderprogrammatie op de openbare omroep, Jeanette Steemers, Alessandro D’Arma en Sara Gunn Enli, zeggen hierover namelijk het volgende in hun bespreking: *“There was little sense of the child ‘public’ in public service media, especially in what they wanted and enjoyed. Children were defined by broadcasters*

<sup>218</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Kids Rule!: Nickelodeon and Consumer Citizenship*. Durham, Duke University Press, 2007, p. 32.

<sup>219</sup> CLARK (Cindy Dell). *In A Younger Voice: Doing Child-Centered Qualitative Research: Doing Child-Centered Qualitative Research. Child Development in Cultural Context Series*. New York, Oxford University Press, 2010, p. 172.

<sup>220</sup> BUCKINGHAM (David). Studying children’s media cultures: A new agenda for cultural studies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, p. 60.

<sup>221</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Op. Cit.*, 2007, p. 12.

<sup>222</sup> IDEM, p. 2.

<sup>223</sup> IDEM, p. 12.

<sup>224</sup> IDEM, p. 18.

<sup>225</sup> IDEM, p. 19.

*as an audience requiring protection.*"<sup>226</sup>De openbare omroep kan in dat opzicht dus nog zeker iets leren van Nickelodeon. Het zou dan ook nogal simplistisch zijn te beweren dat alles beter was voor de dagen dat zenders als Nickelodeon en MTV bestonden.<sup>227</sup> We zouden zelfs kunnen stellen dat de opkomst van commerciële zenders noodzakelijk is geweest voor het wakker schudden van de -voordien nogal bureaucratische en weinig publieksgerichte- openbare omroep. In hoofdstuk 3 zien we immers dat de kinder- en cultuurprogramma's van voor de jaren tachtig heel wat gebreken vertoonden op de openbare omroep. De overgenomen marketingbenadering van de commerciële zenders heeft de publieke omroep dus zeker geen windeieren gelegd qua publieksbereik. Het zou dus fout zijn onze analyse te doorspekken met het idee dat er vroeger- voor de opkomst van de commerciële tv- alleen maar kwaliteitstelevisie bestond.<sup>228</sup> Bovendien is het zeker raadzaam om kinderen als consumenten te erkennen, het is enkel hierdoor dat we er ook de gevaren beter van leren inschatten. Voorts heeft Nickelodeon een punt als ze zeggen dat kinderen te vaak onderschat worden en dat ze meer zijn dan enkel slachtoffers van de media.

We moeten echter waakzaam zijn als Nickelodeon beweert dat het een platform biedt voor politieke actie. Zo lijkt een project als 'Kids Pick the President' tijdens de presidentsverkiezingen een goede aanzet om kinderen vertrouwd te maken met het principe van stemmen, maar wordt het grotendeels gesponsord door bedrijven die reeds een politieke kleur in zich dragen.<sup>229</sup> Het blijft bij deze projecten een gevaarlijk schipperen tussen het kind als burger en het kind als consument. Want hoewel Nickelodeon nobel beweert dat ze aan de kant van de kinderen staan, is en blijft dit een marketingstrategie waarbij de identiteit van een 'empowered' onafhankelijk kind gepromoot wordt als elk ander product. Dus hoewel kinderen niet onderschat mogen worden, moeten ze wel nog steeds door volwassenen attent gemaakt worden op de gevaren van de commerciële logica. Buitensporig koopgedrag, een materialistische levenshouding en een uitdijende fastfoodindustrie zijn immers maar enkele symptomen van een wereld die steeds commerciëler wordt.<sup>230</sup> Hierbij moeten we wel in de kantlijn plaatsen dat Nickelodeon uiteraard niet de algemene visie van de marktfaalvisie belichaamt, veel aanhangers van deze benadering zijn immers wel overtuigd dat een zekere paternalistische benadering in het geval van kinderprogramma's gerechtvaardigd is.<sup>231</sup>

<sup>226</sup> D'ARMA (Alessandro), ENLI (Gunn Sara), STEEMERS (Jeanette). Serving children in Public Service Media, in LOWE (George Ferrell), ed. *The Public in Public Service Media*, Göteborg, Nordicom, 2009, p. 230.

<sup>227</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Kids Rule!: Nickelodeon and Consumer Citizenship*. Durham, Duke University Press, 2007, p. 4.

<sup>228</sup> BUCKINGHAM (David). Studying children's media cultures: A new agenda for cultural studies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, p. 60.

<sup>229</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Op. Cit.*, 2007, p. 19.

<sup>230</sup> IBIDEM.

<sup>231</sup> ARMSTRONG (Mark), WEEDS (Helen). *Public service broadcasting in the digital world*. London, University College London & University of Essex, 2005, p. 32.

## 2.5 Onderscheidend karakter kinderprogramma's publieke omroep

Het McKinsey rapport bewees in 1999 tegen alle verwachtingen in dat de openbare omroep nog steeds een onderscheidend karakter vertoont ten opzichte van haar commerciële tegenhangers.<sup>232</sup> Daarnaast moeten we rekening houden met het feit dat de studies (o.a. die van Achille en Miège)<sup>233</sup> die het dalende verschil in output van de openbare omroep ten opzichte van de output van commerciële zenders aankaarten, vaak enkel rekening houden met de afgeleverde programmacategorieën (x aantal educatieve programma's), en niet met de mix aan content binnen een programmacategorie zelf, één van de belangrijkste publieke omroepstrategieën op het gebied van cultuur (zie driesporenbeleid in hoofdstuk 3).<sup>234</sup> Ondanks de veranderingen die de openbare omroep doormaakte na de komst van de commerciële zenders is er dus nog steeds een duidelijk onderscheid te maken op het gebied van kinderprogramma's en dit grotendeels op vijf belangrijke punten.

**(1)** Eerst en vooral blijft het verschil in mentaliteit of filosofie groot tussen een commerciële en een openbare omroep en dat heeft alles te maken met de manier van financiering. Zoals reeds eerder vermeld maken de commerciële omroepen vooral programma's om geld te verdienen, terwijl de openbare omroep geld krijgt om programma's te maken.<sup>235</sup> De openbare omroep is er dan ook toe verplicht meer risicovolle en innovatieve programma's te brengen, aangezien zij door haar dotatie geen rekening moet houden met een *return on investment*.<sup>236</sup> Dus terwijl commerciële omroepen zoveel mogelijk publiek proberen aan te trekken door ze te geven wat ze willen, is de taak van de openbare omroep net om de kijkers bloot te stellen aan dingen waar ze niet noodzakelijk op zitten te wachten.<sup>237</sup> In deze manier van denken vinden we de positief geformuleerde definitie van paternalisme van Hans Blokland terug die stelt dat er in deze gevallen geanticipeerd wordt op de instemming van de betrokkene achteraf.<sup>238</sup> Dezelfde positieve benadering op het paternalisme vinden we terug bij John Reith. Zo zei de eerste directeur van de BBC reeds in 1924 het volgende hierover: *“Er wordt soms gezegd dat we het publiek geven wat we denken dat het nodig heeft – en niet wat het wil – maar weinigen weten wat ze willen en heel weinigen weten wat ze nodig hebben. In ieder geval, het is beter de smaak van het publiek te overschatten dan te onderschatten.”*<sup>239</sup>

<sup>232</sup> MCKINSEY & CO. *Public Service Broadcasters around the world: Report for the BBC*. London, McKinsey, 1999, p. 35.

<sup>233</sup> ACHILLE (Yves), MIEGE (Bernard). The Limits of the Adaption Strategies of European Public Service Television, in *Media, Culture & Society*, 1994, vol. 16, nr. 1, p. 31-46.

<sup>234</sup> BILTEREYST (Daniel). Public service broadcasting, popular entertainment and the construction of trust, in *European Journal of Cultural Studies*, 2004, vol. 7, nr. 3, p. 346.

<sup>235</sup> DONDEERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDEERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 37.

<sup>236</sup> LOWE (George Ferrell), JAUERT (Per). *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg, Nordicom, 2005, p. 52.

<sup>237</sup> COSTERA MEIJER (Irene). Impact or content? Ratings vs. quality in public broadcasting, in *European Journal of Communication*, 2005, vol. 20, nr. 1, p. 31.

<sup>238</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 269.

<sup>239</sup> DONDEERS (Karen), PAUWELS (Caroline). *Op. Cit.*, 2012., p. 43.

Specifiek op het gebied van kinderprogramma's zegt Barbara Wyckmans, algemeen directrice van het Koninklijk jeugdtheater HetPaleis, in een vergelijkbare quote: *"Ik maak een onderscheid tussen bewonderen en verwonderen. Bij een commerciële zender gaat het om geven wat de kinderen graag zien, terwijl het bij de openbare omroep moet gaan om meewerken aan wat ze graag zullen zien."* Bij de openbare omroep gaat het dus over meer dan over enkel het vervullen van de behoefte van het publiek. Een behoefte vervullen is immers een economische doelstelling terwijl de doelstelling van de openbare omroep eerder ligt bij het creëren van een kwaliteitsvolle publieke sfeer. Het ware culturele en sociale belang van een openbare omroep ligt dus buiten de markt van mediatransacties, een wezenlijk verschil met de commerciële zenders.<sup>240</sup>

Een openbare omroep moet kinderen dus verrassen en ze zo in aanraking laten komen met dingen die ze nooit eerder hebben gezien.<sup>241</sup> Hiervoor is het echter belangrijk om een evenwicht te bewaren tussen het luisteren naar de mening van kinderen en ze laten proeven van datgene waar ze niet noodzakelijk op zitten te wachten. Barbara Wyckmans zegt het volgende over directe inspraak van kinderen: *"Dit is positief, maar hierin schuilt wel het gevaar dat er gemakkelijksheidshalve gekozen wordt voor een 'jij vraagt, wij draaien'-houding en dat de programma's smaakbevestigend worden in plaats van smaakverkennd."*<sup>242</sup> De mening van kinderen moet dus zeker meegenomen worden, maar het is gevaarlijk om zoals Nickelodeon enkel en alleen het standpunt van de kinderen als basis te gebruiken. Het gaat hier dus opnieuw om het spanningsveld tussen het onderscheidend karakter van de openbare omroep en haar binding met het publiek.<sup>243</sup>

**(2)** De tweede manier waarop de openbare omroep zich onderscheidt op het gebied van kinderprogramma's heeft te maken met het universaliteitsprincipe. Zo stelt Zweeds onderzoeker Peter Dahlgren dat ook op het gebied van kinderprogramma's dit principe onvoldoende in acht wordt genomen door de commerciële zenders. Net zoals bij de andere programma's richten ze zich ook hier vooral op die groep kinderen die commercieel interessant zijn en dit in tegenstelling tot de openbare omroep die wel de hele kinderopulatie tracht te bereiken.<sup>244</sup><sup>245</sup> Daarnaast duidt het onderzoek van Blumler en Biltereyst op het verschil dat kinderen bij de

<sup>240</sup> LOWE (George Ferrell), JAUERT (Per). *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg, Nordicom, 2005, p. 52.

<sup>241</sup> COSTERA MEIJER (Irene). Impact or content? Ratings vs. quality in public broadcasting, in *European Journal of Communication*, 2005, vol. 20, nr. 1, p. 31.

<sup>242</sup> MOONS (An), RAATS (Tim). Cultuur en middenveld: de publieke omroep in een democratische samenleving; in DONDEERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 99.

<sup>243</sup> D'ARMA (Alessandro), ENLI (Gunn Sara), STEEMERS (Jeanette). Serving children in Public Service Media, in LOWE (George Ferrell), ed. *The Public in Public Service Media*, Göteborg, Nordicom, 2009, p. 240.

<sup>244</sup> COSTERA MEIJER (Irene). *Op. Cit.*, 2005, p. 31.

<sup>245</sup> BLUMLER (Jay), BILTREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, p. 11.

commerciële zenders aangesproken worden als consumenten, terwijl ze bij de openbare omroep meer als burgers benaderd worden. De bovenstaande analyse van Nickelodeon nuanceerde echter deze stelling en toonde aan dat ook de commerciële zenders inspelen op het toekomstige burgerschap van de kinderen.<sup>246</sup> Vice versa zouden we ook kunnen stellen dat, sinds de meer marktgerichte publieksbenadering van de openbare omroep, laatstgenoemde kinderen ook meer en meer als een consumentenpubliek gaat benaderen.

**(3)** Het derde verschil bevindt zich op het gebied van reclame. Er is veel minder reclame op de openbare omroep dan op een commerciële zender. Hierbij moet wel de kanttekening gemaakt worden dat kinderprogramma's op de openbare omroep ook kunnen aanzetten tot het kopen van merchandising. Denk hierbij maar aan de vele Studio 100 programma's op Ketnet. Het aandeel expliciete reclame tussen kinderprogramma's blijft echter groot op een commerciële zender en bijna onbestaande op de openbare omroep. Een survey van de BBC in 2001 toonde ook aan dat 90% van de respondenten een zender zonder reclame noodzakelijk vindt om kinderen een veilige kijkomgeving te bieden.<sup>247</sup>

**(4)** Ondanks de stijging van geïmporteerde kinderprogramma's op de openbare omroep blijft dit aandeel veel groter op de commerciële kinderzenders.<sup>248</sup> Het vierde punt van verschil gaat dus over de aanwezigheid van cultuurspecifieke content. Commerciële kinderzenders richten zich immers op een veel bredere internationale doelgroep door het veelvuldige gebruik van animatie en gaan daardoor voorbij aan het cultuurspecifieke.<sup>249</sup> De inbedding in de eigen cultuur is voor kinderen nochtans een centraal aspect van hun socialisatie.<sup>250</sup> Het kunnen plaatsen van de eigen cultuur in de wereld is namelijk belangrijk om de diversiteit van culturen beter te leren begrijpen. Aangezien deze socialisatie ook steeds vaker via de media verloopt is het noodzakelijk dat kinderzenders hier voldoende aandacht aan besteden. Dit gebeurt nog steeds meer in kinderprogramma's van de publieke omroep.<sup>251</sup> Laatstgenoemde heeft bovendien ook een wezenlijk voordeel op het gebied van cultuurspecifieke content, omdat ze kan putten uit een rijker aanbod van cultureel archiefmateriaal dan de commerciële zenders.<sup>252</sup>

---

<sup>246</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, p. 31.

<sup>247</sup> STEEMERS (Jeanette). The BBC's Role in the Changing Production Ecology of Preschool Television in Britain, in *Television & New Media*, 2010, vol. 11, nr. 1, p. 41.

<sup>248</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *Op. Cit.*, 1998, p. 32.

<sup>249</sup> IDEM, p. 15.

<sup>250</sup> VANDENBULCK (Hilde). *De bescherming en de promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit door de VRT. Herwerkte tussentijdse evaluatie van de beheersovereenkomst 2007-2011 tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap in aanloop naar de nieuwe beheersovereenkomst*. Brussel, s.e., 2010, zie bijlage: CD-rom, p. 48.

<sup>251</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *Op. Cit.*, 1998, p. 32.

<sup>252</sup> VANDENBULCK (Hilde). 'Can PSB Stake Its Claim in a Media World of Digital Convergence? The Case of the Flemish-Belgian PSB Management Contract Renewal in International Perspective', in *Convergence*, vol. 14, nr. 3, p. 329-343.

(5) Het thema van cultuurspecifieke content wijst ons op een vijfde verschil omtrent het belang van diversiteit. Hierboven zagen we dat hoewel er sinds eind jaren tachtig een enorme toename is geweest in het aantal kinderkanalen, de diversiteit er qua genre (animatie) en qua oorsprong (VS) op achteruit is gegaan en dit zowel op commerciële als op openbare kinderzenders. De idee dat kwantiteit niet bijdraagt tot kwaliteit vinden we ook terug in het 'Fewer, Bigger, Better' beleid van de BBC. In deze beleidsstrategie verbindt de BBC zich er namelijk toe om haar inkomsten te concentreren op minder programma's om zich zo eerder te kunnen richten op kwaliteit.<sup>253</sup> Een evaluatie van BBC Trust in 2009 wees er echter op dat ook op deze manier de diversiteit in het gedrag kan komen. Als de BBC zich concentreert op minder programma's, wordt de kans ook kleiner dat kinderen uit alle bevolkingsgroepen gediend worden. Bovendien heeft deze strategie ook meer herhalingen als gevolg.<sup>254</sup> Het bereiken van een divers aanbod is dus duidelijk geen gemakkelijke evenwichtsoefening. Wel is het duidelijk dat de openbare omroepen hier meer aandacht aan besteden. In tegenstelling tot de commerciële zenders schrijft de openbare omroep het immers expliciet als een missie in om zo divers mogelijk te zijn. In deze missie situeert diversiteit zich op drie verschillende dimensies. Zo is er de diversiteit van functie (niet alleen educatie, maar ook entertainment aanbieden), de diversiteit van content (niet enkel animatie, maar ook andere genres als documentaire en drama voor kinderen brengen) en het bereiken van een divers kinderpúblik (kinderen uit alle bevolkingsgroepen aanspreken).<sup>255</sup>

Jeannette Steemers illustreert met een quote van Michael Carrington, creatief directeur van CBeebies, hoe de BBC in de dagelijkse praktijk met deze diversiteit tracht rekening te houden: *"We look at the schedule. We look at our programming portfolio. We look at the international market. And with all of those elements we start to build up a picture for what may be gaps in our existing schedule."*<sup>256</sup>

## 2.6 Kinderprogramma's op de openbare omroep maken het verschil

Desondanks het feit dat openbare omroepen ook animatieseries importeren en een beroep doen op commerciële productiehuisen, zoals bijvoorbeeld Studio 100, hebben we in dit hoofdstuk trachten aan te tonen dat de kinderprogramma's op de openbare omroep nog steeds een onderscheidend karakter (zouden moeten) vertonen ten opzichte van kinderprogramma's op de commerciële zenders. De bestaansreden en het nut van de financiering van kinderprogramma's op de openbare omroep zijn hiermee dan ook bewezen. Hiermee willen we commerciële

<sup>253</sup> THOMSON (Caroline). *Speech: Public service content – funding and the changing scope of the PSBs*. [Online] [http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/thomson\\_westminster.shtml](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/thomson_westminster.shtml) [11.03.2013]

<sup>254</sup> D'ARMA (Alessandro), ENLI (Gunn Sara), STEEMERS (Jeanette). *Serving children in Public Service Media*, in LOWE (George Ferrell), ed. *The Public in Public Service Media*, Göteborg, Nordicom, 2009, p. 239.

<sup>255</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, p. 15.

<sup>256</sup> STEEMERS (Jeanette). *The BBC's Role in the Changing Production Ecology of Preschool Television in Britain*, in *Television & New Media*, 2010, vol. 11, nr. 1, p. 46.

kinderprogramma's echter niet als slecht afdoen.<sup>257</sup> Hoewel de openbare omroep doorgaans hogere kwaliteitsnormen opgelegd krijgt, zijn er immers uitzonderingen waarbij commerciële kinderprogramma's de publieke omroep op het gebied van kwaliteit overtreffen. Het is echter belangrijk ons af te vragen of de commerciële zenders nog altijd zo hun best zouden doen als er geen openbare omroep is die hun op dit gebied het voorbeeld geeft. Dit belangrijk punt wijst ons op één van de meest subtiele redenen pro kinderprogramma's op de openbare omroep; namelijk het belang van een publieke omroep die de commerciële zenders de weg wijst op het gebied van kwaliteit.<sup>258</sup>

Deze stelling wordt echter gecontesteerd in het werk van Mark Armstrong en Helen Weeds, twee aanhangers van de marktfaalvisie. Zij trachten aan de hand van enkele economische modellen aan te tonen dat kwaliteitsprogramma's op de openbare omroep eerder leiden tot een lagere kwaliteit op de commerciële zenders. Deze private zenders zouden door het verlies van marktaandeel aan de openbare omroep namelijk minder geld ter beschikking hebben om te investeren in kwaliteit.<sup>259</sup> Desondanks deze kritiek, bevestigen andere studies dat de invloed die de openbare omroep als trendsetter op het gebied van innovatie en kwaliteit uitoefent zeker niet onderschat mag worden.<sup>260</sup><sup>261</sup> In Vlaanderen wordt deze standaard gezet door de VRT. De volgende quote van Barbara Wyckmans vormt dan ook een goede overgang naar het volgende hoofdstuk dat zich specifiek richt op de VRT:

*“De VRT is de smaakmaker van een hele generatie kinderen. Dat hebben series als Dag Sinterklaas, Buiten De Zone of Kulderzipken bewezen. De openbare omroep moet kinderen ook in de toekomst blijven prikkelen en uitdagen.”*<sup>262</sup>

---

<sup>257</sup> BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, p. 33.

<sup>258</sup> RABOY (Marc). *Public broadcasting for the 21st century*. Luton, University Press, 1995, p. 12.

<sup>259</sup> ARMSTRONG (Mark), WEEDS (Helen). *Public service broadcasting in the digital world*. London, University College London & University of Essex, 2005, p. 20.

<sup>260</sup> LOWE (George Ferrell), JAUERT (Per). *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg, Nordicom, 2005, p. 41.

<sup>261</sup> UNESCO. *Public Broadcasting: Why? How?* Parijs, Montréal, Unesco, s.d., zie bijlagen: CD-rom.

<sup>262</sup> MOONS (An), RAATS (Tim). *Cultuur en middenveld: de publieke omroep in een democratische samenleving*; in DONDEERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 99.



### HOOFDSTUK 3: WETTELIJK KADER EN EVALUATIE: VRT & CULTUURPARTICIPATIE

Als we de rol van de VRT in het cultuurparticipatiebeleid bij kinderen willen onderzoeken, is het cruciaal om kennis te hebben van wat er wettelijk gezien van de VRT verwacht wordt op dit gebied. Daarom bespreken we in dit hoofdstuk de evolutie van de culturele opdracht van de VRT doorheen de jaren. Een kritische noot hierbij is dat we grotendeels bouwen op overheidsdocumenten en documenten van de VRT. In tegenstelling tot de rest van de literatuurstudie is dit onderdeel dus niet louter gestoeld op wetenschappelijke literatuur. Met het oog op de analyse van *Mijn Kunst is Top* vestigen we voornamelijk de aandacht op cultuur in kinderprogramma's. Vooraleer we hiermee van start gaan schetsen we kort hoe de openbare omroepopdracht in artikel zes van het mediadecreet beschreven staat.

#### 1. Decreet betreffende radio-omroep en televisie

*“Als openbare omroeporganisatie heeft de VRT de opdracht een zo groot mogelijk aantal mediagebruikers te bereiken met een diversiteit aan hoogkwalitatieve programma's die de belangstelling van de mediagebruikers wekken en eraan voldoen. De VRT zorgt voor een kwalitatief hoogstaand aanbod in de sectoren informatie, cultuur, educatie en ontspanning. Prioritair moet de VRT op de kijker en luisteraar gerichte informatie en cultuurprogramma's brengen.”*<sup>263264</sup>

Interessant om te onthouden uit deze openbare omroepopdracht is de klemtoon op het bereiken van een groot aantal mediagebruikers, de hoge kwaliteit van de programma's en het brengen van cultuur als prioriteit.

#### 2. Aanloop naar eerste beheersovereenkomst

In de jaren zestig had de BRT zich ontpopt tot een zender die zich voornamelijk toelagde op de promotie van hoge, nationale cultuur.<sup>265</sup> Programma's over klassieke muziek, theater, ballet, literatuur en folklore namen 10% van de programmatijd in en kwamen veelvuldig aan bod in primetime.<sup>266</sup> De gewone kijker moest namelijk zoveel mogelijk in aanraking komen met de, voor hem nog ongekende, hoge cultuur. Doel was immers het culturele kapitaal van 'gewone' mensen te verhogen. Hierdoor zou de hoge cultuur kunnen worden gedemocratiseerd en zou er een ware Vlaamse cultuurgemeenschap kunnen ontstaan.<sup>267</sup> De overtuiging dat een culturele

<sup>263</sup> BRISON (Fabienne), MAMPAEY (Sandrien). *Wetboek juridische aspecten van de massamedia*. Herentals, Knops Publishing, 2012, p. 312.

<sup>264</sup> VRM. *Decreet betreffende de radio-omroep en televisie van 27 maart 2009*. [Online] [http://www.vlaamseregulatormedia.be/media/19422/mediadecreet\\_27augustus2012.pdf](http://www.vlaamseregulatormedia.be/media/19422/mediadecreet_27augustus2012.pdf) [26.04.2013]

<sup>265</sup> BILTEREYST (Daniel). Kunst-, cultuur- en educatieve programma's: bedreigde categorieën of ultieme legitimatie?, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, p. 256.

<sup>266</sup> IDEM, p. 66.

<sup>267</sup> IBIDEM.

verrijking van de gemeenschap kon leiden tot grotere sociale cohesie was in deze tijd immers nog sterk aanwezig.<sup>268</sup>

Daarnaast konden ook de kinderprogramma's niet ontsnappen aan deze 'opvoedingsbeweging', elk ontspannend programma moest een educatief trekje krijgen. In deze tijd vierde de bezorgdheid over de mogelijke negatieve invloed van televisie op de jeugd alsook de vrees voor Amerikanisering namelijk nog hoogtij.<sup>269</sup> Vanaf 1962 moest de schooltelevisie, die letterlijk van de living een klaslokaal maakte, de Vlaamse kinderen beschermen voor deze verderfelijke invloeden van buitenaf. Toch bleven er nog enkele programma's bespaard van deze educatietrend, zo zorgden fictieseries als *Schipper naast Mathilde* en *Wij, heren van Zichem* voor wat luchtiger vertier. Zij waren dan ook veel populairder dan de educatieve cultuurprogramma's.

Het plezier was echter maar van korte duur, want in de jaren zeventig werd de BRT alsmaar meer een elitaire cultuurproducent. De in andere landen zo populaire soaps werden als te platvloers bestempeld door de programmamakers. Deze laatsten namen ook steeds vaker de eigen peergroep als referentie in plaats van het publiek,<sup>270</sup> met als gevolg dat er nog een engere interpretatie van hoge cultuur gehanteerd werd. De gewone kijker werd dus stiefmoederlijk behandeld ten opzichte van een klein publiek van ingewijden.<sup>271</sup> Symbolisch voor deze periode is het cultuurprogramma *Container*, waarbij kunstcritici en cultuurfilosofen elkaar de loef afstaken met complexe bewoordingen.<sup>272</sup> Als onbegrijpelijk afgedaan voor de modale Vlaming, zorgde *Container*, samen met programma's als *Coda* en *Kunstzaken* ervoor dat de BRT de band met haar publiek verloor. Dit was ook de periode van de zogenaamde sandwichformule, waarbij een cultureel programma tussen twee iets populairdere programma's werd ingevoerd zodat de kijker haast gedwongen werd ernaar te kijken.<sup>273</sup>

Het resultaat van deze situatie was dat veel kijkers hun plezier gingen zoeken in de populaire amusementsprogramma's van de Nederlandse omroepen. De echte doodsteek voor het kijkbereik van de BRT kwam er echter pas in 1989, toen er ook in eigen land een concurrent ontstond, de commerciële televisiezender VTM. Het gevolg hiervan was bijna een halvering van

---

<sup>268</sup> VANDENBUCLK (Hilde). Het beleid van de publieke televisie: van hoogmis van de moderniteit naar postmodern sterk merk?, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, p. 65.

<sup>269</sup> DHOEST (Alexander). Kinder- en jeugdprogramma's, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, p. 313.

<sup>270</sup> DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde). Inleiding, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, p. 22.

<sup>271</sup> IBIDEM.

<sup>272</sup> IBIDEM.

<sup>273</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 377

het marktaandeel van de publieke omroep dat daalde van 58% naar 31,5%.<sup>274</sup> Toen de BRT in 1995, met de komst van Kanaal 2 en VT4, nog eens 6% verloor, greep de overheid in. Onderzoeksbureau McKinsey kreeg de opdracht een analyse te maken van de bureaucratische verlamming waarmee de BRT te kampen had.<sup>275</sup> Dit vernietigende rapport zorgde voor een breuk met de oude beleidsvisie. Voortaan had de openbare omroep geen elitaire opdracht meer, maar een universele opdracht. Zoveel mogelijk kijkers en luisteraars moesten bereikt worden en hoewel informatie, cultuur en kwaliteit prioritair bleven, mocht de publieke omroep eindelijk ook qua inhoud de strijd aangaan met de commerciële omroepen. Om volledig met het verleden te breken was er echter nog nood aan een nieuw reguleringsinstrument dat een meer dynamische, management gedreven aanpak toeliet. Een beheersovereenkomst bleek de ideale oplossing. Dit is een contract tussen de Vlaamse Regering en de VRT dat voorziet in een meerjarenplan waar doelstellingen aan gekoppeld zijn.<sup>276</sup>

### 3. Eerste beheersovereenkomst (1997-2001)

Het is duidelijk dat de VRT met deze eerste beheersovereenkomst reageerde op de klappen die ze sinds eind jaren tachtig kreeg van commercieel concurrent VTM. Om de verloren binding met het publiek weer goed te maken koos de VRT er daarom voor zich resoluut te richten op het bereiken van een zo groot mogelijk aantal Vlamingen. Om te controleren of alle Vlamingen ook effectief bereikt werden, vertaalde de overheid de doelstellingen in performantiemaatstaven. Dit zijn meetbare doelstellingen die de omroep jaarlijks dient te behalen,<sup>277</sup> zoals het halen van bepaalde bereikcijfers.<sup>278</sup> De precieze streefcijfers laten we hier in het midden, maar interessant voor dit werk is dat van de VRT vereist werd om een gevarieerd gamma aan cultuuruitingen te brengen waarmee 15% van de bevolking moest worden bereikt.<sup>279</sup> Daarnaast vermeldde de eerste beheersovereenkomst ook reeds de noodzaak om 70% van de vier-tot twaalfjarigen te bereiken.<sup>280</sup>

#### 3.1 Protocol van Amsterdam (1997)

Op Europees niveau is in 1997 vooral het Protocol van Amsterdam noemenswaardig. In dit document wijkt Europa af van haar doorgaans markgerichte inmenging op het gebied van de openbare omroep. Al sinds de *Televisie Zonder Grenzen richtlijn* vindt de Europese Unie immers dat een door de overheid gefinancierde instelling moeilijk te verzoenen is met de vrije markt.<sup>281</sup>

<sup>274</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 21.

<sup>275</sup> IBIDEM.

<sup>276</sup> IDEM, p. 13.

<sup>277</sup> SAEYS (Frieda), COPPENS (Tomas). Business of corebusiness: de opdracht van de West-Europese publieke omroepen nogmaals ter discussie, in *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 2003, vol. 31, nr. 4, p. 340.

<sup>278</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *Op. Cit.*, 2012, p. 9.

<sup>279</sup> SAEYS (Frieda), COPPENS (Tomas). *Op. Cit.*, 2003, p. 349.

<sup>280</sup> IBIDEM.

<sup>281</sup> STEVENS (David), VANDENBULCK (Hilde). Naar een nieuwe beheersovereenkomst, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 55.

Het Protocol is echter één van de eerste transnationale akkoorden die ook niet-commerciële culturele praktijken erkent en ondersteunt. Hiermee is het tot op de dag van vandaag één van de enige culturele uitzonderingen op de toenemende deregulering in het medialandschap. De sterke internationale nadruk op vrije handel mag volgens dit document immers niet ten koste gaan van het eigen nationale cultuurbeleid. Dit komt tot uiting in de volgende paragraaf:

*“The Community shall contribute to the flowering of the cultures of the Member States, while respecting their national and regional diversity and at the same time bringing the common cultural heritage to the fore.”*<sup>282</sup>

Het protocol bewijst dan ook dat ondanks de groeiende macht van Europa, nationale beleidsmakers, zeker op het gebied van cultuur, nog steeds iets in de pap te brokken hebben. Exemplarisch hiervoor is het feit dat de lidstaten zelf de openbare omroepopdracht mogen bepalen volgens het Protocol.<sup>283</sup> Bovendien benadrukt de European Broadcasting Union (EBU)<sup>284</sup> dat in dit document de rol en het onderscheidende karakter van de openbare omroep voor het eerst expliciet wordt erkend op Europees niveau.<sup>285</sup> Zo wordt er vermeld dat *“the system of public broadcasting in the Member States is directly related to the democratic, social and cultural needs of each society and to the need to preserve media pluralism”*<sup>286</sup>. Hiermee beaamt de EU de traditionele visie op de openbare omroep als de hoeksteen van de democratie.<sup>287</sup><sup>288</sup>

#### **4. Tweede beheersovereenkomst (2002-2006)**

De eerste beheersovereenkomst zorgde voor een heropleving van de openbare omroep, maar dit succes had ook een keerzijde. Alsmar meer rees er kritiek over het feit dat de publieke omroep zich te weinig onderscheidde van de commerciële concurrenten.<sup>289</sup> Om deze kritiek te weerleggen, werden naast bereikcijfers ook waarderingcijfers opgenomen die de tevredenheid over de kwaliteit van de openbare omroep moesten meten. Zoals we reeds zagen moet de openbare omroep zich immers onderscheiden door in alles wat ze brengt een hoge mate van kwaliteit te handhaven. Deze grotere nadruk op kwaliteit werd vanaf nu geoperationaliseerd in vijf kwaliteitsnormen: publieke kwaliteit (het in acht nemen van de overheidsopdracht om een zo groot mogelijk publiek te bereiken), functionele kwaliteit (de mate waarin beantwoord wordt aan de functies die het publiek verwacht), operationele kwaliteit (de efficiëntie van wat de

<sup>282</sup> EU. *Treaty of Amsterdam amending the treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and related acts*. [Online] <http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-en.pdf> [18.03.2013]

<sup>283</sup> LOWE (George Ferrell), HUIJANEN (Taisto). *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg, Nordicom, 2003, p. 46-47.

<sup>284</sup> The 'European Broadcasting Union' is een samenwerkingsverband tussen de nationale (al dan niet openbare) omroepen van meer dan vijftig landen (waarvan de meeste gesitueerd zijn in Europa).

<sup>285</sup> LOWE (George Ferrell), HUIJANEN (Taisto). *Op. Cit.* 2003, p. 46-47

<sup>286</sup> IBIDEM.

<sup>287</sup> JAKUBOWICZ (Karol) *Public Service Broadcasting in the Information Society*. [Online] <http://tinyurl.com/bpr3qpe> [26.12.2012]

<sup>288</sup> LOWE (George Ferrell), JAUERT (Per). *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg, Nordicom, 2005, p. 60-61.

<sup>289</sup> IBIDEM.

organisatie voortbrengt), professionele kwaliteit (over de concrete inhoud en vorm) en ethische kwaliteit. Samen met het sleutelwoord ‘bereik’ uit de vorige beheersovereenkomst creëerde de VRT zo de leuze: *“Geen kwaliteit zonder bereik, geen bereik zonder kwaliteit”*<sup>290</sup>.

De tweede pijler van deze beheersovereenkomst was diversiteit, een waaier van verschillende genres van programma’s en types van content moeten aan bod komen op de publieke omroep. Het Escort-systeem van de EBU werd hiervoor als basis gebruikt. Dit internationaal classificatiesysteem is multidimensioneel, wat wil zeggen dat er meer dan één classificatiecode per programma kan worden toegekend. Op die manier kan het programma evenveel gecodeerd worden dan als er dimensies zijn en dit in tegenstelling tot een polydimensioneel systeem waarbij elk programma slechts één classificatiecode krijgt toegekend.<sup>291</sup> Deze denkwijze van verschillende dimensies (cultuur, informatie, ontspanning, enz.) in één programma zal één van de inspiratiebronnen vormen voor het driesporenbeleid in de derde beheersovereenkomst. Het Escort-systeem zorgt er namelijk voor dat er ook rekening kan worden gehouden met een cultureel item in een meer algemeen televisieprogramma bij de beoordeling van de culturele publieke omroepopdracht.<sup>292</sup>

## 5. Derde beheersovereenkomst (2007-2011)

Ten tijde van deze derde beheersovereenkomst was de grootste kopzorg van de VRT de klacht die de commerciële concurrenten bij de Europese Commissie hadden neergelegd. De private spelers vonden dat de overheidsfinanciering van de VRT oneerlijke concurrentie creëerde. Om deze klacht te weerleggen was de VRT genoodzaakt haar bedrijfslogica af te zwakken alsook haar culturele en democratische meerwaarde nog sterker in de verf te zetten. Daarom werd in maart 2007 een addendum toegevoegd aan de beheersovereenkomst die uitdrukkelijk verwees naar het aanvullend engagement op het vlak van culturele programma’s dat de VRT beloofde aan te gaan.<sup>293</sup> Het addendum beschreef de culturele opdracht van de VRT als volgt:

*“De VRT besteedt in zijn openbaar aanbod via de diverse media Radio, Televisie, Internet en Mobiel en de diverse net-merken aandacht aan cultuur. Daarbij blijft het de prioriteit van de VRT om de cultuurparticipatie en de cultuurbeleving van de Vlaming in de breedte en in de diepte te stimuleren.”*<sup>294</sup>

<sup>290</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur. Evaluatie*. Brussel, VRT, 2008 zie bijlagen: CD-rom.

<sup>291</sup> IBIDEM.

<sup>292</sup> BAKKE (Marit). Arts television: questions of culture, in WIETEN (Jan), MURDOCK (Graham) & DAHLGREN (Peter), eds. *Television across Europe: A comparative introduction*. Londen, Sage, 2000, p. 171.

<sup>293</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 28.

<sup>294</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Op. Cit.*, 2008, zie bijlagen: CD-rom.

Hierbij is het uiteraard belangrijk om te weten hoe VRT het uiteenlopende begrip "cultuur" invult. Volgende opsomming wijst erop dat de VRT een brede invulling van cultuur hanteert:

*"VRT vult "cultuur" als volgt in: Audio - of audiovisuele programma's, producten, diensten en bijdragen over podiumkunsten (waaronder opera, ballet, concerten van klassieke en moderne muziek, folk, kleinkunst, theater, circus, cabaret enzovoort), volkscultuur (materieel en immaterieel erfgoed), amateurkunsten, kunstuitingen uit het socioculturele veld, beeldende kunsten, humane wetenschappen (literatuur, taal, geschiedenis), mode en design, architectuur en urbanisme, cultureel en culinair toerisme, en over culturen en cultuuruitingen van andere volkeren en/of gemeenschappen; Film (cinefiele film, de kortfilm, waarheidsgetrouwe verfilmingen of tv-registraties van werken uit de Vlaamse, Nederlandse of de wereldliteratuur en filmklassiekers) en tot slot kwalitatief hoogstaande Vlaamse fictie"*<sup>295</sup>

De VRT definieert het begrip van cultuur zo breed mogelijk om het zichzelf gemakkelijk te maken. Bij evaluaties kan de VRT op die manier meer programma's onder cultuur rekenen en zo gunstigere resultaten bekomen. Door programma's als *Vlaanderen Vakantieland* onder de noemer cultuur te plaatsen haalt de VRT bijvoorbeeld moeiteloos haar culturele doelstellingen.<sup>296</sup> In deel 5.2 zullen we zien dat culturele spelers deze denkwijze bekritisieren, omdat ze ten koste gaat van de verdieping.

Eén van de belangrijkste pijlers van het vernieuwde cultuurbeleid in het midden van de jaren 2000 is het driesporenbeleid, of de zogenaamde cultuurdelta.<sup>297</sup> Dit concept is mede geïnspireerd op het feit dat één programma verschillende dimensies kan bevatten, zoals entertainment, cultuur en sport (cf. supra 4). Het zijn precies deze toegankelijke programma's die een mix van genres bevatten die het meest relevant zijn voor het eerste spoor.<sup>298</sup> Door in algemene nieuws- en duidingsprogramma's ook aandacht te besteden aan de culturele actualiteit, kan de VRT immers mensen op grote schaal enthousiast maken voor cultuur. Dit eerste spoor is dan ook het meest cruciale aangezien de VRT via dit spoor ook de niet-cultuurliefhebber kan bereiken.<sup>299</sup> Een voorbeeld van het eerste spoor is het brengen van een dagelijks cultuuritem in het zevenuur-journaal op Eén.<sup>300</sup>

Bij het tweede spoor is er geen sprake meer van verschillende dimensies in één programma, hier gaat het werkelijk om specifieke cultuurprogramma's. Deze kunnen zowel gebracht worden op

<sup>295</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur. Evaluatie*. Brussel, VRT, 2008, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>296</sup> LOWE (George Ferrell), JAUERT (Per). *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg, Nordicom, 2005, p. 96.

<sup>297</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Op. Cit.*, 2008, zie bijlagen: CD-rom

<sup>298</sup> IBIDEM.

<sup>299</sup> IDEM, p. 20.

<sup>300</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 29.

het generalistische kanaal Eén als op het verdiepende net Canvas.<sup>301</sup> Hierbij is het vooral de bedoeling “om het publiek cultuur te laten beleven via het medium zelf<sup>302</sup>”. Hier gaat het dus verder dan mensen enkel in aanraking te laten komen met cultuur, want ditmaal kunnen ze er ook werkelijk van proeven. Een uitzending van de Koningin Elisabeth wedstrijd, alsook het Canvasprogramma *Hoera cultuur!* zijn hier treffende voorbeelden van.

Om de door de cultuuroopdracht vereiste cultuurparticipatie te verhogen is het echter ook noodzakelijk de actieve participatie aan cultuur te stimuleren.<sup>303</sup> De taak van spoor drie is dan ook om degenen die reeds geprikkeld zijn door de eerste twee sporen, door te leiden naar een thematisch culturaanbod. Zo moet de cultuuragenda op de website van Cobra.be het publiek aanzetten om actief aan cultuur deel te nemen en dit ook buiten het medium om.<sup>304</sup> Vroeger bestond er ook een speciale sectie Cobra Ket voor de jongere cultuurliefhebbers, maar ondertussen is die niet meer terug te vinden op de Cobra site.<sup>305</sup>

Essentieel in deze cultuurdelta is de kruisbestuiving tussen de diverse sporen, waarbij ook drie verschillende stromen van content gebruikt worden, namelijk de content van de VRT, de content van de culturele sector en de content van de gebruiker.<sup>306</sup> Eenmaal de mediagebruiker geïnteresseerd raakt in de aangeboden cultuur kan hij of zij voor verdere verdieping vanuit het ene merk naar het andere verwezen worden. Dit kan binnen hetzelfde medium (radio, tv), maar zoals we met Cobra.be zagen kan dit voor het thematisch aanbod ook cross-mediaal. De aansturing, coördinatie en kwaliteitscontrole van dit driesporenbeleid gebeurt binnen de redactionele coördinatiecel cultuur en het cultuurcollege, een strategisch adviesplatform.<sup>307</sup>

### **5.1 Evaluatie en toepassing driesporenbeleid op kinderprogramma's (2008)**

De VRT verbond er zich toe het addendum te evalueren in november 2008. Naast een zelfevaluatie, maakte ook het departement Cultuur Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse regering een analyse over de werking van het nieuwe cultuurbeleid.<sup>308</sup> Een punt dat volgens beide partijen vatbaar was voor verbetering was de definiëring van het begrip cultuur in de beheersovereenkomsten. Een stelling als “gemiddeld 15% van de bevolking moet met een gevarieerd gamma cultuuruitingen bereikt worden<sup>309</sup>” lijkt omwille van het precieze cijfer

<sup>301</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur. Evaluatie*. Brussel, VRT, 2008, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>302</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 29.

<sup>303</sup> IDEM, p. 28.

<sup>304</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Op. Cit.*, 2008, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>305</sup> PAUWELS (Caroline), RAATS (Tim). *'The Cultural Remit Renaissance?' Conceptualizing and assessing Public Service Broadcasting as a hub in a networked media ecology*. London, RIPE @ 2010 Conference 'Public Media After The Recession', 2010, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>306</sup> IBIDEM.

<sup>307</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Op. Cit.*, 2008, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>308</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *Op. Cit.*, 2012, p. 4.

<sup>309</sup> SAEYS (Frieda), COPPENS (Tomas). Business of corebusiness: de opdracht van de West-Europese publieke omroepen nogmaals ter discussie, in *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 2003, vol. 31, nr. 4, p. 349.

misschien wel heel toetsbaar, maar is het niet. Ondanks het feit dat de VRT in het addendum een definitie van cultuur geeft (cf. supra), is het immers niet altijd duidelijk wat wel en niet onder een cultuuruiting gerekend wordt. Dit komt omdat er geen operationele definitie voorhanden is van 'culturele programma's'.

In de praktijk komt het er daarom vaak op neer dat de VRT zelf bepaalt welke programma's zij al dan niet als 'cultureel' bestempelt. Bijgevolg lijkt de lijst van de VRT van culturele programma's heel lang, maar is ze eigenlijk gebaseerd op subjectieve keuzes van de VRT zelf. Zo bewijst het voorbeeld van *Vlaanderen Vakantieland* (cf. supra 5) dat naast de klassieke cultuurprogramma's, zoals de registratie van culturele evenementen of culturele praatprogramma's, ook toeristische programma's en quizprogramma's door de VRT onder cultuurprogramma's worden gerekend.<sup>310</sup> Dit zorgt ervoor dat de culturele opdracht als minder serieus wordt ervaren, waardoor oppositiepartijen in het parlement de geloofwaardigheid van de VRT wel eens op de korrel durven nemen (cf. infra).

Het tweede deel van de evaluatie bevat meer specifieke resultaten over het driesporenbeleid, waarbij wij ons vooral focussen op hoe dit kan worden toegepast in kinderprogramma's. Hierbij komen we tot de vaststelling dat eveneens op Ketnet met de twee eerste sporen rekening wordt gehouden. Zo valt het jeugdjournaal *Karrewiet* onder het eerste spoor, omdat het kinderen informeert over culturele gebeurtenissen. Meer specifieke cultuurprogramma's die spoor twee vormgeven zijn ook terug te vinden op Ketnet. Programma's als *Sprookjes*, *De Sprookjesboom* en ook onze case studie *Mijn Kunst is Top* vallen hieronder. Het feit dat de VRT twee sprookjesprogramma's als cultuurprogramma's definieert, duidt nogmaals op de brede definitie van cultuur die de VRT voor zichzelf hanteert.

Voor het derde spoor is er echter geen waardig alternatief voor kinderen. Een website met een thematisch culturaanbod die kinderen doorvoert naar culturele evenementen buiten het medium om ontbreekt. We kunnen ons echter afvragen in hoeverre zo'n aparte site voor cultuurparticipatie bij kinderen nodig is? Biedt Ketnet.be of Cobra.be geen waardig alternatief? Na het bekijken van deze websites merken we op dat geen van beide specifieke aandacht besteedt aan cultuurevenementen voor kinderen. Wel vinden we sporen terug van Cobra Ket, een onderdeel van de Cobrasite dat sinds kort is opgedoekt. Cobra Ket was echter vooral gericht op volwassenen die op de Cobrasite informatie zochten voor hun kinderen en niet op de kinderen zelf. We pleiten er dus niet voor om Cobra Ket terug te lanceren, want het zou nog interessanter zijn om op de Ketnetsite zelf een cultuuragenda voor kinderen te plaatsen. Op die

---

<sup>310</sup> SAEYS (Frieda), COPPENS (Tomas). Business of corebusiness: de opdracht van de West-Europese publieke omroepen nogmaals ter discussie, in *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 2003, vol. 31, nr. 4, p. 352.



manier kunnen de kinderen rechtstreeks met culturele evenementen in contact komen en niet enkel via hun ouders. In het verleden was er reeds zo'n cultuuragenda op Ketnet in samenwerking met Cultuurnet, maar omdat die vooral het taalgebruik van volwassenen hanteerde, miste ze haar doelgroep en werd ze afgevoerd.<sup>311</sup> In het specifieke deel over *Mijn Kunst is Top* zien we ook hoe de samenwerking tussen Ketnet en Cultuurnet uitmondde in de *UitMetDeVlieg*-website, een site die specifiek doorverwijst naar kunstscholen in de buurt van websitebezoekers.

## 5.2 Visie van de culturele spelers op het driesporenbeleid (2010)

De VRT is een belangrijke partner van de culturele sector. Via de zenders en websites van de openbare omroep kunnen de culturele spelers hun cultureel aanbod immers tot bij het grote publiek brengen. Daarnaast legitimeert deze uitwisseling van kennis met de culturele sector ook het vermogen van de VRT om culturele keuzes voor haar publiek te maken (zie hoofdstuk 2, 1.2). Het is dus zeker interessant om de visie van de culturele spelers mee te nemen in de evaluatie van het driesporenbeleid. Hiervoor doen we een beroep op het VUB-onderzoek dat in 2010 peilde naar de visie van vertegenwoordigers van de culturele sector op de rol van de VRT in het cultuurbeleid.<sup>312</sup> Uit de bevindingen van dit onderzoek blijkt dat het driesporenbeleid door de culturele spelers over het algemeen positief wordt onthaald. Vooral de inspanningen die de VRT doet om de banden met de culturele sector te verbeteren, worden toegejuicht. Zo zorgde de 'Centrale Cultuurcel<sup>313</sup>' van de VRT voor een opmerkelijke verbetering van de communicatie, door culturele spelers een platform aan te bieden waar ze hun evenementen en cultuurseizoenen konden komen toelichten. Daarnaast prijzen enkele vertegenwoordigers ook de vruchtbare samenwerking tussen Cultuurnet en Cobra.be rond de culturele kalender. Desondanks haalt de culturele sector ook enkele punten voor verbetering aan.<sup>314</sup>

Waar de verbreding van cultuur, door het invoegen van cultuuritems in toegankelijke programma's, wordt toegejuicht, baart de diepgang van diezelfde aangeboden cultuur vele spelers zorgen. Verbreding mag volgens hen in geen geval ten koste gaan van diepgaande en inhoudelijk scherpe cultuur.<sup>315</sup> Hiervoor is het noodzakelijk een balans te vinden tussen moeilijke en voor het publiek toegankelijke cultuur. Zoals we uit de theorie van Hans Blokland concludeerden, moet hiervoor het evenwicht tussen populisme en elitisme gevonden worden en

<sup>311</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur. Evaluatie*. Brussel, VRT, 2008, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>312</sup> MOONS (An), RAATS (Tim). *Cultuur en middenveld: de publieke omroep in een democratische samenleving; in DONDEERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 101.

<sup>313</sup> Dit wekelijkse overlegplatform bestaat uit vertegenwoordigers uit alle productiegeledingen. Het functioneert als aanspreekpunt voor culturele actoren die hun specifieke projecten op een groter platform willen aanbieden en toelichten. Het overleg wordt geleid door het productiehuis Cultuur en coördineert de aandacht voor culturele actualiteit met als opzet enerzijds een coördinerend maar ook een versterkende werking. De agenda op dat overleg wordt gevoed door feeds van bestaande cultuurdatabanken, waarvan Cultuurweb van Cultuurnet Vlaanderen de belangrijkste is.

<sup>314</sup> MOONS (An), RAATS (Tim). *Op. Cit.*, 2012, p. 101.

<sup>315</sup> IDEM, p. 104.

daartoe is vooral de noodzakelijke expertise vereist. Zowel inhoudelijke kennis over cultuur als de bereidheid rekening te houden met het publiek zijn hiervoor immers noodzakelijk.

Daarnaast is het zeker niet overbodig om de brede invulling die de VRT geeft aan het begrip cultuur eens kritisch onder de loep te nemen. Zo zou het ook interessant zijn om maatstaven per soort cultuur op te leggen, zodat toerisme en het culinaire nog steeds onder deze noemer kunnen vallen, maar er dan wel minstens evenveel aandacht wordt besteed aan meer specifieke cultuurinvullingen, zoals theater en concerten. Volgens de culturele sector is het met andere woorden belangrijk dat de publieke omroep een promotiekanaal is voor cultuur, maar moet ze wel nog verder gaan door ook zichzelf op te werpen als een echte culturele speler.<sup>316</sup>

De tweede kritische reflectie van de culturele actoren betreft de verschuiving van omroepactiviteiten naar het internet. Met deze kritiek doelen ze op het feit dat Cobra.be als derde spoor wordt gebruikt om het nichepubliek te bedienen. De culturele actoren vinden het fout dat dergelijke nicheprogramma's volledig naar het internet verschuiven. Het gevaar van deze verschuiving is immers dat de mensen die enkel een televisie hebben, niet bereikt worden. Onder de oudere bevolking bezitten namelijk nog steeds meer mensen een televisie dan een computer.<sup>317</sup> Het derde spoor moet dus ook zijn ingang vinden op televisie, zodat ook degenen zonder internet, veeleer de ouderen die een lage cultuurparticipatie hebben (zie hoofdstuk twee), aangespoord worden om actief aan cultuur te doen.

Daarnaast mag het ook niet als vanzelfsprekend worden beschouwd dat degenen die wel een computer hebben ook automatisch hun weg vinden naar Cobra.be. De bezoekcijfers van deze site zijn immers in geen geval te vergelijken met de kijkcijfers van Eén of zelfs Canvas.<sup>318</sup> Desalniettemin vindt de culturele sector het wel belangrijk dat de VRT aanwezig is op het internet. Te midden van een online overaanbod moet de VRT zich immers kunnen opwerpen als smaakmaker.<sup>319</sup> Uit stellingen als deze kunnen we de sterke sociale verantwoordelijkheidsvisie van de culturele spelers op de openbare omroep afleiden.

### **5.3 Publiekevaluatie cultuurbeleid VRT**

Hierboven zagen we reeds dat de bereidheid rekening te houden met het publiek een belangrijke voorwaarde is opdat verbreding en verdieping hand in hand zouden kunnen gaan. Mede daarvoor werd in de aanloop naar de vierde beheersovereenkomst een uitgebreide publieksbevraging georganiseerd op basis van een toevalsteekproef van ongeveer 1500

<sup>316</sup> MOONS (An), RAATS (Tim). Cultuur en middenveld: de publieke omroep in een democratische samenleving; in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 104.

<sup>317</sup> IDEM, p. 109.

<sup>318</sup> VRT. *Internetcijfers*. [Online] <http://www.vrt.be/nieuws-over-vrt/kijk-en-luistercijfers> [18.03.2013]

<sup>319</sup> MOONS (An), RAATS (Tim). *Op. Cit.*, 2012, p. 104.

Vlamingen.<sup>320</sup> De sectorraad media hield rekening met deze bevindingen tijdens het adviseren aan minister van Media Ingrid Lieten, zonder zich hierbij echter zomaar blindelings op de stem van de meerderheid te richten.<sup>321</sup> Het is immers belangrijk de stem van de belastingbetaler in acht te nemen in het beleid, maar hierbij mag de slinger niet doorslaan in een onkritisch populisme.<sup>322</sup>

Eén van de hoofdvragen ging over de grote publieke omroeptaken informatie, educatie, cultuur en ontspanning. De Vlamingen moesten een score toekennen van één tot tien aan elke basisopdracht om aan te geven hoe belangrijk ze die vonden. Informatie kreeg de hoogste score (9,5), gevolgd door ontspanning (8,7), educatie (8,2) en cultuur (7,9).<sup>323</sup> Hierbij valt meteen op dat alle taken een hoge tot zeer hoge score kregen, wat betekent dat de Vlaming ze alle vier erkent als belangrijke omroeptaken. Zelfs de laagste score, cultuur, heeft nog steeds een erg hoog gemiddelde van 7,9. Dat de Vlaming cultuur gemiddeld iets lagere punten geeft, duidt op het belang dat de Vlaming hecht aan een universele 'brede' omroep. Dit strookt duidelijk met de sociale verantwoordelijkheidsvisie die benadrukt dat ook entertainment vereist is op een openbare omroep. Dit werd nog eens onderstreept door de resultaten van de vraag waarbij de Vlaming expliciet kon kiezen tussen een breed programma-aanbod of programma's die niet in andere media aan bod komen. Hier kozen namelijk bijna zeven op de tien Vlamingen voor de eerste optie (68,8%).<sup>324</sup>

Tegelijkertijd ziet de Vlaming ook het belang van de culturele opdracht in, zo is ongeveer de helft van de Vlamingen het ermee eens dat de VRT de culturele sector moet ondersteunen door aandacht aan cultuur te besteden in algemene programma's. Een derde, een iets kleinere groep, vindt dat de VRT de Vlaming moet stimuleren om deel te nemen aan culturele activiteiten en ook gespecialiseerde cultuurprogramma's moet uitzenden. Hieruit volgt dat de gemiddelde Vlaming de algemene culturele taak duidelijk sterker steunt dan de gespecialiseerde cultuurinhoud.<sup>325</sup> Toch krijgen ook deze gespecialiseerde cultuurprogramma's een gemiddelde waardering van 77%.<sup>326</sup> Deze programma's uit het tweede spoor hadden samen een weekbereik van 28,8% in 2007, en haalden dus ruimschoots de norm van 20% (beheersovereenkomst 1997-2007)<sup>327</sup>

---

<sup>320</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 29.

<sup>321</sup> IBIDEM.

<sup>322</sup> DHOEST (Alexander). De Vlaming: een hevige en trouwe supporter van de publieke omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 84.

<sup>323</sup> IDEM, p. 66.

<sup>324</sup> IBIDEM.

<sup>325</sup> IDEM, p. 69.

<sup>326</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur. Evaluatie.* Brussel, VRT, 2008, zie bijlagen: CD-rom

<sup>327</sup> IBIDEM.



Cumulatief weekbereik van de VRT-cultuurprogramma's in % (1997-2007)<sup>328</sup>

Over de vragen die niet specifiek ingaan op de culturele opdracht kunnen we zeggen dat de Vlamingen telkens tevreden blijken te zijn over de werking van haar openbare omroep. Daarbij vinden ze het belangrijk dat de publieke omroep zich blijft onderscheiden van de commerciële zenders door bijvoorbeeld geen televisiereclame aan te bieden en een grotere nadruk te leggen op kwaliteit en cultuur.<sup>329</sup> Volgens een meerderheid van de Vlamingen (72,1%) blijft de hoofdprioriteit voor de toekomst echter het brengen van kwaliteitsvolle kinderprogramma's.<sup>330</sup> Hierbij werd niet gepeild naar de vraag in hoeverre deze kinderprogramma's aandacht moeten schenken aan cultuur.

## 6. Vierde beheersovereenkomst (2012-2016)

Op 1 januari 2012 ging de nieuwe beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse overheid van start. Deze is er echter niet zonder slag of stoot gekomen. “VRT naar doemscenario”<sup>331</sup>, “Derde VRT-kanaal wordt twistappel”<sup>332</sup>, “Minister Lieten haalt de buit binnen”<sup>333</sup>; zijn maar enkele krantenkoppen die in dit oogpunt boekdelen spreken. Nadat er op 15 juli dan toch een akkoord werd bereikt, ondertekenden Sandra De Preter, gedelegeerd bestuurder van de VRT, en de minister van Media Ingrid Lieten het contract op 22 juli 2011.<sup>334</sup> De uitkomst was dubbel, langs de ene kant werd er een grondige besparing doorgevoerd van 70 miljoen euro<sup>335</sup>, maar langs de andere kant kreeg de VRT, mede door de steun van Ingrid Lieten, toestemming om een

<sup>328</sup> VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein cultuur. Evaluatie*. Brussel, VRT, 2008, zie bijlagen: CD-rom

<sup>329</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 9.

<sup>330</sup> DHOEST (Alexander). De Vlaming: een hevige en trouwe supporter van de publieke omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 74.

<sup>331</sup> N.N. VRT naar doemscenario, in *De Standaard*, 24 november 2010.

<sup>332</sup> N.N. Derde VRT-kanaal wordt twistappel, in *De Standaard*, 2 december 2010.

<sup>333</sup> DECKMYN (Dominique), DROEVEN (Valerie). Minister Lieten haalt buit binnen, in *De Standaard*, 16 juli 2011.

<sup>334</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). De beheersovereenkomst 2012-2016: Niemand tevreden, niemand ongelukkig?, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 117.

<sup>335</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *Op. Cit.*, 2012, p. 9.

derde kanaal op te starten. Dit leidde ertoe dat de VRT vanaf nu drie televisie-, vijf radiokanalen en drie thematische websites tot haar beschikking heeft.<sup>336</sup>

Aan de ‘ontkoppeling’ van Canvas en Ketnet zijn enkele voorwaarden verbonden. Zo mag Ketnet in geen geval de kinderprogrammatie onderbreken voor sport of andere evenementen en moet ze haar aanbod voor kinderen nog verder ontwikkelen.<sup>337</sup> Daarnaast moeten, na jarenlange negatie, ook de jongeren opnieuw aangesproken worden door de openbare omroep. Het is immers van programma’s als *Buiten de Zone* en *W817* geleden dat Ketnet het publiek van 13-plussers nog eens wist aan te spreken. Na 20.00 uur moet er in de toekomst dus op Ketnet (dat na 20.00 uur ‘OP12’ wordt genoemd) een specifiek aanbod komen voor jongeren.<sup>338</sup> Dit was vooral het idee van minister Lieten. Critici en ook de VRT zelf waren niet zeker of dit jongerenproject veel kans had op slagen. Het jongerenprogramma *Magazinski* dat op 17 september van start ging OP12 bewijst echter dat deze angst niet helemaal gegrond is. Vanaf het begin lijkt dit jongerenmagazine van productiehuis Alaska TV immers veelbelovend en wordt het in recensies van *De Standaard*<sup>339</sup> en *Humo*<sup>340</sup> geprezen als fris en origineel. De combinatie van gevestigde waarde Hugo Mathyssen, *Zonde van de Zendtijd*-talent Henk Ryckaert en een hoop jonge programmamakers ligt wellicht aan de basis van dit succes. Het format van *Magazinski* is dan weer duidelijk afgekeken van grote broer *Iedereen beroemd* of grote (stief)broer *Man Bijt Hond*.<sup>341</sup> Qua kijkcijfers heeft het programma wel nog wat werk, voorlopig valt het uit de lijst van de top 10 kijkcijferprogramma’s OP12.<sup>342</sup>

Een ander hot VRT topic in de media is het nieuwe cultuurprogramma *Hoera cultuur!* op Canvas. De zender brengt in het voorjaar 2013 zeven nieuwe programma’s uit en *Hoera cultuur!* mag als eerste het vuurpeloton ingaan. Een cultuuragenda in primetime brengen is geen gemakkelijke opdracht voor de VRT aangezien er nooit een perfect evenwicht tussen populair en highbrow gevonden wordt waar iedereen tevreden mee is. Omdat de VRT vooral niet in de val uit het verleden wil trappen (zie hierboven met *Container*), mikt het met *Hoera Cultuur!* resoluut op een breed publiek. “*Het moet een soort van gps voor cultuur worden die de kijker vertelt welke film of welk theaterstuk ze dat weekend zeker moeten zien*”<sup>343</sup>, zegt Mark Coenen, netmanager van Canvas. Het programma bevat toegankelijke reportages van Nick Cave tot Hitchcock die gemaakt

<sup>336</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 11.

<sup>337</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). De beheersovereenkomst 2012-2016: Niemand tevreden, niemand ongelukkig?, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 119.

<sup>338</sup> IBIDEM.

<sup>339</sup> N.N. Met ‘Magazinski’ heeft de VRT meteen prijs, in *De Standaard*, 17 september 2012.

<sup>340</sup> N.N. TV-review: ‘Magazinski’ op OP12. [Online] <http://www.humo.be/tv-reviews/152910/tv-review-magazinski-op-op12> [20.01.2013]

<sup>341</sup> N.N. Met ‘Magazinski’ heeft de VRT meteen prijs, in *De Standaard*, 17 september 2012.

<sup>342</sup> VRT. *Kijk- en luistercijfers*. [Online] <http://www.vrt.be/nieuws-over-vrt/kijk-en-luistercijfers> [26.04.2013]

<sup>343</sup> DEKOCK (Catherine). Canvas versterkt cultuuraanbod, in *De Standaard*, 20 december 2012, p. D5.

worden door de redactie van Cobra.be, met de bedoeling meer bezoekers naar deze cultuursite te lokken. “*Het wordt dus geen programma waar het harde cultuurdebat zal worden gevoerd,*” verzekert Coenen.<sup>344</sup><sup>345</sup> Helaas blijft het programma volgens critici een programmaboekje voor cultuur door liefhebbers, voor liefhebbers.<sup>346</sup> Hierbij zijn er onvoldoende ‘uit de band springende ideetjes’<sup>347</sup> aanwezig om de kijkers werkelijk naar cultuur te lokken.<sup>348</sup>

Uit liberale hoek alsook van de commerciële concurrentie is de kritiek dat de VRT haar kernopdrachten als cultuur te veel uit het oog verliest nog steeds voelbaar. De toenemende aanwezigheid van de VRT op het internet, en de ergernis die kranten als *De Standaard* over *derelectie.be* uiten, ligt wellicht mee aan de basis van deze discussie. Het aloude debat tussen de sociale verantwoordelijkheidsvisie en de marktfaalvisie op de openbare omroep schemert hierdoor. De evolutie naar public service media wordt ondertussen echter, zoals boven reeds geargumenteed, aangenomen als onoverkomelijk in het digitale tijdperk. Daarnaast zagen we bij de publieksevaluatie dat ook de belastingbetaler een brede, toegankelijke publieke omroep verkiest, boven een *light*versie die enkel toegespitst is op cultuur. Desondanks moet het onderscheidende karakter en de aandacht voor cultuur een belangrijk werkpunt blijven voor de VRT. Mede hiervoor vormt cultuur in de huidige beheersovereenkomst het tweede speciale aandachtspunt.

Nieuw ten op zich te van de vorige beheersovereenkomst is dat nu de nadruk vooral valt te liggen op de samenwerking met de culturele sector en dit zowel op het vlak van inhoud en productie als op het vlak van communicatie.<sup>349</sup> Op het gebied van inhoud en productie dient de VRT kunst- en cultuurevenementen te registreren alsook te voorzien in eigen cultuurproducties, idealiter in samenwerking met de sector.<sup>350</sup> Als stimulator van cultuurparticipatie werkt de VRT samen met het Uitnetwerk van de Vlaamse overheid (zie infra *UitMetVlieg*) om zo het publiek te leiden naar de culturele evenementen zelf. Opmerkelijk in de paragraaf rond cultuurparticipatie is de nadruk op het belang van een cultuuraanbod op Ketnet. Een verwijzing naar het driesporenbeleid is echter niet terug te vinden in de nieuwe beheersovereenkomst.

---

<sup>344</sup> DEKOCK (Catherine). Canvas versterkt cultuuraanbod, in *De Standaard*, 20 december 2012, p. D5.

<sup>345</sup> VANDERSPEETEN (Geert). ‘De messen lijken al geslepen’. Negatieve sfeer over Canvas-cultuurprogramma verbaast presentatrice Lien Van De Kelder, in *De Standaard*, 11 januari 2013, p. D4.

<sup>346</sup> DROEVEN (Valerie). Hoera Cultuur! Screentest, in *De Standaard*, 12-13 januari 2013, p. D5.

<sup>347</sup> IBIDEM.

<sup>348</sup> IBIDEM.

<sup>349</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). De beheersovereenkomst 2012-2016: Niemand tevreden, niemand ongelukkig?, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 122.

<sup>350</sup> IBIDEM.

Op het vlak van communicatie moet de VRT de Vlaming informeren over de culturele actualiteit en agenda.<sup>351</sup> Hierboven zagen we dat dergelijke culturele agenda voor kinderen nog ontbreekt op de VRT. Belangrijk voor een optimale communicatie en vindbaarheid van het cultuuraanbod is een goede crosspromotie tussen de VRT-netten en –merken onderling, alsook het verwijzen naar de communicatiekanalen van de culturele partners zelf. Ten tweede mag het belang van cultuurambassadeurs niet onderschat worden. De VRT investeert immers in cultuurambassadeurs of curatoren die door hun kennis en smaak in staat zijn de Vlaamse mediagebruikers te gidsen door het nationale en internationale culturele aanbod<sup>352</sup>. De beheersovereenkomst heeft het echter niet over specifieke cultuurambassadeurs voor kinderen. Als we in dit geval de functie van cultuurambassadeur door een kind zelf zouden laten invullen, zou het kinderpúblik misschien meer aangespoord worden dan dat deze functie vervuld wordt door een volwassene.<sup>353</sup>

Dit hoofdstuk toont aan dat de culturele opdracht van de VRT verdergaat dan louter het brengen van culturele Canvasprogramma's als *Hoera Cultuur!*. Sinds de introductie van het driesporenbeleid is de VRT immers cultuur gaan inweven in al haar programma's, de ene keer al wat specifiekere dan de andere. Hieruit volgt dat de VRT ook een belangrijke smaakvormer is en dit zowel op tv als op internet. Daarnaast kan Ketnet een cruciale rol spelen in de ontwikkeling van de culturele competentie van kinderen.<sup>354</sup>

---

<sup>351</sup> VRT, Vlaamse Gemeenschap. *Beheersovereenkomst 2012-2016 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT*. Brussel, s.e., 2011, zie bijlagen: CD-rom, p. 26.

<sup>352</sup> IDEM, p. 5.

<sup>353</sup> IDEM, p. 26.

<sup>354</sup> IDEM, p. 68.

## BESLUIT LITERATUUR

We begonnen deze literatuurstudie met de analyse van Hans Blokland over de confrontatie tussen positieve en negatieve vrijheid. Hieruit leerden we, mede door de bijdrage van Charles Taylor, dat het positieve vrijheidsbegrip omwille van haar breder karakter, meer dan nu het geval is, moet worden meegenomen in het cultuurparticipatiebeleid.<sup>355</sup> Toch moet ook de negatieve vrijheid een rol blijven spelen. Het evenwicht tussen beide vrijheidsconcepten is immers van cruciaal belang en vertaalde zich meer concreet voor dit onderzoek in volgende vraagstelling: *“In hoeverre kan de paternalistische visie dat volwassenen bepaalde keuzes voor het kind moeten maken op de openbare omroep worden toegepast, zonder hierbij de zelfstandigheid van het kind in gedrang te brengen?”* Deze vraag zullen we met behulp van de *Mijn Kunst is Top*-analyse trachten op te lossen en dit door aan de deelnemende kinderen zelf te vragen wat zij ervan vinden dat volwassenen op het gebied van cultuur bepaalde keuzes voor hen maken. Voorts kijken we in hoeverre de visie van Blokland op paternalisme, waarbij er volgens hem een noodzaak is van de instemming van de betrokkene achteraf,<sup>356357</sup> van toepassing is op het MKiT-project.

Meer specifiek in het deel rond cultuurparticipatie bij kinderen, zagen we dat een sterk cultuurparticipatiebeleid bijdraagt tot een *empowerment* van het kind en dit zowel omwille van intrinsieke als instrumentele doeleinden. Het Bamfordrapport gaf echter aan dat er in Vlaanderen nog heel wat ruimte is voor verbetering op het vlak van cultuureducatie. In navolging hiervan zullen we dan ook analyseren in hoeverre het MKiT-project de kritiek van het Bamfordrapport doorstaat. Daarnaast gaan we in het volgende deel ook na of de VRT met het MKiT-project al dan niet geslaagd is in haar opdracht van diversiteit. Zo kijken we of er rekening gehouden wordt om kinderen van diverse sociale achtergronden te betrekken bij het programma. Uit deel 2.2 *Gelijke kansen voor cultuurparticipatie* bleek immers dat de belangrijkste doelgroep, namelijk kinderen die van thuis uit niet in contact komen met cultuur, nog steeds niet bereikt wordt met de bestaande cultuureducatieve projecten, waardoor de doelstelling van verdieping momenteel voorbijgaat aan die van verbreding.

Daarnaast nemen we ook de kritiek van Gust De Meyer op de rol van de openbare omroep in het digitaal tijdperk mee in de analyse. Volgens hem is alles wat vandaag onder de noemer ‘kunst en cultuur’ valt reeds te beleven op het internet en is kunst via televisie daarom een hopeloos verouderde methode.<sup>358</sup> Hierbij ging De Meyer in tegen onder andere Jim McGuigan volgens wie

---

<sup>355</sup> BLOKLAND (Hans). Kiezen tussen Bach en Madonna: Tussen emancipatie en paternalisme: cultuurspreiding en de overheid, in *Ons Erfdeel*, 1998, vol. 41, nr. 1, p. 62.

<sup>356</sup> IDEM, p. 269.

<sup>357</sup> IBIDEM.

<sup>358</sup> DEMEYER (Gust). *Waarom cultuur niet belangrijk is en cultuursubsidie nog minder*. Gent, Academia Press, 2009, p. 74.



televisie, door haar hoge toegankelijkheid, het middel bij uitstek is om aan de democratisering van cultuur te werken.<sup>359</sup> Wij plaatsen de MKiT-deelnemers in de positie van programmamaker en vragen hun welk medium zij zouden verkiezen om hun programma op uit te brengen. Verder stelden we uit de vergelijking van kinderprogramma's op de openbare versus die op de commerciële omroep vast dat kinderprogramma's op de openbare omroep nog steeds onderscheiden kunnen worden van hun commerciële tegenhangers en dit op vijf belangrijke punten. In dit gedeelte van de literatuur lezen we echter ook dat Nickelodeon, in tegenstelling tot de openbare omroepen, op geregelde basis focusgroepen houdt met kinderen en zo hun inbreng garandeert. Deze bottom-up benadering is inspirerend en bijgevolg stellen we in het volgende deel specifiek de vraag hoe top-down de VRT is wanneer ze werkt met kinderen over cultuur. Dit doen we onder andere door aan de betrokken partijen te vragen in hoeverre kinderen een inspraak hadden in heel het MKiT-proces. In het volgende gedeelte laten we dus duidelijk de deelnemende kinderen zelf aan het woord en dit omdat het ons, in navolging van Nickelodeon, interessant lijkt om te vertrekken van de leefwereld van het kind, om, in navolging van de openbare omroep, vervolgens naar iets anders te gaan. Zo hopen we ook vanuit het perspectief van de kinderen zelf een antwoord te formuleren op de centrale probleemstelling van dit werk: *“Hoe kunnen we aan de hand van de casestudy Mijn Kunst is Top de rol van de VRT in het cultuurparticipatiebeleid, gericht op de doelgroep van kinderen, evalueren in een digitaal tijdperk?”*

---

<sup>359</sup> BENNETT (Tony), SAVAGE (Mike), SILVA (Elizabeth), WARDE (Alan), GAVO-CAL (Modesto), WRIGHT (David). *Culture, class, distinction*. Londen, Routledge, 2009, p. 151.

## INLEIDING: METHODOLOGISCH ONDERZOEKSOPZET

Als we de rol van de VRT in cultuurparticipatie bij kinderen willen onderzoeken, moeten we eerst relevant onderzoeksmateriaal selecteren. Het thema is immers te breed om in dit onderzoek in zijn geheel te analyseren. Net daarom spitsen we ons toe op een case study; hierbij wordt een specifieke eenheid van een groter geheel gekozen zodat een empirische analyse duidelijk omljnd kan worden.<sup>360</sup>

Wij kiezen voor de case study van *Mijn Kunst is Top* en dit omwille van zes specifieke redenen: **1)** MKiT is het eerste programma waarbij Ketnet zich expliciet op cultuur concentreert;<sup>361</sup> **2)** MKiT is één van de weinige specifieke cultuurprogramma's op de openbare omroep dat succeskende;<sup>362</sup> **3)** Kinderen spelen de hoofdrol in het programma; **4)** Het programma vormde de aanleiding voor een parlementair debat rond de zin en onzin van het extra subsidiëren van dergelijke kinderprogramma's op de openbare omroep; **5)** MKiT is meer dan enkel een tv-programma, het is een multimediaal project waarbij gebruik wordt gemaakt van verschillende platformen; **6)** In plaats van de steeds wederkerende passieve participatie wordt deze keer ook de meer actieve vorm van cultuurparticipatie in de schijnwerpers gezet; onder andere in de vorm van amateurkunsten.

Dit empirische gedeelte bestaat uit twee luiken. Het eerste luik bestaat uit een deskresearch van het MKiT-project, waarbij we dossiers gebruiken die ons aangereikt werden door het productiehuis deMensen, het Forum voor Amateurkunsten en Ketnet. In dit deel analyseren we ook de afgeleiden van het MKiT-programma: de online MKiT-initiatieven en het MKiT-evenement. Daarnaast gaan we ook dieper in op de parlementaire vragen die er gesteld zijn over MKiT, aangezien die eveneens op de maatschappelijke relevantie van het programma wijzen.

Het tweede luik bestaat uit een analyse van diepte-interviews met de partijen die betrokken zijn geweest bij het programma. Zo interviewen we zeventien van de achttien kinderen die een centrale rol speelden in het programma (Maurice van de kunstdiscipline drum was onbereikbaar) samen met een betrokken volwassene (de kunstleerkracht of de ouder). Hierbij moeten we wel in de kantlijn plaatsen dat deze kinderen reeds een kunst beoefenen en hun mening dus niet representatief is voor de modale Ketnet-kijker. Daarnaast interviewen we ook Pim Raes, MKiT-verantwoordelijke van het productiehuis deMensen, Fran Devriese, adjunct-netmanager van Ketnet, Kaat Peeters, voormalig directrice van het Forum voor Amateurkunsten en Suzy Bleys, raadgeefster jeugd van het ministerie van Onderwijs. Voorts besluiten we om ook

<sup>360</sup> GREIG (Anne), TAYLOR (Jayne), MACKAY (Tommy). *Doing Research with Children*. London, Sage publications, p. 145.

<sup>361</sup> DEVRIESE (Fran), 25 maart 2013, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>362</sup> IBIDEM.

Chantal Pattyn, hoofd van Klara, te interviewen naar aanleiding van het *Klara4Kids* project, om te kijken welke visies een andere VRT-instantie dan Ketnet heeft over het promoten van kunst bij kinderen.

De rode draad die we voortdurend in het achterhoofd houden en die ook de samenhang tussen beide luiken dient te garanderen zijn volgende drie onderzoeksvragen:

1. Hoe kunnen we het MKiT-project evalueren, rekening houdend met de vijf doelstellingen die opgesteld werden voor het programma vanuit de afdeling Jeugd van het departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media?
2. Hoe top-down is de VRT als ze met kinderen werkt over cultuur? In hoeverre vinden de kinderen zelf dat ze meer inspraak moeten hebben in dit proces?
3. Welke creatieve visies op het beleid rond kunstprogramma's voor kinderen hebben de deelnemende kinderen? Hoe denken ze na over de rol van televisie en meer specifiek een openbare omroep hierin, rekening houdend met het digitale tijdperk?

De eerste onderzoeksvraag ligt voor de hand, aangezien we willen toetsen in hoeverre de VRT specifiek op het gebied van MKiT haar doelstellingen omtrent cultuurparticipatie behaald heeft. Met de twee andere onderzoeksvragen willen we te weten komen wat kinderen zelf denken over dit programma en wat ze meer algemeen vinden van tv-programma's over kunst die gemaakt worden voor kinderen. In de literatuurstudie zagen we dat een sterk cultuurparticipatiebeleid vaak bestempeld wordt als paternalistisch, waarbij paternalisme door tegenstanders als Gust De Meyer een negatieve connotatie kreeg terwijl voorstanders als Blokland er een meer positieve invulling aan gaven door in te spelen op de toestemming van de betrokkene achteraf. Specifiek op het gebied van tv-programma's over kunst voor kinderen vroegen wij ons dus af hoe de kinderen hier zelf tegen over staan en hoe het bij hun precies zit met 'de toestemming van de betrokkene achteraf'. Het zijn immers de volwassenen, veelal politici, die steeds voor hen bepalen hoeveel boeken ze moeten lezen, in welke mate ze met het school naar het museum moeten gaan en of er al dan niet een tv-programma komt om kunst bij kinderen te promoten. Dit wordt met andere woorden allemaal opgelegd van bovenaf. In parlementaire kwesties klinkt eveneens enkel de stem van volwassenen; *kinderen moeten lezen, ze moeten naar het theater gaan enz.* In hoeverre ze hierin gestimuleerd moeten worden, en of dat al dan niet met een (gesubsidieerd) tv-programma moet gebeuren, vormt een grond van discussie tussen verschillende partijen, maar geen enkele partij vertrekt van bij het kind zelf.

Wij willen echter wel het standpunt van de kinderen hierin horen. Zo vragen we hun mening over het cultuurbeleid dat opgelegd wordt van bovenaf. Daarnaast vragen we ons ook af hoe zij

het zouden aanpakken indien ze zelf een tv-programma zouden mogen maken om kunst bij kinderen te promoten. Zonder evenwel te vervallen in een *'jij vraagt, wij draaien'*-houding zouden we dus graag het machtsverhaal dat er heerst rond cultuur en kinderen gedeeltelijk proberen te doorbreken. Gedeeltelijk, aangezien we moeten erkennen dat er ook tijdens de interviews van dit onderzoek een onvermijdelijke machtscomponent tussen onderzoeker en kind aanwezig was. Voorts streeft dit onderzoek geen generaliseerbaarheid of externe validiteit na.<sup>363</sup> Eén Ketnet-case is namelijk niet representatief voor de manier waarop de VRT omgaat met cultuurparticipatie bij kinderen. *Klara4Kids*, maar ook andere Ketnet-programma's die op een meer impliciete manier cultuur bevatten zijn immers het bewijs dat dit thema veel breder reikt dan enkel het MKiT-project. Daarnaast proberen we ook niet het precieze effect van het project in kaart te brengen, we evalueren eerder het programma kwalitatief en in de diepte door te luisteren naar de verhalen die de betrokken partijen over het project te vertellen hebben. Hierbij bewaren we gedurende heel het werk een kritische houding waarbij we niet blind trachten te zijn voor negatieve bewijzen.<sup>364</sup> Tot slot draagt ook een controle bij de respondenten zelf bij tot een hoge mate van interne validiteit.

---

<sup>363</sup> MORTELMANS (Dimitri). *Kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven, Acco Uitgeverij, 2007, p. 442.

<sup>364</sup> IDEM, p. 436.

## HOOFDSTUK 1: TOELICHTING *MIJN KUNST IS TOP-PROJECT*

Alvorens we aanvangen met de analyse van de interviews, moeten we eerst in de diepte te weten komen wat het MKiT-project precies inhoudt. Om die reden graven we in al de informatie die reeds bestaat rond het project, wat ook wel een deskresearch kan worden genoemd.<sup>365</sup> Hierbij doen we zowel een beroep op openbare bronnen zoals persartikels, overheidsdocumenten en het internet, als op bedrijfsinterne verslagen van deMensen, het Forum voor Amateurkunsten, Cultuurnet en Ketnet.<sup>366</sup>

### 1. De aanloop naar *Mijn Kunst is Top*

Voormalig minister Anciaux had het in zijn beleidsbrief van 2007 reeds over de noodzaak om tot “een grotere zichtbaarheid van de amateurkunsten te komen”<sup>367</sup>. Op 1 januari 2007 werd hiertoe dan ook het Forum voor Amateurkunsten opgericht, een centraal steunpunt voor de amateurkunsten.<sup>368</sup> Zoals we reeds bij Blokland zagen, mag het belang van amateurkunsten niet onderschat worden aangezien het publiek vooral door actieve participatie een culturele competentie kan opbouwen.<sup>369</sup> De amateurkunsten kunnen immers op twee manieren bijdragen tot cultuurparticipatie. Eerst en vooral is de deelname aan amateurkunsten zelf een vorm van actieve cultuurparticipatie die heel toegankelijk is.<sup>370</sup> Daarnaast bewijst steeds meer onderzoek (zie literatuurstudie hoofdstuk 1; 1.7) dat amateurkunst het opstapje bij uitstek is naar meer passieve vormen van cultuurdeelname, zoals het bijwonen van culturele evenementen.<sup>371</sup> Het Forum voor Amateurkunsten bevestigt deze positieve samenhang tussen actieve en passieve kunstbeoefening in het *Amateurkunsten in beeld*<sup>372</sup>-onderzoek dat ze door VUB en UGent liet uitvoeren.<sup>373</sup> Kaat Peeters, voormalig hoofd van het Forum en de drijvende kracht achter het MKiT-project, voegde hier zelfs aan toe dat actieve eerder dan passieve participatie de sleutel kan vormen tot emancipatie van de lagere klassen. Dit komt omdat men bij de actieve participatievorm los van elke context zelf iets kan creëren waardoor het gevoel van keuzevrijheid en *empowerment* veel sterker wordt dan bij passieve participatie waarbij men terecht komt in een reeds vooraf bepaalde context die meestal gestructureerd wordt door de hogere klassen. Op het interview met Kaat Peeters gaan we dieper in tijdens de analyse.

<sup>365</sup> WESTERKAMP (Kees), WIJNSMA (Jo). *On line databanken: de ontwikkelingen en de aanbieder*. [Online] <http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2005-0512-200332/Databanken.pdf> [23.04.2013]

<sup>366</sup> VAN ZEE (Jeannette), WESTERKAMP (Kees). *Alles is vindbaar!* [Online] [http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2005-0517-200051/Alles\\_is\\_vindbaar.pdf](http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2005-0517-200051/Alles_is_vindbaar.pdf) [23.04.2013]

<sup>367</sup> ANCIAUX (Bert). *Beleidsbrief 2007 van Bert Anciaux, Vlaams minister van cultuur, jeugd, sport en Brussel*. Brussel, 2007, zie bijlagen: CD-rom, p. 51.

<sup>368</sup> VAN DER HOEVEN (Quirine). *Van Anciaux tot Zijlstra. Cultuurbeleid en cultuurparticipatie in Nederland en Vlaanderen*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2012, p. 322.

<sup>369</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 381.

<sup>370</sup> VAN DER HOEVEN (Quirine). *Op. Cit.*, 2012, p. 127-128.

<sup>371</sup> IBIDEM.

<sup>372</sup> VANHERWEGEN (Dries), SIONGERS (Jessy), SMITS (Wendy), VANGOIDSENHOVEN (Guido). *Amateurskunsten in beeld gebracht. Onderzoek in opdracht van vzw voor Amateurkunsten*. Gent, s.e., 2009, zie bijlagen: CD-rom, p. 209.

<sup>373</sup> IBIDEM.

Het *Mijn Kunst is Top* idee vond moeilijker dan *Mijn Sport is Top* ondersteuning bij minister Anciaux en dit omdat het programma niet tijdig af zou geraken om nog een campagnepunt voor de verkiezingen te vormen.<sup>374</sup> Om die reden gingen de initiatiefnemers (Forum voor Amateurkunsten, Cultuurnet en Ketnet) aankloppen bij Vlaams minister van Onderwijs, Pascal Smet, waarna er vrij snel tot een akkoord voor de ondersteuning van het project gekomen werd. Zo beloofde Pascal Smet in het kader van de beleidsbrief 2009-2014, waarin het belang van cultuur- en kunsteducatie voor kinderen vermeld werd, het project te ondersteunen. Hierbij raamde hij de totale kostprijs van de ondersteuning van het project op 200 000 euro.<sup>375</sup> In mei 2011 kreeg hij een parlementaire vraag van Danielle Godderis-T'Jonck (N-VA)<sup>376</sup> over de finaliteit van de ondersteuning. Hierop antwoordde minister Smet dat naast het geven van subsidies aan kunstverenigingen voor kinderen het ook belangrijk is om kinderen warm te maken voor kunst en cultuur. *Mijn Kunst is Top* is hier volgens minister Smet uitstekend voor aangezien het programma kinderen op grote schaal kan confronteren met de kunst- en cultuurbeleving van andere kinderen.<sup>377</sup>

## 2. *Mijn Kunst is Top*-format

In het voorjaar van 2012 lanceerde minister Smet samen met de VRT *Mijn Kunst is Top*.<sup>378</sup> Het format was gebaseerd op het idee van voorganger *Mijn Sport is Top*. Toen zagen we hoe kinderen hun gekende of niet zo gekende sport aanleerden aan presentator Pieter Embrechts en een bekende Vlaming. Het succes van het programma op Ketnet was groot en zette volgens Cultuurnet<sup>379</sup> vele jongeren aan tot het ontdekken van de niet zo gekende sporten.<sup>380</sup> De deelnemende ropeskiing-, boks- en judovereniging hielden er dankzij het programma dan ook tientallen nieuwe inschrijvingen op na.<sup>381</sup> *Mijn Kunst is Top* moest hetzelfde effect teweeg brengen op het gebied van kunst. Het format van *Mijn Sport is Top* bleef hetzelfde, met het enige verschil dat het kind presentator Adriaan Van den Hoof en een bekende Vlaming ditmaal de kneepjes van zijn of haar favoriete kunst aanleerde. Zodra Adriaan en zijn gast-BV de kunst min of meer onder de knie hadden, volgde er een duel tussen beiden waarbij het kind besliste wie de winnaar werd.<sup>382</sup> *“Die keuze is een persoonlijke keuze van het kind gebaseerd op smaak, want*

<sup>374</sup> PEETERS (Kaat), 20 februari 2013, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>375</sup> SMET (Pascal). *Vlaams parlement: schriftelijke vragen*. [Online] [http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/parlement/SV\\_werkingskostenjeugd.pdf](http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/parlement/SV_werkingskostenjeugd.pdf) [24.01.2013]

<sup>376</sup> Danielle Godderis-T'Jonck is eveneens lid van de commissie Cultuur, Jeugd, Sport en Media in het Vlaams Parlement.

<sup>377</sup> SMET (Pascal). *Vlaams parlement: schriftelijke vragen*. [Online] [http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/parlement/SV\\_werkingskostenjeugd.pdf](http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/parlement/SV_werkingskostenjeugd.pdf) [24.01.2013]

<sup>378</sup> IBIDEM.

<sup>379</sup> Cultuurnet Vlaanderen. *Mijn Kunst is Top: uw cultuureducatief aanbod in de kijker*. [Online] <http://www.slideshare.net/Vlieg/presentatie-invoerders-cultuur-educatief-aanbod-10797991> [24.01.2012]

<sup>380</sup> SMET (Pascal). *Vlaams parlement: schriftelijke vragen*. [Online] [http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/parlement/SV\\_werkingskostenjeugd.pdf](http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/parlement/SV_werkingskostenjeugd.pdf) [24.01.2013]

<sup>381</sup> DEMENSEN. *Concept: Mijn Kunst is Top! Een programma van deMENSEN voor Ketnet*. Sint-Stevens-woluwe, deMENSEN, 2012, zie bijlagen: CD-rom

<sup>382</sup> DEMENSEN. *Mijn Kunst is Top: Kinderprogramma*. [Online] <http://demensen.be/nl/producties/mijn-kunst-is-top> [23.04.2013]

*kunst is nooit goed of fout*”,<sup>383</sup> benadrukte Ketnet in het programmavoorstel.<sup>384</sup>

Als er een kunstdiscipline was die de gast-BV niet goed lag, mocht die een joker inzetten. Wanneer dit gebeurde, verving een echte topkunstenaar in de discipline de plaats van de bekende Vlaming in het duel.<sup>385</sup> De bekende Vlamingen waarmee Adriaan Van den Hoof gedurende zes weken het duel aanging, waren: acteurs Peter Van den Begin en Arne Focketyn, presentator Bartel van Riet, presentatrices Sofie van Moll en Tatyana Beloy en Ketnet-wrapster Véronique Leysen. Net als *Mijn Sport is Top* en het iets minder bekende *Mijn Job is Top* stond productiehuis deMensen in voor de creatie van het programma. Het tv-programma werd in februari-maart 2012 uitgezonden in prime time (18u30 voor kinderen tussen zes en twaalf)<sup>386</sup> met herhalingen van maandag tot donderdag om 8u35 in de ochtend. In de zomervakantie van 2012 werd elke zondagochtend een compilatie-uitzending herhaald.<sup>387</sup>

*Mijn Kunst is Top* liet het publiek kennismaken met maar liefst 18 verschillende kunstdisciplines.<sup>388</sup> Na een telefoongesprek met Pim Raes, één van de producenten van MKiT, begrepen we dat de kunstdisciplines geselecteerd werden volgens drie categorieën. Zo moesten zowel ‘actie-kunsten’, als beeldende en muzische kunsten aan bod komen. Onder de categorie ‘actie-kunsten’ werden twirling, volksdans, goochelen, locking, pottenbakken, experimenteel theater en modern ballet gekozen, onder de categorie muziek werden rap, basgitaar, draailier, koorzang, euphonium en drum geselecteerd en in de categorie beeld werd er gegaan voor schilderen, karikatuurtekenen, animatie, poëzie en fotografie.<sup>389</sup>

Het format van *Mijn Kunst is Top* werd genomineerd voor de EBU<sup>390</sup> *Creative Forum Awards* in de categorie Best Public Service Format. Daarnaast sleepte het programma ook een nominatie binnen voor de Prix Europa 2012, ditmaal in de categorie *TV Market Place of Innovation*. Deze categorie erkent de manier waarop een programma nieuwe doelgroepen probeert te bereiken. Het programma kon de nominaties niet verzilveren, maar het feit dat MKiT geselecteerd werd uit 640 inzendingen zorgde er wel voor dat deMensen en Ketnet op heel wat internationale erkenning konden rekenen op het European Broadcasting Festival in oktober 2012.<sup>391</sup>

<sup>383</sup> DEMENSEN. *Concept: Mijn Kunst is Top! Een programma van deMENSEN voor Ketnet*. Sint-Stevens-woluwe, deMENSEN, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>384</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>385</sup> DEMENSEN. *Mijn Kunst is Top: Kinderprogramma*. [Online] <http://demensen.be/nl/producties/mijn-kunst-is-top> [23.04.2013]

<sup>386</sup> KETNET. *Op. Cit.*, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>387</sup> IBIDEM.

<sup>388</sup> SCHAUVLIEGE (Joke), SMET (Pascal). *Groeien in cultuur, conceptnota cultuureducatie*. S.l., Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012, zie bijlagen: CD-rom, p. 38.

<sup>389</sup> RAES (Pim), 22 februari, 2013, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>390</sup> The ‘European Broadcasting Union’ is een samenwerkingsverband tussen de nationale (al dan niet openbare) omroepen van meer dan vijftig landen (waarvan de meeste gesitueerd zijn in Europa).

<sup>391</sup> DEMENSEN. *Mijn Kunst is Top: Kinderprogramma*. [Online] <http://demensen.be/nl/producties/mijn-kunst-is-top> [23.04.2013]

### **3. Mijn Kunst is Top-dag**

Op zondag 15 april 2012 organiseerden Ketnet, Cultuurnet en het Forum voor Amateurkunsten een *Mijn Kunst Is Top-dag* op het domein van Destelheide in Dworp. Buiten de aanwezigheid van presentator Adriaan Van de Hoof stond de dag op zich los van het productiehuis deMensen. De kinderen die meededen aan MKiT waren dan ook niet verplicht om aan deze dag deel te nemen. *“Een aantal van hen namen wel op vrijwillige basis aan de dag deel om hun kunst te promoten”*<sup>392</sup>, aldus Utta Egghe van productiehuis deMensen.

In Dworp konden de kinderen kennismaken met de verschillende kunstdisciplines via workshops. Daarnaast was er ook een cultuureducatieve infomarkt die kinderen het brede aanbod aan kunsten toonde en de ouders doorverwees naar de bijhorende kunstschole. Het Forum voor Amateurkunsten waakte erover dat het cultuureducatieve aanbod op de infomarkt voldoende gevarieerd was. Koor&Stem, Centrum voor Beeldexpressie, Kamo vzw, CANON Cultuurcel, Jeugd&Poëzie, Jeugdtheaterhuis Larf!, RASA vzw, Muziekmozaïek vzw, KUNSTWERK[t], zZmogh vzw, Artforum en ook het Forum zelf plaatsten een stand op de infomarkt. Cultuurnet Vlaanderen coördineerde alles en bemande eveneens een stand die het centrale aansprekingspunt vormde. Bij de workshops werd er ook rekening gehouden met een gevarieerd aanbod door zowel docenten uit het Deeltijds Kunstonderwijs (DKO) als docenten van cultuurcentra en docenten uit het verenigingsleven in te zetten.

De organisatie hechtte op vraag van de minister van Jeugd veel belang aan een diverse deelname en deed een extra inspanning op dit gebied door organisaties die werken met kinderen in armoede enkele maanden voor het evenement te contacteren.<sup>393</sup> Deze organisaties informeerden hun leden en deze doelgroepkinderen kregen een voorinschrijvingsrecht ten opzichte van alle andere kinderen. Vanaf 6 maart mochten zij hun favoriete workshops kiezen, terwijl andere kinderen zich pas vanaf 20 maart konden inschrijven. Van de dertien organisaties die gecontacteerd werden, waren er echter slechts drie die hun leden warm konden maken, wat uiteindelijk 23 kinderen opleverde. Dit is niet veel in verhouding met de moeite die de organisatie deed, zo werden er onder andere ook pendelbussen van Brussel-Noord naar Destelheide ingelegd, maar desondanks hebben 23 kinderen hierdoor wel de mogelijkheid gehad om naar een evenement te gaan waar ze anders veel moeilijker toegang toe hebben.<sup>394</sup> Suzy Bleys, raadgeefster Jeugd van het ministerie van Onderwijs bleef dit aantal echter te laag vinden, en vond dat deze organisaties reeds bij aanvang van de conceptontwikkeling van de MKiT-dag betrokken hadden moeten worden en niet slechts enkele maanden op voorhand zoals

<sup>392</sup> EGGHE (Utta) (utta.egghe@demensen.be). *Re: Thesis over Mijn Kunst is Top, contactadres via Elien Vanlaer (Cultuurnet)*, 18 oktober 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>393</sup> FORUM VOOR AMATEURKUNSTEN. *Afrekeningsdossier Mijn Kunst is Top evenement*. S.l., FORUM VOOR AMATEURKUNSTEN, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>394</sup> IBIDEM.



nu gebeurd was.<sup>395</sup> De expertise van deze organisaties op het vlak van sociaal achtergestelde kinderen had immers cruciaal kunnen zijn in het aantrekken van deze moeilijke, doch heel belangrijke doelgroep.

In het evaluatierapport schrijft het Forum voor Amateurkunsten dat 423 kinderen van over heel Vlaanderen, de oproep gebeurde immers via de Ketnetwrap, deelnamen aan de MKiT-workshops. Samen met deze kinderen zakten ook heel wat mama's, papa's, zussen, broers, oma's en opa's af naar Dworp. Dit maakte dat er op het evenement zeker 600 kinderen en een 400tal volwassenen aanwezig waren en dat ondanks het druilerige weer op die dag.<sup>396</sup> Op 24 april stuurde het Forum voor Amateurkunsten ook nog een mail naar alle deelnemers om het na-effect te bevorderen. In deze mail spoorde het Forum de kinderen aan om een kijkje te gaan nemen op de *UitMetVlieg*-site van Cultuurnet waar ze alle info over de kunsten nog eens konden herbekijken.<sup>397</sup>

#### **4. Mijn Kunst is Top online**

*Mijn Kunst is Top* is meer dan enkel een tv-reeks, ook websites en een doemap rond het programma moeten de kinderen aanzetten om effectief aan kunst te gaan doen.

##### **4.1 Mijn Kunst is Top-atelier**

Ketnet hanteert een 360°-strategie: niet alleen met lineaire tv-programma's, maar ook met interactieve toepassingen zoals een online aanbod moeten de kinderen bereikt worden.<sup>398</sup> Daarom is er vanaf augustus 2012, enkele maanden na de afloop van de tv-reeks, op de Ketnetsite een MKiT-atelier te vinden.<sup>399</sup> Instroom, inbreng, interactie en inventiviteit zijn hierbij de vier kernwoorden.<sup>400</sup> In dit virtuele kunstatelier kunnen kinderen vijftien opdrachten uitvoeren die hun gaandeweg laten proeven van verschillende kunsten. Na het uitvoeren van de opdracht kunnen hiervan foto's en filmpjes op de site van de kunst geüpload worden. Op die manier kunnen kinderen leren van elkaars voorbeelden. Enkele van de opdrachten zijn: een drumstel maken van voorwerpen, een krantenbericht zingen, een naamgedicht schrijven, een 'te gek 1 minuut standbeeld' ontwerpen, een toneel aan tafel spelen, enz.

Eenmaal je op een opdracht klikt, helpt een stappenplan en een filmpje bij de uitvoering van de opdracht. Onder *Voorbeelden* vind je de filmpjes en foto's van andere kinderen en kan je eveneens inspiratie opdoen bij echte kunstenaars. Interessant is ook de *Zin in meer* sectie onder

<sup>395</sup> BLEYS (Suzy). 4 april 2013, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>396</sup> FORUM VOOR AMATEURKUNSTEN. *Afrekeningsdossier Mijn Kunst is Top evenement*. S.I., FORUM VOOR AMATEURKUNSTEN, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>397</sup> IBIDEM.

<sup>398</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). De beheersovereenkomst 2012-2016: Niemand tevreden, niemand ongelukkig?, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 123.

<sup>399</sup> KETNET. *Mijn Kunst is Top! Atelier*. [Online] <http://www.ketnet.be/mijn-kunst-is-top-atelier> [25.01.2013]

<sup>400</sup> DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *Op. Cit.*, 2012, p. 123.

elke opdracht. Hier krijg je meer diepgaande informatie over het artistieke aspect van de opdracht. Zo vind je onder de *Zin in meer* sectie van de opdracht ‘een te gek 1 minuut standbeeld ontwerpen’ een filmpje te zien van het Canvasprogramma *Lux* waar Stijn Meuris vertelt over beeldend kunstenaar Erwin Wurm. Als we nog verder doorscrollen vinden we in deze sectie ook een Engelstalige reportage over Erwin Wurm die afkomstig is van Cobra.be. Door de Engelse taal en de hogere moeilijkheidsgraad mikt de Ketnetsite hiermee duidelijk op de oudere Ketnetters. Om de jongere websitebezoekers toch niet helemaal de Erwin Wurm informatie te ontzeggen, heeft Ketnet helemaal op het einde van de *Zin in meer* sectie een ‘Wurm’ spelletje uitgevonden. Hierbij moet iedereen, zoals in een getunedede versie van *Pot-Pot-Piano*, één minuut in een vreemde houding blijven staan als er ‘Wurm!’ geroepen wordt.

Voorts is het opmerkelijk dat bij de opdracht ‘speel een toneel aan tafel’ de filmpjes van *Vaneigens* ter inspiratie worden aangeboden. Dit is een goed voorbeeld dat er ook bij Ketnet rekening wordt gehouden met de kruisbestuiving van de VRT-merken. Naast de opdrachten is er in het menu ook een *Aan de slag in de klas* tab te vinden. Hieronder wordt per opdracht een doemap aangeboden waarmee jeugdleiders en leerkrachten de opdrachten gemakkelijk in de klas of in de jeugdbeweging kunnen uitleggen. De laatste tab in het menu is *Nog meer kunst*, waar organisaties, opleidingen en workshops staan opgesomd waar kinderen terecht kunnen als ze één van de specifieke kunsttakken willen beoefenen. Tot slot bevat het MKiT-atelier ook een link naar de *UitMetVlieg*-site van Cultuurnet waarop kinderen en hun ouders kunnen doorklikken naar het cultuureducatieve aanbod. Dit online kunstatelier zal als een permanent project op de Ketnetsite blijven staan.

#### **4.2 Mijn Kunst is Top op de UitMetVlieg-site**

Het *Project Vlieg* is een samenwerking tussen Cultuurnet Vlaanderen, Ketnet en het lokale cultuurbeleid. Doel van dit project is om culturele activiteiten voor kinderen van vier tot en met twaalf jaar in de kijker te zetten.<sup>401</sup> Het meer specifieke *UitmetVlieg*-project gaat nog een stap verder en wil kinderen letterlijk ‘uit’ hun huis lokken om aan cultuurbeleving te doen. Via een *click through* vanop het MKiT-atelier op de Ketnetsite komen we automatisch op de specifieke MKiT-pagina van Cultuurnet terecht. Hier vinden we een overzicht van alle afleveringen van MKiT alsook een *Ga zelf aan de slag* link. Op deze link is er per kunsttak een overzicht van bijhorende kunstscholen en cultuurevenementen (zoals theatervoorstellingen) te raadplegen. Op die manier worden ook de negen landelijke amateurkunstenorganisaties onder de aandacht gebracht als aanbieders van toegankelijke kunst. Een overzicht van deze organisaties is

---

<sup>401</sup> VAN DER HOEVEN (Quirine). *Van Anciaux tot Zijlstra. Cultuurbeleid en cultuurparticipatie in Nederland en Vlaanderen*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2012, p. 65.

eveneens te vinden op de website van het Forum voor Amateurkunsten.<sup>402403</sup> Interessant om te vermelden is dat ook deze website een link bevat naar het MKiT-atelier van Ketnet.

Via een skypegesprek met Cultuurnetmedewerksters Elien Vanlaer en Katelijne Morreel kwamen we de bezoekcijfers van de *UitmetVlieg*-landingspagina te weten. Zo werd de homepagina ([www.UitmetVlieg/mijnkunstistop](http://www.UitmetVlieg/mijnkunstistop)) in de periode februari-juni 2012 in totaal 17.837 keer bekeken, hierbij klikten 3571 bezoekers door naar een specifieke kunstpagina van een MKiT-aflevering. Het MKiT-spel had 1913 pageviews en de pagina's van de BV's hadden er ongeveer 3400. Tijdens deze periode kende de site 50% meer bezoeken dan in 2011, wat volgens Elien Vanlaer in hoofdzaak te verklaren is door het MKiT-project.<sup>404</sup>

## 5. Visueel overzicht MKiT-initiatieven



<sup>402</sup> Forum voor Amateurkunsten. *Steunpunten*. [Online] <http://www.amateurkunsten.be/> [26.01.2013]

<sup>403</sup> De negen landelijke amateurkunstenorganisaties zijn: het Centrum voor Beeldexpressie, Creatief Schrijven, Danspunt, Koor&Stem, Kuntswerk, Muziekmozaïek, Opendoek, Poppunt en Vlamo.

<sup>404</sup> VANLAER (Elien) ([Elien.Vanlaer@cultuurnet.be](mailto:Elien.Vanlaer@cultuurnet.be)) *RE: Bedankt voor het skypegesprek*, 16 oktober 2012, zie bijlagen: CD-rom.

### Tv-programma



### Mijn Kunst is Top-dag



### Online-afgeleiden



## **6. Doelstellingen en slotevaluatie van *Mijn Kunst is Top***

In augustus 2012 maakte Ketnet een slotevaluatie op van het MKiT-project, waarbij het resultaat werd getoetst aan de vooraf gestelde doelstellingen van Ketnet en de afdeling jeugd van de Vlaamse Overheid.<sup>405</sup>

De eerste doelstelling van Ketnet was gericht op het versterken van de primetime door variatie te brengen in het aanbod en dit met een productie van eigen bodem. Om te kijken of deze doelstelling bereikt werd, doen we een beroep op de kijkcijfers van het programma. MKiT heeft 58% van de vier- tot twaalfjarigen bereikt, oftewel 336.771 kinderen die minstens één keer naar het programma gekeken hebben. Daarnaast haalde MKiT gemiddeld over alle afleveringen heen een marktaandeel van 41,5% bij vier- tot twaalfjarigen. Daarmee zit het programma ver boven het algemeen Ketnet gemiddelde van 30%.<sup>406</sup> De slimme zet om MKiT op verschillende momenten in de week in te plannen, zorgde voor dit brede bereik. Daarnaast heeft MKiT ook goed gescoord omdat het een toegankelijk concept was dat zowel door meisjes als door jongens gesmaakt werd.<sup>407</sup> MKiT heeft de primetime duidelijk versterkt en bijgevolg heeft het programma de eerste doelstelling van Ketnet waargemaakt.

De tweede en laatste doelstelling van Ketnet bestond eruit om kunst in de spotlights te zetten en zo kinderen op een speelse manier warm te maken voor cultuur. Dezelfde doelstelling komt terug in de samenwerkingsovereenkomst tussen Ketnet en de afdeling Jeugd van de Vlaamse Overheid. Laatstgenoemde instantie deelt het gewenste resultaat van het MKiT-project op in vijf concrete doelstellingen. Het zijn deze vijf doelstellingen van de afdeling Jeugd die we in de analyse van de interviews met de deelnemende kinderen zullen evalueren. Het is ook pas in deze analyse dat we de visie van Ketnet over het bereiken van deze doelstellingen aanhalen, zodat we de evaluatie van Ketnet meteen kunnen toetsen aan de onze. We sommen de doelstellingen nu al even op:

- 1)** De eerste doelstelling van de afdeling Jeugd is gelijkaardig aan de tweede doelstelling van Ketnet, namelijk kunst promoten bij kinderen.
- 2)** De tweede doelstelling gaat een stap verder en stelt dat het MKiT-project het bestaande aanbod in kunst- en cultuureducatie moet helpen bekendmaken.
- 3)** De derde doelstelling is dat de kunstdisciplines zo dienen aangebracht te worden dat ze worden gepercipieerd als laagdrempelig door de kijker.

---

<sup>405</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>406</sup> IBIDEM.

<sup>407</sup> IBIDEM.

4) De vierde doelstelling bestaat erin een zo divers mogelijk publiek van jonge kijkers te informeren over de diversiteit van het aanbod aan kunstvormen en -methodes.

5) De vijfde doelstelling is het positieve effect op participatie aan kunst en cultuur.<sup>408</sup>

## 7. Parlementair debat over *Mijn Kunst is Top*

Het MKiT-project is niet zomaar aan het oog van de Commissie media van het Vlaams Parlement voorbijgegaan. Vooral de tussenkomst van het ministerie van Jeugd in de subsidiëring wekte heel wat debat op in de volkskamer. Op 13 januari 2012 uitte liberaal parlementslid Bart Tommelein zijn ongenoegen over de extra subsidies die het MKiT-project kreeg van het ministerie van Jeugd. Samen met Jurgen Verstrepen is Bart Tommelein één van de vertegenwoordigers van het marktfaalenperspectief over de publieke omroep in het Vlaams parlement. Hun rechtse partijkleur zorgt ervoor dat zij er vooral belang aan hechten dat de publieke omroep niet te veel bevoordeeld wordt ten opzichte van de commerciële zenders.<sup>409</sup> Volgens Tommelein kreeg de VRT ten onrechte extra subsidies voor MKiT omdat het promoten van cultuur bij kinderen één van de basistaken van de VRT is die dan ook met haar basisdotatie dient te worden gefinancierd. In een opiniestuk op de Open VLD-site zei hij hier het volgende over: *“Pascal Smet gaf 200.000 euro voor de Ketnetserie: ‘Mijn Kunst is Top’. Dat is een programma waarin kinderen een aantal weken in aanraking komen met de wereld van kunst en cultuur. Een cultuureducatief programma dus. Nochtans zijn cultuur en educatie al jaren een basisopdracht voor de VRT. Met een basisdotatie tussen de 275 en 294 miljoen euro zou de publieke omroep toch op zijn minst haar basistaken moeten kunnen uitvoeren. Dat ze daar op slinkse wijze nog extra overheidsgeld voor opstrijkt is er volgens mij los over.”*

Verder in het stuk roept Tommelein de Vlaamse Regering op om te stoppen met extra geld in de VRT te steken. Nadat de VRT een derde net en een verhoging van de toegelaten reclame-inkomsten kreeg, is deze extra subsidiëring een brug te ver volgens Tommelein. Hij snapt niet waarom in deze tijden van crisis en besparing de geldkraan van de openbare omroep zo rijkelijk kan blijven vloeien. De Open VLD-er vermoedt dan ook dat veel ministers geld blijven geven aan de VRT, omdat de media-instelling macht heeft om politici te maken of te kraken.<sup>410</sup> Op het

<sup>408</sup> AGENTSCHAP SOCIAAL-CULTUREEL WERK. *Overeenkomst ter ondersteuning van de audiovisuele reek ‘Mijn Kunst is Top’*. Brussel, Agentschap sociaal-cultureel werk, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>409</sup> DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, p. 33-34.

<sup>410</sup> COMMISSIE CJSM. *Handelingen: commissievergadering*. Vlaams Parlement, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

gebied van de VRT heeft Tommelein ook geen vertrouwen meer in minister van Media, Ingrid Lieten, die hij zonder schroom de ‘minister van de VRT’ noemt<sup>411</sup>.

Een maand na het opiniestuk van Tommelein, 28 februari 2012 om precies te zijn, stelt Vlaams Belanger Wim Wienen een parlementaire vraag over MKiT aan minister van Media Ingrid Lieten. Hoewel Wienen MKiT een schitterend initiatief vindt, snapt hij net als Tommelein evenmin waarom de VRT extra middelen bij de Vlaamse overheid moet verwerven voor het uitvoeren van één van haar basisopdrachten.<sup>412</sup>

*“Ik vind niet dat de VRT extra middelen moet krijgen om haar kerntaak uit te voeren. De VRT krijgt een dotatie om haar openbare opdracht te vervullen. Ze hoeft niet bij andere departementen te gaan vragen om extra centen om net te doen wat ze hoort te doen.”<sup>413</sup>*  
(Wim Wienen)

Hij is dan ook verrast dat minister van Jeugd, Pascal Smet, het toeliet om 200 000 euro voor de MKiT-reeks en 20 000 euro voor de MKiT-dag uit de portefeuille van het departement van Jeugd te halen. Naast de omvangrijke dotatie die de VRT reeds krijgt voor het vervullen van haar basisopdrachten, vindt Wienen het ongehoord dat ze voor een programma dat net tot die basisopdrachten behoort bij andere departementen voor geld is gaan bedelen. De vraag van Wim Wienen aan Ingrid Lieten luidde dan ook als volgt: *“Bent u ook niet van mening dat dergelijke fondsenwerving niet gepast is?”*<sup>414</sup>

In het eerste deel van haar antwoord drukt Lieten er eerst en vooral op dat het absoluut wettelijk toegestaan is dat de VRT bij andere overheidsinstellingen gaat aankloppen voor hulp. Om deze stelling te staven, verwijst ze naar de laatste paragraaf van artikel 14 van hoofdstuk IV van de beheersovereenkomst, getiteld ‘Financiële betrekkingen tussen ondertekenende partijen’. Belangrijk hierbij is wel dat een specifieke doelstelling van de betrokken overheidsinstelling eveneens vervuld dient te worden. De VRT moet met andere woorden kunnen bewijzen dat ze met een programma niet alleen haar eigen opdracht kan vervullen, maar ook kan bijdragen aan de realisatie van een specifieke doelstelling van de betrokken overheidsinstelling, wil ze van die laatste financiering ontvangen.<sup>415</sup> Als de VRT dit kan aantonen is de financiering gerechtvaardigd.

---

<sup>411</sup> TOMMELEIN (Bart). *Tommelein: “extra subsidies voor de basistaken van de VRT is er los over”*. [Online] [http://www.melle.openvld.be/News.aspx?nid=10fb7a3a-7881-49b6-a1ca-f39bf2e0fddec&id=50b33ce6-ff40-4bef-8c88-b07877f2ec22#.UUil\\_hngLBJ](http://www.melle.openvld.be/News.aspx?nid=10fb7a3a-7881-49b6-a1ca-f39bf2e0fddec&id=50b33ce6-ff40-4bef-8c88-b07877f2ec22#.UUil_hngLBJ) [19.03.2013]

<sup>412</sup> COMMISSIE CJSM. *Handelingen: commissievergadering*. Vlaams Parlement, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>413</sup> IBIDEM.

<sup>414</sup> IBIDEM.

<sup>415</sup> COMMISSIE CJSM. *Op. Cit.* 2012, zie bijlagen: CD-rom.

MKiT voldoet aan deze voorwaarden volgens Lieten, aangezien het een antwoord biedt op de doelstelling van het ministerie van Jeugd om kinderen te stimuleren in hun deelname aan het bestaande cultuureducatieve aanbod. MKiT maakt dit cultuureducatief aanbod namelijk bekend bij een breed kinderpúblik en zorgt ervoor dat alle kinderen de kans krijgen om deel te nemen aan cultuur en dit ook buiten de schoolcontext om. Het programma is dus een instrument voor de beleidsdoelstelling rond cultuurparticipatie bij kinderen.<sup>416</sup> Bovendien gaat het MKiT-project verder dan enkel een tv-reeks, want er wordt ook creatief gebruik gemaakt van digitale media, door middel van een website en een doemap. Hieruit concludeert de minister van media dat MKiT de beleidsdoelstellingen van enerzijds de VRT en anderzijds de minister van Onderwijs versterkt.<sup>417</sup> In het tweede deel van haar antwoord legt Lieten uit hoe een extra financiering bovendien een win-winsituatie kan opleveren. Door extra middelen krijgt een productie immers extra mogelijkheden die er voor kunnen zorgen dat de 'production value' van een programma wordt verhoogd. Dat laatste komt niet alleen ten goede aan de VRT, maar ook aan het betrokken beleidsdomein en –nog belangrijker– aan het betrokken doelpúblik.<sup>418</sup>

Na het antwoord van Lieten lijkt Vlaams Belanger Wim Wienen echter nog niet overtuigd. Zo sluit hij het debat als volgt: *“De jure kan het en is het mogelijk. Wil dat dan zeggen dat al wat niet specifiek verboden is in een beheersovereenkomst dan maar moet kunnen? In tijden van budgettaire krapte is het onkies van de VRT om op zo'n manier te gaan werken.”*<sup>419</sup>

Op deze steeds wederkerende discussie over de extra subsidies die VRT bovenop haar basisdotatie krijgt om dergelijke programma's te brengen, komen we terug in punt 5 van hoofdstuk 3.

---

<sup>416</sup> COMMISSIE CJSM. *Handelingen: commissievergadering*. Vlaams Parlement, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>417</sup> IBIDEM.

<sup>418</sup> IBIDEM.

<sup>419</sup> IBIDEM.



## HOOFDSTUK 2: DATAVERZAMELING: DIEPTE-INTERVIEWS

### 1. Interviewen van kinderen

#### 1.1 Visies op het kind

In de literatuurstudie hebben we twee visies op het kind besproken die ingang vonden ten gevolge van de consumptiemaatschappij.<sup>420</sup> Het *kindseigen script* dat de nadruk legde op de autonomie van het kind en het *bourgeois script* dat vond dat het kind eerder beschermd diende te worden. In een onderzoekcontext kunnen we van beide scripts iets leren. Zo benadrukken we in het deel rond de *New Sociology of Childhood-benadering* de autonomie van het kind terwijl we bij principes als *Informed Consent* en het al dan niet gebruiken van anonimiteit meer zullen wijzen op het belang van de bescherming van het kind.

In 1991 erkende de Verenigde Naties in het kader van het Kinderrechtenverdrag dat kinderen het recht hebben om geconsulteerd te worden in zaken die hun aanbelangen.<sup>421</sup> Hierbij mogen ze tevens beslissingen die reeds voor hen gemaakt werden uitdagen en hebben ze de vrijheid om hierover hun mening te uiten.<sup>422</sup> Deze mening moet vervolgens in acht worden genomen. In de praktijk worden deze regels echter nauwelijks gerespecteerd. Onderzoek van Allison James en Alan Prout wijst er namelijk op dat alle politieke beslissingen op het brede gebied van educatie een effect hebben op kinderen, maar dat kinderen zelf hier amper effect op hebben.<sup>423</sup> Het is te begrijpen dat om praktische redenen niet voor elk kinderthema een consultatieronde kan worden opgericht. Toch zou er meer rekening moeten worden gehouden met de mening van kinderen, aangezien het gevoel van burgerschap hierdoor al op vroege leeftijd aangewakkerd kan worden.<sup>424</sup> Probleem is echter dat kinderen al jarenlang door volwassenen als minder competent worden bestempeld.<sup>425</sup><sup>426</sup> Ongetwijfeld hebben volwassenen op vele gebieden een grotere hoeveelheid kennis en ervaring ter beschikking dan kinderen, maar in beleidsdomeinen die gericht zijn op kinderen zijn het de kinderen zelf die over de grootste expertise beschikken.<sup>427</sup>

De idee dat we moeten luisteren naar de mening van kinderen op kind-gerelateerde beleidsdomeinen vinden we het beste terug in de *New Sociology of Childhood* benadering. Deze benadering vindt het standpunt van kinderen waardevol en probeert dan ook bij de visie van het

<sup>420</sup> HENGST (Heinz). Children's culture(s) in consumer societies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, p. 16-17.

<sup>421</sup> FARRELL (Ann). *Ethical research with children*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2005, p. 150.

<sup>422</sup> IBIDEM

<sup>423</sup> DAVIES (Maire Messenger). *'Dear BBC': Children, Television Storytelling and the Public Sphere*. Cambridge, University Press, 2001, p. 2.

<sup>424</sup> FARRELL (Ann). *Op. Cit.*, 2005, p. 150.

<sup>425</sup> COPPOCK (Vicki). Children as Peer Researchers: Reflections on a Journey of Mutual Discovery, in *Children and Society*, 2011, vol. 25, nr. 6, p. 435-446.

<sup>426</sup> FARRELL (Ann). *Op. Cit.*, 2005, p. 153.

<sup>427</sup> KELLET (Mary). 'Just Teach Us The Skills Please, We'll Do The Rest': Empowering Ten-Year-Olds as Active Researchers, in *Children and Society*, 2004, vol. 18, nr. 2, p. 331.

kind zelf te vertrekken, zonder deze laatste echter zomaar als zaligmakend te beschouwen. Het is immers de taak van de onderzoeker om deze meningen te verwerken en er kritisch mee om te springen. De *New Sociology of Childhood* benadering gaat hiermee tegen de traditionele onderzoekstraditie in dat kinderen niet competent zouden zijn om zelf deel te nemen aan beleidsvoorbereidend onderzoek.<sup>428</sup>

## 1.2 *Sociology of Childhood*-benadering

Aanhangers van de *Sociology of Childhood* benadering zijn ervan overtuigd dat onze visie op 'het kind' grotendeels een sociale constructie is die afhankelijk is van tijd en ruimte.<sup>429</sup> Deze stelling klopt aangezien een historische gebeurtenis als het Kinderrechtenverdrag er inderdaad voor zorgde dat men kinderen op een nieuwe manier is gaan benaderen.<sup>430</sup> Voorts is de *Sociology of Childhood* benadering ervan overtuigd dat kinderen betrouwbaar de vragen van een interview kunnen beantwoorden zolang alles aan hen in een verstaanbare taal wordt uitgelegd.<sup>431</sup> Eveneens James Holstein, onderzoeker aan de universiteit van New York en Cindy Clark van het centrum voor kinderstudies, drukken op het belang van kinderen in hun eigen taal te benaderen.<sup>432</sup><sup>433</sup> Om onevenwichtige machtsrelaties te vermijden is het immers belangrijk dat het interview gevoerd wordt in het discours van de geïnterviewde. Enkel op die manier kan een natuurlijke context worden gecreëerd en voelt het kind zich niet gedwongen in een leerkracht-leerling positie.<sup>434</sup> Om dezelfde reden is het ook belangrijk dat een interview niet in de klas of in een andere schoolcontext wordt afgenomen.<sup>435</sup> De thuisomgeving van het kind is het meest aangewezen aangezien het kind zich hier het meest op zijn of haar gemak voelt.<sup>436</sup> In dit onderzoek kozen we er dan ook voor om de interviews bij de kinderen thuis af te nemen.

### 1.2.1 Doorbreken machtsrelatie

Een andere uitdaging bij het interviewen van kinderen is om hun aandacht vast te houden zonder over te komen als een leerkracht die hun beveelt dat ze moeten opletten. Het gebruik van innovatieve onderzoekstechnieken kan ervoor zorgen dat het kind zich betrokken voelt en dat de machtsrelatie tussen onderzoeker en kind ietwat doorbroken wordt. De twee technieken die we in dit onderzoek toepasten, waren de volgende:

<sup>428</sup> FARRELL (Ann). *Ethical research with children*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2005, p. 176.

<sup>429</sup> LIVINGSTONE (Sonia). *Children and the internet*. London, Polity Press, 2009, p. 15.

<sup>430</sup> DAVIES (Maire Messenger). *Children, Media and Culture*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2010, p. 17.

<sup>431</sup> KELLET (Mary). 'Just Teach Us The Skills Please, We'll Do The Rest': Empowering Ten-Year-Olds as Active Researchers, in *Children and Society*, 2004, vol. 18, nr. 2, p. 331.

<sup>432</sup> CLARK (Cindy Dell). In *A Younger Voice: Doing Child-Centered Qualitative Research: Doing Child-Centered Qualitative Research*. Child Development in Cultural Context Series. New York, Oxford University Press, 2010, p. 4.

<sup>433</sup> HOLSTEIN (James A.), GUBRIUM (Jaber F.). *Handbook of Interview Research: Context and Method*. London, Sage, 2001, p. 184.

<sup>434</sup> IBIDEM.

<sup>435</sup> FARRELL (Ann). *Op. Cit.*, 2005, p. 130.

<sup>436</sup> IBIDEM.

1) Het benaderen van het kind als expert:<sup>437</sup> als de onderzoeker zich bij de voorstelling opstelt als iemand die hulp nodig heeft van het kind om iets beter te begrijpen zal er een groter deel van de macht in handen van het kind terechtkomen dan wanneer de onderzoeker zich meer onafhankelijk opstelt. Bovendien treden er door het kind als een expert te benaderen nog een aantal andere voordelen op. Als kinderen meer controle hebben, gaan ze hun immers actiever gedragen tijdens het interview en gaan ze het proces ook als leuker en boeiender gaan aanvoelen. Daarnaast zullen de antwoorden nog beter hun werkelijke visies en ervaringen weerspiegelen, omdat ze hun reeds gewaardeerd voelen en minder geneigd zullen zijn sociaal wenselijk te antwoorden.<sup>438</sup> Bij deze techniek is het ook belangrijk om aan de kinderen uit te leggen dat ze door deze vragen te beantwoorden meewerken aan een meer kindvriendelijk beleid dat kinderen in de toekomst ten goede zal komen.<sup>439</sup> Door hier de nadruk op te leggen zal het kind beter beseffen hoe belangrijk zijn of haar rol in het onderzoek is.

2) Het gebruik van participatieve methoden: de vraag en antwoord techniek wordt na een bepaalde tijd saai voor een kind, daarom is het aan te raden om ook meer participatieve methodes aan te wenden. Het gebruik hiervan zal er eveneens voor zorgen dat de onevenwichtige machtsrelatie tussen kind en onderzoeker genivelleerd wordt. De structuur en het verloop van het interview wordt nog steeds door de onderzoeker bepaald, maar in tegenstelling tot een vraag-antwoord situatie waarbij er vrij snel een antwoord verwacht wordt, geeft een participatieve methode meer tijd om na te denken aan het kind.<sup>440</sup> Tijdens de interviews met de kinderen maakten wij gebruik van twee participatieve methodes. We lieten hun werken met beeldmateriaal (foto's en een filmpje) en vroegen daarnaast om in de rol te kruipen van een leerkracht en een programmamaker. Hoe dit precies in zijn werk ging bespreken we verder in punt 1.5. Hier willen we vooral het positieve resultaat van deze methodes aanhalen. Vooral bij het rollenspel was het opmerkelijk hoe goed de kinderen zich konden verplaatsen in de positie van een (verantwoordelijke) volwassene.<sup>441</sup>

### 1.2.2 Kritische houding

Desondanks het gebruik van deze onderzoekstechnieken zal er nog steeds een onvermijdelijke machtscomponent aanwezig zijn tijdens het interviewen van kinderen. Sociologen Gary Alan Fine en Kent Sandstrom argumenteren dat dit komt omdat de sociale rollen van een volwassene en een kind te hard verschillen op het gebied van leeftijd, cognitieve ontwikkeling en fysieke

<sup>437</sup> LOWE (Rosemarie J.). Children Deconstructing Childhood, in *Children and Society*, 2012, vol. 26, nr. 4, p. 269-279.

<sup>438</sup> FARRELL (Ann). *Ethical research with children*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2005, p. 30

<sup>439</sup> IDEM, p. 31

<sup>440</sup> PUNCH (Samantha). Interviewing Strategies with Young People: the 'Secret Box', Stimulus Material and Task-based Activities, in *Children and Society*, 2002, vol. 16, nr. 1, p. 45-56.

<sup>441</sup> DAVIES (Maire Messenger). *'Dear BBC': Children, Television Storytelling and the Public Sphere*. Cambridge, University Press, 2001, p. 128.

maturiteit.<sup>442</sup> Daarnaast is het ook misleidend te denken dat je als onderzoeker rechtstreeks de stem van het kind aan bod kan laten komen door de quotes van de kinderen aan te halen doorheen de studie. De selectie van de quotes en de framing ervan gebeurt immers nog steeds door de onderzoeker zelf.<sup>443</sup> Het is dus zeker raadzaam om een kritische houding ten opzichte van de eigen onderzoekspositie te bewaren en dit gedurende heel het onderzoek.

### 1.3 Informed Consent

*Informed consent* is het principe dat zegt dat alle onderzoekssubjecten hun toestemming moeten geven alvorens hun gegevens voor onderzoek gebruikt kunnen worden. Zoals we reeds hierboven aanhaalden is het gebruik van een taal op maat van het kind hierbij van essentieel belang. Alvorens het kind goedkeuring geeft, moet dus in een begrijpbare taal aan hem of haar worden uitgelegd wie allemaal toegang zal hebben tot de data en waarvoor het interview gebruikt zal worden.<sup>444</sup><sup>445</sup> Hierbij moet de onderzoeker het kind eveneens op de hoogte stellen van het recht dat hij of zij heeft om op elk moment uit de studie te stappen.<sup>446</sup> Deze toestemming van het kind is echter, in tegenstelling tot die van één van de twee ouders, niet wettelijk vereist.<sup>447</sup> Desondanks vinden we in wetenschappelijke richtlijnen terug dat het onethisch zou zijn om op dit gebied aan het kind zelf voorbij te gaan.<sup>448</sup> Om die reden legden we telkens in klare taal aan het begin van het interview uit aan de ouders en het kind wat er met de data zou gebeuren, waarop we aan beide partijen vroegen of ze hiermee toestemden.<sup>449</sup>

Daarnaast heeft Utta Egghe, MKiT-verantwoordelijke van het productiehuis deMensen, in een vroegere fase van het onderzoek gebeld naar de ouders om te vragen of ze akkoord waren dat hun contactgegevens werden doorgegeven aan ons. Omwille van privacy redenen mogen deze gegevens immers niet zomaar worden doorgegeven en zeker niet als er kinderen bij betrokken zijn. Bijgevolg hadden we zonder hulp van het productiehuis deMensen dit onderzoek niet kunnen uitvoeren.

### 1.4 Deelnemers MKiT

De kinderen die we interviewden waren de zeventien kinderen die hun kunst kwamen tonen in MKiT. We kozen voor hen om verschillende redenen. Eerst en vooral leek het ons interessant om hun deelname aan het MKiT-programma te evalueren. We vroegen naar hun concrete ervaringen en probeerden zo ook te weten te komen wat zij vonden van tv-programma's om

---

<sup>442</sup> TISDALL (Kay E.). The Challenge and Challenging of Childhood Studies? Learning from Disability Studies and Research with Disabled Children, in *Children and Society*, 2012, vol. 26, nr. 3, p. 181-191.

<sup>443</sup> IBIDEM.

<sup>444</sup> IBIDEM.

<sup>445</sup> University College London Research Ethics Committee. *Guidance Note 1: Research Involving Children*. [Online] <http://tinyurl.com/c6odre3> [28.10.2012]

<sup>446</sup> IBIDEM.

<sup>447</sup> IBIDEM.

<sup>448</sup> IBIDEM.

<sup>449</sup> FARRELL (Ann). *Ethical research with children*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2005, p. 53.

kunst bij kinderen te promoten. Daarnaast stelden we ook telkens enkele vragen aan een volwassene die het kind begeleidde doorheen het proces, dit was meestal één van de ouders of de kunstleerkracht. Hierdoor kregen we een vollediger beeld van de ervaring, aangezien de begeleidende volwassene de contactpersoon was met het productiehuis deMensen.

Ten tweede was dit ook een uitgelezen kans om het na-effect van het programma te bestuderen. Een voordeel was immers dat de kinderen door hun deelname het programma op de voet hadden gevolgd en eveneens naar de andere afleveringen hadden gekeken, waardoor we konden polsen welke impact het programma had op hun beeld van de andere kunsten. Hierbij vroegen we ook naar de impact die de deelname had op hun eigen kunstbeoefening. Hierbij is het echter belangrijk dat we steeds rekening houden met het feit dat het hier gaat om kinderen die reeds zelf een (amateur)kunst beoefenen en bijgevolg sneller geïnteresseerd zijn in andere kunsten dan een doorsnee kind uit de Vlaamse bevolking.<sup>450</sup> Hieruit volgt dat deze studie van een atypische groep kinderen in geen geval mag veralgemeend worden naar alle kinderen die de VRT met dit programma bereikt heeft. Daarnaast is ook de sociale achtergrond van deze kinderen, we peilden naar het beroep, de opleiding en de kunstbeoefening van hun ouders, meegenomen in dit onderzoek. Hier gaan we dieper op in bij de analyse van de doelstelling diversiteit in hoofdstuk 3.

Ten derde hebben we hier te maken met mondige kinderen, één van de belangrijkste selectiecriteria van productiehuis deMensen<sup>451</sup> was immers dat de kinderen het hart op de tong moesten hebben en niet bang mochten zijn om hun eigen mening te uiten. Aangezien we in dit onderzoek net geïnteresseerd zijn in dit soort meningen, vroegen we eveneens aan deze kinderen hun visie op het beleid rond kinderen en kunst. Daarnaast stelden we hun in de rol van programmamaker en vroegen we naar suggesties om een programma te maken om kunst bij kinderen te promoten. Hierbij peilden we specifiek naar de rol die zij zouden geven aan televisie en meer specifiek de openbare omroep in het brengen van kunst voor kinderen.

De vierde en laatste reden waarom we voor de deelnemers van MKiT kozen, is omdat de participanten tussen de elf en dertien jaar oud waren toen ze deelnamen aan het programma en zich toen net in de sleutelleeftijd op het gebied van cultuurparticipatie bevonden. In de theorie zagen we namelijk dat het cruciaal is dat kinderen tussen de leeftijd van negen en twaalf jaar in contact komen met cultuur.<sup>452</sup> Deze leeftijdsgroep benoemen we vanaf nu met het begrip

---

<sup>450</sup> VAN DER HOEVEN (Quirine). *Van Anciaux tot Zijlstra. Cultuurbeleid en cultuurparticipatie in Nederland en Vlaanderen*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2012, p. 127-128.

<sup>451</sup> RAES (Pim), 22 februari, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>452</sup> NAGEL (Francine Antoinette). *Cultuurdeelname in de levensloop. Cultural Participation in the Life Course*. Doctoraat Universiteit Utrecht, 2004, p. 6.

*Tweens*, een verzamelnaam voor de groep tussen (jongere) kinderen en tieners ('in-between').<sup>453</sup><sup>454</sup><sup>455</sup>

Net als in de meeste kwalitatieve studies is de steekproef klein en hebben we doelgericht de participanten (de deelnemende kinderen, de betrokken volwassenen en de vijf experts; zie punt 2) geselecteerd opdat zoveel mogelijk stemmen van de betrokken partijen aan bod konden komen.<sup>456</sup> Bijgevolg moest er enkel van een doelgerichte steekproefmethode gebruik gemaakt worden. Er zijn echter ook risico's verbonden aan het kiezen van de participanten van MKiT als eenheden.<sup>457</sup> Loeka (fotografie), Jeroen (koorzang), Bjorn (locking), Wannas (draailier), Loes (animatie), Meya (twirling), Quinten (experimenteel theater), Sofie (volksdans), Laura (poëzie), Pommeliers (schilderen), Jade (pottenbakken), Vincent (euphonium), Alan (basgitaar), Kleine Ben (rap), Jef (goochelen), Siebrand (karikatuurtekenen) en Loïs (ballet) zijn bekend bij naam, waardoor het beschermende principe van anonimiteit wegvalt. Mede om die reden hameren we niet alleen op het principe van *informed consent*, maar rapporteren we ook na het interview de onderzoeksbevindingen aan het kind en de betrokken volwassene terug opdat zij zich ten volle bewust zijn van hoe hun interview verwerkt werd in de studie. Belangrijk hierbij is ook dat het niet om gevoelige onderwerpen gaat, waardoor we het gevaar van 'het niet anoniem zijn' van de betrokken kinderen kunnen relativiseren.<sup>458</sup> Desondanks is er bij het interviewen van kinderen nog meer waakzaamheid geboden dan bij het interviewen van volwassenen.<sup>459</sup> Bij dit onderzoek is het echter cruciaal dat de stem van de kinderen, in dit geval de deelnemers van MKiT, gehoord wordt.

### 1.5 Vragenprotocol

Bij het interviewen van kinderen is het aan te raden om eerder informeel met de kinderen om te gaan, aangezien formele interviewsituaties kinderen te veel aan een schoolcontext doen denken.<sup>460</sup> Interessant hierbij is ook dat kinderen meer van zichzelf gaan prijsgeven aan een onderzoeker als die ook iets van zichzelf blootlegt.<sup>461</sup> De mening van de onderzoeker over de interviewtopics wordt echter beter niet gedeeld, aangezien kinderen hierdoor geneigd kunnen zijn om sociaal wenselijk te gaan antwoorden. Het is bijvoorbeeld wel een idee om terloops te vermelden welke kunsthobby's de interviewer zelf ooit beoefende, omdat hierdoor eerder een

<sup>453</sup> DEVOS Franky, ASSELMAN (Evert), MAST (Gitte). XS. *Over kinderen, cultuur en communicatie*, Brussel, CultuurNet Vlaanderen, 2007, p. 51.

<sup>454</sup> IDEM, p. 7.

<sup>455</sup> CARLSSON (Ulla). *Children and youth in the digital media culture. From a Nordic horizon*. Göteborg, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media (Nordicom), 2010, p. 115.

<sup>456</sup> GREIG (Anne), TAYLOR (Jayne), MACKAY (Tommy). *Doing Research with Children*. London, Sage publications, p. 72-73.

<sup>457</sup> IDEM, p. 75.

<sup>458</sup> University College London Research Ethics Committee. *Guidance Note 1: Research Involving Children*. [Online] <http://tinyurl.com/c6odre3> [28.10.2012]

<sup>459</sup> IBIDEM.

<sup>460</sup> HOLSTEIN (James A.), GUBRIUM (Jaber F.). *Handbook of Interview Research: Context and Method*. London, Sage, 2001, p. 183.

<sup>461</sup> LOWE (Rosemarie J.). Children Deconstructing Childhood, in *Children and Society*, 2012, vol. 26, nr. 4, p. 269-279.

situatie van dialoog wordt gecreëerd dan een vraag-antwoordsetting, iets wat we omwille van machtsredenen (cf. supra 1.2.1) trachten te vermijden. Om die redenen verkozen we ook een semigestructureerd interview boven een interview met een rigide structuur.<sup>462</sup> Op die manier is het interview namelijk in grote lijnen gestructureerd, maar blijft er toch nog ruimte voor een vrije gedachtestroom van de kinderen.<sup>463</sup>

Het meetinstrument dat we bijgevolg hanteerden is een vragenprotocol, dit is een lijst met uitgeschreven vragen die in spreektaal zijn opgesteld, waardoor de interviewer als uitgangspunt aan iedereen dezelfde vraag stelt in ongeveer dezelfde bewoordingen.<sup>464</sup> Essentieel voor het slagen van een interview met een vragenprotocol bij kinderen is het gegeven van flexibiliteit. De onderzoeker moet steeds bereid zijn om in te spelen op de antwoorden van het kind, ook al betekent dit dat er een aantal andere vragen niet meer gesteld kunnen worden.<sup>465</sup> Het belangrijkste is namelijk om de ervaring van de geïnterviewde in de diepte en in diens eigen bewoordingen te weten te komen. Dit gaat voor op het zomaar kunnen afchecken van alle vragen.<sup>466</sup> Om het vragenprotocol op te stellen hebben we eerst alle belangrijke topics per thema gesorteerd, waarna we de categorieën rangschikten zodat we begonnen met enkele makkelijke inleidende vragen om zo over te gaan naar de moeilijkere sleutelvragen.<sup>467</sup><sup>468</sup> Hierbij probeerden we zoveel mogelijk ja-neenvragen om te vormen naar vragen met een open einde. Dit semigestructureerde vragenprotocol is te raadplegen in de bijlagen.

Zoals we reeds in 1.2.1 vermeldden, gebruikten we doorheen het vragenprotocol participatieve methodes om de aandacht van het kind vast te houden. Dit deden we op vier verschillende manieren. Eerst lieten we hun enkele foto's zien die gemaakt werden tijdens de opnames zelf, om zo enkele spontane herinneringen bij de kinderen op te roepen. Op een ander moment gaven we hun achttien kaartjes met de foto's van de kunsten op en vroegen we om die in volgorde te leggen van de kunsten die ze het liefste zouden doen naar kunsten die ze minder graag zouden doen. Die methode gaf de aanleiding tot de vraag of participanten door MKiT geïnteresseerd waren geraakt in de andere kunsten die in het programma aan bod kwamen. Het antwoord op die vraag vinden we terug in punt 3.4.2 van de onderzoeksbevindingen. Vervolgens vroegen we hun of ze alle kaartjes onder de term kunst zouden plaatsen en indien dit niet het geval was welke kaartjes ze uit deze 'kunstverzameling' zouden halen. Deze techniek zorgde voor een beter begrip van de visie die kinderen over kunst hebben en hoe ze het begrip definiëren (cf.

<sup>462</sup> GREIG (Anne), TAYLOR (Jayne), MACKAY (Tommy). *Doing Research with Children*. London, Sage publications, 2007, p. 122..

<sup>463</sup> MORTELMANS (Dimitri). *Kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven, Acco Uitgeverij, 2007, p. 216.

<sup>464</sup> IDEM, p. 217-218.

<sup>465</sup> HOLSTEIN (James A.), GUBRIUM (Jaber F.). *Op. Cit.*, 2001, p. 185.

<sup>466</sup> IDEM, p. 184.

<sup>467</sup> MORTELMANS (Dimitri). *Op. Cit.*, 2007, p. 221

<sup>468</sup> GREIG (Anne), TAYLOR (Jayne), MACKAY (Tommy). *Op. Cit.*, 2007, p. 123.

infra punt 1 en 2 onderzoeksbevindingen). Daarnaast lieten we hun ook nog een filmpje kijken, gemaakt door Nederlandse kinderen ter verdediging van de subsidies om kunst bij kinderen te promoten. Dit deden we om deze problematiek in een begrijpelijke taal en in de bewoordingen van kinderen zelf bij hen over te brengen. Omdat we hun opinie niet wilden beïnvloeden door het pro-subsidie filmpje, vroegen we reeds naar hun mening over dit thema vooraleer we het filmpje opstarten. Nadien polsten we naar de mening die ze hadden over het filmpje zelf. Doorheen het vragenprotocol maakten we tot slot op twee momenten gebruik van een rollenspel, waarbij we één keer het kind verplaatsten in de positie van een leerkracht en hun een andere keer in de huid lieten kruipen van een programmamaker. De foto's en het filmpje die we gebruikten tijdens deze participatieve methodes zijn te raadplegen in de bijlagen.

## 2. Interviewen van experts

Naast het interviewen van de MKiT-kinderen en een betrokken ouder of begeleider kozen we ervoor om de volgende vijf experts te interviewen:

- Kaat Peeters: voormalig directrice van het Forum voor Amateurkunsten, bedenkster van het MKiT-project en voorzitter van de commissie *Groeien in Cultuur*.
- Pim Raes: MKiT-verantwoordelijke van productiehuis deMensen.
- Fran Devriese: adjunct-netmanager van Ketnet.
- Chantal Pattyn: netmanager van Klara en drijvende kracht achter het *Klara4Kids* project.
- Suzy Bleys: raadgeefster Jeugd van het Kabinet van de Vlaamse minister van Onderwijs, Jeugd, Gelijke Kansen en Brussel, Pascal Smet.

De experts die we uitkozen hebben stuk voor stuk een jarenlange ervaring met het vraagstuk rond cultuurparticipatie en kinderen en hebben, met uitzondering van Chantal Pattyn, specifieke kennis over de beslissingsprocedures die voorafgingen aan het MKiT-project.<sup>469 470</sup> De semigestructureerde vragenprotocollen van deze vijf experts zijn te raadplegen in de bijlagen.

We kunnen drie types expertinterviews onderscheiden naargelang de functie die ze vervullen in een onderzoek. Zo zijn er explorerende expertinterviews die hoofdzakelijk oriënterend bedoeld zijn, gesystematiseerde expertinterviews die gericht zijn op het uitdiepen van de context van een bepaald beleidsproces en theorie-genererende expertinterviews die gericht zijn op het uitdenken van nieuwe concepten.<sup>471</sup> In dit onderzoek maken we gebruik van gesystematiseerde expertinterviews zodat we de visies van de deelnemende kinderen in een breder beleidskader kunnen plaatsen.

<sup>469</sup> FLICK (Uwe). *An Introduction to Qualitative Research*. Londen, Sage, 2009, p. 171.

<sup>470</sup> BOGNER (Alexander), LITTIG (Beate), MENZ (Wolfgang). *Interviewing Experts*. S.l., Palgrave Macmillan, 2009, p. IV.

<sup>471</sup> FLICK (Uwe). *Op. Cit.*, 2009, p. 166.



Het interviewen van experts levert ons heel wat voordelen op, aangezien we op die manier op relatief korte tijd veel informatie te weten komen over de omkadering van MKiT. Zonder deze expertinterviews zou het veel moeilijker zijn om toegang te krijgen tot dit soort informatie.<sup>472</sup> Bovendien kunnen experts ons ook gemakkelijk doorverwijzen naar soortgelijke experts, aangezien die vaak in een netwerk met elkaar verbonden zijn. Het is echter raadzaam om bij de analyse rekening te houden met het feit dat we soortgelijke experts hebben geïnterviewd, namelijk allemaal voorstanders van projecten als MKiT, en dat we hun visies moeten confronteren met de meer kritische visies van onder andere Gust De Meyer en Anne Bamford uit de theorie.

### **3. Analyse: Codering op basis Grounded Theory benadering**

Vooraleer we overgaan naar de onderzoeksbevindingen is het noodzakelijk dat we stilstaan bij de manier waarop we de data geanalyseerd hebben. Op die manier wordt de link tussen de ruwe data en de onderzoeksresultaten immers verduidelijkt, wat de betrouwbaarheid van het onderzoek verhoogt.<sup>473</sup> We analyseren de data volgens de codeermethode van de *Grounded theory*-benadering, één van de meest gebruikte methodes in kwalitatief onderzoek.<sup>474</sup> Het idee achter de *Grounded theory* is dat alle vaststellingen initieel moeten worden afgeleid uit de data om ze pas daarna te toetsen aan de theorie. De analyse zelf bestaat uit drie fases: open coderen, axiaal coderen en selectief coderen.

In de fase van het open coderen worden de getranscribeerde interviews opgedeeld in kleinere gehelen om vervolgens codes te kunnen toekennen aan die stukken tekst die we relevant achten voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen.<sup>475</sup> In de volgende fase van het axiaal coderen worden deze losse codes aan elkaar verbonden door stukken tekst met dezelfde code aan elkaar te linken. Deze uitgewerkte axiale categorieën worden op hun beurt onderworpen aan een selectieve codering waarbij ditmaal ook linken over de verschillende categorieën heen gezocht worden.<sup>476</sup> Om heel dit proces op een overzichtelijke manier te laten gebeuren, houden we een codeboom bij de hand, waarin we de belangrijkste codes en categorieën in een schema visualiseren. Deze codeboom ontstond grotendeels tijdens het coderen zelf; wel hielden we gedurende heel het proces de vijf doelstellingen van de afdeling Jeugd alsook de onderzoeksvragen in het achterhoofd.<sup>477</sup> De codeboom is te raadplegen in de bijlagen.

---

<sup>472</sup> FLICK (Uwe). *An Introduction to Qualitative Research*. Londen, Sage, 2009, p. 166.

<sup>473</sup> GREIG (Anne), TAYLOR (Jayne), MACKAY (Tommy). *Doing Research with Children*. London, Sage publications, 2007, p. 75.

<sup>474</sup> IDEM, p. 141.

<sup>475</sup> MORTELMANS (Dimitri). *Kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven, Acco Uitgeverij, 2007, p. 356.

<sup>476</sup> IBIDEM.

<sup>477</sup> IDEM, p. 404.

### HOOFDSTUK 3: ONDERZOEKSBEVINDINGEN

Vooraleer we overgaan tot de evaluatie van de vijf doelstellingen die het ministerie van Onderwijs opstelde voor *Mijn Kunst is Top*, staan we eerst even stil bij wat de deelnemende kinderen precies onder kunst verstaan en of ze het al dan niet belangrijk achten. Opnieuw moeten we hier in de kantlijn plaatsen dat deze kinderen reeds bezig zijn met een kunst en dus wellicht een grotere interesse hebben in kunst dan kinderen die niet met een kunst bezig zijn.

#### 1. Definitie kunst volgens kinderen

*“Wel, daar kan ik eigenlijk niet op antwoorden. Want, kunst? Wat is nu kunst? Je kan daar toch niet op antwoorden? Er bestaat daar toch geen echte definitie van, van ‘Kijk dat is nu kunst en dat niet.’ (Alan, basgitaar, 14)*

Alan, één van de oudste deelnemers van MKiT, verwoordde het treffend wanneer hij zei dat het erg moeilijk is om een definitie van kunst te geven. Zelfs met behulp van enkele participatieve methoden bleven de meeste kinderen dit een moeilijke vraag vinden. Toch slaagden ze erin om vrij concreet uit te leggen wat kunst voor hen betekent. Hierbij draait het vooral om de volgende drie sleutelwoorden; persoonlijkheid, talent en ontspanning.

Zo hadden zowel Wannes, Quinten en Bjorn het over het belang van je eigen mening of persoonlijkheid in een kunst te kunnen leggen. Vincent vond dan weer dat volksdans geen kunst was, omdat ze altijd hetzelfde dansje doen en er geen ruimte is voor eigen interpretatie. Jef trad hem hierin bij door te stellen dat het idee van volksdans is dat iedereen kan meedoen, terwijl een kunst eerder iets is dat niet zomaar iedereen kan. Hierbij werd al gauw duidelijk dat voor de kinderen talent ook een belangrijk element was om iets een kunst te noemen.

*“Het is pas kunst als dat zo iets moeilijk is, als iedereen het zo maar kan doen dan is dat niet meer speciaal.” (Laura, poëzie, 13)*

Jeroen sprak dit echter tegen en zei dat een kunst wel simpel kan zijn, maar ook hij benadrukte dat er dan wel een vorm van talent aanwezig moet zijn. Sofie legde dan weer het kaartje van animatie uit de kunstverzameling, omdat ze vond dat bijna iedereen met de computer kan werken. Goochelen vond ze toch ook niet helemaal in het rijtje passen aangezien veel kinderen volgens haar zo'n goocheldoos in huis kunnen halen. Toen we later vroegen aan goochelaar Jef wat hij hiervan vond, zei hij dat de vingervlugheid en de manier waarop een goochelaar zijn show brengt dingen zijn die niet zomaar iedereen kan, waarna hij het goochelkaartje wel in het rijtje liet liggen.

Interessant is dat Meya twirling, haar eigen ‘kunst’, eigenlijk eerder onder de categorie sport zou plaatsen, omdat kunst volgens haar vooral dient om te ontspannen en ze twirling daarvoor iets te intensief vindt. Siebrand had het eveneens over kunst als een vorm van ontspanning door te stellen dat kunst niet alleen leuk kan zijn voor de personen die het uitoefenen, maar ook voor mensen die ernaar kunnen kijken.

## 2. Belang kunst voor kinderen

*“Ja, dat is moeilijk want kunst is iets dat je mooi vindt dus. Ehm iets dat ik belangrijker vind dan dat ik mooi vind. Eigenlijk niet echt iets.”* (Quinten, experimenteel theater, 13)

*“Een mens is niets zonder kennis van zijn verleden, heden en toekomst.”* (Wannes, draailier, 13)

Om te weten te komen welk belang kinderen hechten aan kunst en wat hun visie is op het cultuurbeleid, vroegen we wat ze ervan vonden dat door de crisis vele subsidies voor kunst geschrapt werden. We kozen ervoor om dit vrij moeilijke thema aan te snijden om de stem van de kinderen over het cultuurbeleid serieus te nemen en ze ook op dit gebied niet zomaar over het hoofd te zien. Hierbij legden we ook eerst aan hen uit wat een begrip als subsidies precies inhield. Vervolgens lieten we hun het filmpje zien ‘Kinderen vragen om kunst’ dat te vinden is in de bijlagen. Zoals eerder vermeld vroegen we hun mening zowel voor als na het filmpje.

Voor het filmpje stelden we de kinderen onder andere de vraag hoe de wereld er volgens hen zou uitzien zonder kunst. Bjorn, Loes, Sofie, Laura, Siebrand en Loïs antwoordden los van elkaar unaniem hetzelfde: ‘saai’. Quinten zijn antwoord ‘leeg’ en Jeroen’s respons ‘zonder vreugde’ pasten ook in dit rijtje. Wannes formuleerde het iets specifieker:

*“Dan zouden de mensen volgens mij heel gesloten worden en zou de sociale gemeenschap in elkaar storten, denk ik, [...] want je hebt zo van die momenten dat je je verveelt of je voelt je niet op je gemak ofzo en dan kun je dat met uw bepaalde vorm van kunst uiten. En naargelang daarvan uw emoties beter in toom houden.”* (Wannes, draailier, 13)

Als we begonnen over het schrappen van subsidies voor kunst dachten Quinten, Laura Loes en Jeroen meteen aan de vele mensen die daardoor hun job zouden verliezen.

*“Ik vind dat ze dat niet moeten doen, mensen moeten hun job, hun passie kunnen doen. [...] Alles is kunst, alles wat hier staat, de tafel is ontworpen door iemand...”* (Loes, animatie, 13)

*“Zonder kunst zouden er geen kasten zijn! Dat is ook een soort kunst schrijnwerker. Als die mensen dat heel goed kunnen dan vind ik dat een kunst. En als die mensen ontslagen worden gaan die mensen zich vervelen en misschien andere stomiteiten doen ofzo”*  
(Jeroen, koorzang, 13)

Voorts vinden de iets oudere Pommeliers en Vincent het belangrijk dat er geld vrijgemaakt wordt om kunst bij kinderen te promoten en dit om te voorkomen dat kinderen gaan ‘no lifen’ en ganser dagen voor de playstation zitten. Bjorn trad hun hierin bij en zei dat het belangrijk is dat kinderen aan kunst doen, zodat kunst wordt doorgegeven en het kan blijven bestaan. Bjorn breidde hier nog een persoonlijk verhaal aan vast over zijn dansvereniging *Let’s go urban*. Zo wist hij te vertellen dat zijn vereniging subsidies krijgt en er hierdoor een andere mentaliteit heerst dan op zijn oude dansschool. Zijn mama verduidelijkte later:

*“Vroeger danste Bjorn bij een commerciële dansgroep, nu bij Let’s go Urban die gesubsidieerd zijn, en je merkt die andere mentaliteit wel; het is veel meer delen, veel meer vrij. Vroeger als ze zeiden stap naar rechts, moest Bjorn een stap naar rechts doen, terwijl onze Bjorn deed daar nog een extra draai bij, maar dit mocht niet. Nu moedigen ze deze creativiteit net aan. Als ze iets nieuw willen aanleren, zeiden ze vroeger ‘aahja kom maar op privéles en betaal maar extra’, nu doen ze dit gewoon gratis tussendoor. In zijn vorige dansgroep moest alles hoe dat zij het wilden en eenmaal Bjorn beter werd keerde dit tegen hem, ze waren zo competitief... Nu wordt de nadruk gelegd op ontplooiën.”* (Mama Bjorn)

In de theorie zagen we dat een subsidiegericht aanbodbeleid niet steeds zaligmakend is (literatuur hoofdstuk 1; 1.6). Deze quote van de mama van Bjorn is echter wel een mooi voorbeeld van één van de positieve bijwerkingen van subsidies die vaak over het hoofd wordt gezien. Subsidies dienen namelijk niet enkel om de financiële drempel te verlagen en innovatie te stimuleren, maar ook om een vrijere en minder competitieve mentaliteit tot stand te brengen in een vereniging. Deze mentaliteit van delen is van fundamenteel belang voor kinderen die opgroeien in een steeds meer individualistische samenleving waarbij geld vaak gezien wordt als het hoogste goed. Net als bij de vergelijking die we maakten tussen de openbare en de commerciële omroep ligt ook hier het verschil in het overstijgen van de economische

doelstelling door de pijlen te richten op het vervullen van meer sociaalgerichte doelen buiten de markt.<sup>478</sup>

Daarnaast was het ook opvallend dat Bjorn in zijn relaas over kunst uitdrukkelijk vermeldde dat hij sport minstens even belangrijk vindt als kunst. Siebrand nuanceerde eveneens het belang van kunst door te zeggen dat hij zich niet bezighoudt met het feit of hij al dan niet kunst tekent. Als we na het interview met de kinderen hun ouders aanspraken over de subsidieproblematiek waren zij opvallend kritischer dan hun kinderen. Dit is voor een deel uiteraard te verklaren, omdat de ouders beter dan de kinderen ook de nadelen van een subsidiebeleid kennen. De mama van Jade vond alleszins dat er meer prangende problemen in de wereld waren dan kunst. Net zoals de papa van Siebrand benadrukte ze het feit dat kunst niet alle problemen in de wereld kan oplossen. Deze redenering kwamen we reeds tegen in de theorie bij socioloog Herbert Gans, die er eveneens op wees dat er sociale problemen zijn die dringender om een oplossing vragen dan het cultuurbeleid en het utopisch is om te denken dat kunst de oplossing biedt voor alle problemen.<sup>479</sup>

De gitaarleraar van Alan was er daarentegen van overtuigd dat kunst één van de belangrijkste antigiffen is tegen de verzuring in de wereld. De papa van Wannes vroeg zich hierbij aansluitend af hoe het zover is kunnen komen dat onze wereld alleen nog maar draait om het verdienen van geld. Deze meningsverschillen leiden ons tot eenzelfde conclusie als in de literatuurstudie; alles hangt af van welke persoonlijke waarde iemand hecht aan kunst.

*“Hoe nuttig is cultuur? Het heeft geen aantoonbaar nut van ‘kijk, we steken daar zoveel geld in en dat krijgen we ervan terug.’ [...] Goed, als je geen geld meer wil steken in kunst, schrap dan eens alle muziek. Alle muziek weg. Dus geen muziekjes meer aan het begin van uw tv programma, geen muziekje opzetten in de auto, alles weg. Dan kan je al eens beginnen vragen: ‘Wat is de waarde daarvan?’.” (Gitaarleraar Alan)*

Het is alleszins heel revelerend dat in debatten als deze, waarbij in de literatuurstudie zware argumenten van positieve vrijheid en emancipatie werden aangehaald, het spontane antwoord van kinderen gehoord wordt dat het debat vaak veel concreter en tastbaarder maakt.

---

<sup>478</sup> LOWE (George Ferrell), JAUERT (Per). *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg, Nordicom, 2005, p. 52.

<sup>479</sup> MCGUIGAN (Jim). *Rethinking cultural policy*. Maidenhead, Open University Press, 2004, p. 121.

### 3. Vijf doelstellingen van de afdeling Jeugd

#### 3.1 Doelstelling 1&2: Kunst promoten & cultuureducatie bij kinderen

-*“Waarom vind je het belangrijk dat er mensen zijn die dansen promoten?”*

-*“Zodat het kan evolueren, zodat het kan blijven bestaan.”* (Bjorn, locking, 13)

De eerste doelstelling van de minister van Jeugd is gelijkaardig aan de tweede doelstelling van Ketnet, namelijk kunst promoten bij kinderen. Dit is een heel brede doelstelling die meer concreet vertaald wordt in de andere vier doelstellingen en waar we om die reden geen apart deel aan wijden. Bijgevolg is de tweede doelstelling nauw verbonden met het promoten van kunst bij kinderen en is deze gericht op het beter bekendmaken van het bestaande aanbod van kunst- en cultuureducatie in Vlaanderen.

In het evaluatierapport van Ketnet vinden we een erg gunstige evaluatie terug van deze twee eerste doelstellingen. Zo wist het programma volgens Ketnet een uiteenlopend scala aan kunstdisciplines in beeld te brengen waardoor de kijker een breder zicht kreeg op het kunst – en culturaanbod in Vlaanderen. Daarnaast wordt ook de doorkliklink op de *UitMetdeVlieg*-site geprezen, via dewelke kinderen makkelijker een kunstschool in hun omgeving kunnen vinden die de gewenste kunstdiscipline aanbiedt.<sup>480</sup> Hoewel we ons kunnen vinden in deze evaluatie van Ketnet, mogen we niet vergeten dat Ketnet haar eigen product hier evalueert. Om die reden evalueren we met de hulp van de deelnemende kinderen, hun ouders, Kaat Peeters en Suzy Bleys deze twee eerste doelstellingen op een iets kritischere wijze.

*“Ik vind eigenlijk gewoon dat kinderen daarmee in contact moeten komen en dat die dat moeten leren kennen en niet bijvoorbeeld alleen maar naar een museum gaan, want daarmee ken je kunst nog niet, en ik vind gewoon als die daar heel veel contact mee hebben dan zal er altijd wel één kunst zijn die de één beter ligt dan de andere. Want alé je hoort dat soms wel ‘van kunst is saai’, maar dat kan toch helemaal niet.”* (Loïs, ballet, 13)

Bovenstaande quote van Loïs haalt twee interessante punten aan voor een verdere analyse van de twee doelstellingen. Eerst en vooral wijst Loïs op het pluspunt van MKiT dat het kinderen op een speelse manier kennis laat maken met kunst, waardoor kinderen het kunstbegrip ook aan iets anders leren linken dan aan enkel een museumcontext. Ten tweede wijst ze op het belang van ‘heel veel’ contact te hebben met kunst en het is precies deze vaststelling die interessant is om te evalueren bij MKiT. Tot nu toe hebben we het programma, de MKiT-dag en de bijhorende websites immers steeds benoemd met de term ‘project’, wat duidt op het eindige en eenmalige

<sup>480</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

karakter ervan. In de theorie zagen we echter dat net dit projectmatige werd aangeklaagd in het Bamfordrapport. Volgens Anne Bamford is het pijnpunt van het cultuureducatiebeleid in Vlaanderen immers dat het te versnipperd en te ad hoc is om structurele veranderingen teweeg te brengen op lange termijn. De vraag is dus of MKiT erin geslaagd is om kinderen 'heel veel' en op lange termijn in contact te brengen met kunst. Toen we dit probleem voorlegden aan Kaat Peeters, voormalig hoofd van het Forum voor Amateurkunsten en voorzitter van de *Commissie Groeien in Cultuur* erkende ze dat MKiT 'slechts' een project is dat niet op jaarbasis zal worden voortgezet, maar, voegde ze hier onmiddellijk aan toe, het is er gekomen als gevolg van een bredere beleidsbeweging in cultuureducatie die wel bezig is met structurele maatregelen op lange termijn. De schokkende resultaten van het Bamfordrapport zelf waren volgens Kaat Peeters de aanleiding van deze omwenteling. Voorts bevestigde Peeters dat er veel initiatieven zijn rond cultuureducatie, maar dat een samenhangend beleid tot nu toe inderdaad ontbrak. Toch begint het landschap rond cultuureducatie volgens haar stilaan meer vorm te krijgen.

*"Canon Cultuurcel en Cultuurnet zijn de laatste tijd wel heel hard ermee bezig om het cultuuractief aanbod wat gericht te ontsluiten. En ondertussen is het zo voor het cultuurbeleid dat alle lokale besturen de beleidsprioriteit cultuureducatie hebben gekregen. De beleidsprioriteit jeugd is dan ook jeugdcultuur. [...] Wij zijn aan het pleiten bij de ministeries van je moet dat doen, je moet daarop inzetten dus het lange termijn effect is er toch denk ik, want hoewel het iets heel evenementieel was, mediagericht dan, heb ik toch het gevoel dat er heel wat verankerd is."* (Kaat Peeters)

De beleidsprioriteit jeugdcultuur waar Kaat Peeters het over heeft, houdt in dat voor de beleidsperiode 2011-2013 gemeenten extra middelen kunnen krijgen als ze een inspanning leveren op het vlak van jeugdcultuur. De Kinderhoogdag in Pepingen is hier een mooi voorbeeld van.<sup>481</sup> Naast de beleidsprioriteit is er echter nog een belangrijker instrument ingezet tegen de versnippering, namelijk de conceptnota *Groeien in cultuur* die we reeds tegenkwamen in de literatuurstudie. Om de samenhang binnen het veld van cultuureducatie te bevorderen ging deze conceptnota uit van de twee ministers samen, respectievelijk minister Schauvliege, bevoegdheid Cultuur en minister Smet, bevoegdheid Onderwijs en Jeugd. Aan deze nota hangt een werkgroep vast, de gelijknamige commissie *Groeien in Cultuur*, waarin vrij recent Kaat Peeters tot voorzitter verkozen werd. Deze commissie staat in voor het synchroniseren van de regelgeving op het gebied van cultuureducatie en wil structureel nadenken over cultuureducatie in de toekomst. Suzy Bleys, raadgeefster Jeugd van Pascal Smet, benadrukt net als Kaat Peeters dat

---

<sup>481</sup> AGENTSCHAP SOCIAAL-CULTUREEL WERK. *Overeenkomst ter ondersteuning van de audiovisuele reek 'Mijn Kunst is Top'*. Brussel, Agentschap sociaal-cultureel werk, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

MKiT inderdaad slechts een project is, maar dat het wel deel uitmaakt van een bredere vernieuwingsoperatie die verder wil gaan dan enkel 'ad hoc'-ingrepen op korte termijn.

*“Ik denk dat er heel veel structurele stappen gezet zijn rond cultuur en kinderen. Ik denk dat we een conceptnota ‘Groeien in cultuur’ hebben, we hebben die beleidsprioriteit bij de lokale besturen, bij de provincies hebben wij rond jeugdcultuur een aantal taken gegeven, we hebben een werkgroep die bezig is rond het screenen van de regelgevingen binnen de verschillende sectoren, dus naast het programma leeft het wel, het programma was de saus op het hele verhaal.” (Suzy Bleys)*

Op het niveau van de VRT is er volgens Chantal Pattyn, hoofd van Klara, ook nog ruimte voor een sterkere samenhang op het gebied van cultuur en kinderen en dit zowel tussen de VRT-departementen onderling als met het Deeltijds Kunstonderwijs:

*“Ik denk dat we een keer op VRT niveau moeten samenzitten, ik denk voornamelijk dat er nog een samenwerking inzit met het DKO, als je ziet hoeveel jonge kinderen muziekles volgen.” (Chantal Pattyn)*

### **3.2 Doelstelling 3: Laagdrempeligheid**

*“Het is een beetje ‘Het Leven Zoals het Is’ ook, maar dan vanuit een invalshoek ‘Kunst’. En dat is tof dat dat met gewone mensen is. Als dat altijd maar met bekende gezichten is, dan zit je ernaar te kijken en ik kan mij inbeelden dat een kind dan denkt van: ‘Ja, dat is tof, maar niet voor mij. Alé, anders krijg je een soort ehm... hoe zeggen ze dat, een verhoogje...” (Gitaarleraar Alan)*

De derde doelstelling van het ministerie van Onderwijs gaat over het belang van het verlagen van drempels. De kunstdisciplines dienen zo aangebracht te worden dat ze door de kijker worden gepercipieerd als laagdrempelig, aldus het ministerie van Onderwijs.<sup>482</sup> In de evaluatie van Ketnet vinden we terug dat vijf punten ervoor zorgden dat MKiT drempelverlagend werkte. Eerst en vooral werden de kunstdisciplines in het programma gepromoot door kinderen zelf, wat kijkende kinderen volgens Ketnet sneller het gevoel gaf dat ze dit ook konden doen.<sup>483</sup> Wannas beaamde deze stelling van Ketnet in onderstaande quote:

*“Omdat als je voor jonge kinderen eerder volwassene, oudere mensen gaat tonen, gaat het de indruk geven van het is een instrument voor oudere mensen, maar als je het aantoont*

<sup>482</sup> AGENTSCHAP SOCIAAL-CULTUREEL WERK. *Overeenkomst ter ondersteuning van de audiovisuele reek ‘Mijn Kunst is Top’*. Brussel, Agentschap sociaal-cultureel werk, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>483</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.



*met jonge mensen dan geef je de indruk van 'ja mensen van mijn leeftijd spelen het, dus waarom zou ik het niet doen'* (Wannes, draailier, 13)

Op het positieve effect dat werd veroorzaakt door kinderen zelf in de hoofdrol te plaatsen komen we terug in deel 4.2.1. Als tweede drempelverlagend middel werd aan presentator Adriaan Van de Hoof gevraagd om zijn rol zo te spelen dat hij leergierigheid en nieuwsgierigheid opwekte.<sup>484</sup> Een rol die de presentator wist te volbrengen met verve bevestigden Bjorn, Loes, Quinten en Jade. Ten derde moest ook het concept zelf waarbij twee beginners op korte basis een kunstdiscipline aangeleerd krijgen drempelverlagend werken.<sup>485</sup> Dit alles werd dan ook nog eens gebracht met drie concrete tips en weinig materiaal, waarbij de nadruk eerder lag op het proces dan op het resultaat.<sup>486</sup> Het vijfde en laatste punt dat drempelverlaging in de hand moest werken was humor, het humorgehalte maakte de reeks niet alleen breed toegankelijk, maar zorgde er ook voor dat het aangenaam was voor volwassenen om mee te kijken naar het programma.<sup>487</sup>

*"Ja want er zijn zo dingen voor kinderen die voor ouderen een opoffering zijn om naar te kijken, maar dit is dat niet. Het is alvast iets heel anders dan vroeger Kunstzaken, dat gaf je meer een afkeer, Mijn Kunst is Top is veel toegankelijker en niet enkel voor een beperkt kunstpubliekje"* (Mama Quinten)

*"Adriaan dat is wel een hele zotte, die bleef zot. Die bleef mopkes maken."* (Bjorn, locking, 13)

*"Dat was ehm...Adriaan stond te bellen met een WC-bril (lacht), dat doet mij vooral denken aan het publiek dat hij deed lachen, dat was zo bijna het hoogtepunt van de sketch zo."* (Quinten, experimenteel theater, 13)

In het theoretische gedeelte zagen we dat de culturele sector een voorstander is van drempelverlaging oftewel verbreding, maar dat dit voor hen niet ten koste mag gaan van het meer verdiepende cultuuraanbod op de VRT. Op het gebied van kinderprogramma's is iedereen het echter eens dat vooral op het verbredende, 'laten proeven van' aspect moet worden ingespeeld. Kaat Peeters vertelde dat ook bij het Forum voor Amateurkunsten vooral de nadruk op verbreding wordt gelegd en volgens haar doet de VRT dit best ook.

---

<sup>484</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>485</sup> IBIDEM.

<sup>486</sup> IBIDEM.

<sup>487</sup> IBIDEM.

*“Ik vind dat het ene het andere niet uitsluit en dat het ene het andere versterkt. Je hebt breedte nodig om ook diepte te kunnen krijgen, maar je moet wel absoluut eerst op verbreding inzetten, want het verdiepende is een gevolg daarvan.” (Kaat Peeters)*

Kaat Peeters benadrukte daarnaast ook het belang om sommige culturele instellingen wat te temperen in hun verdiepende ambities voor de VRT:

*“Op het overlegplatform voor de cultuursector van de VRT zaten er mensen van theaterinstellingen en die zeiden allemaal ‘u moet onze producties tonen op tv’, waarop de VRT uiteraard antwoordde dat dit geen goede tv oplevert. Op die momenten denk ik ook wel van die mensen ‘alsjeblieft, kruip eens een keertje in een helikopterperspectief.’” (Kaat Peeters)*

### **3.3 Doelstelling 4: Diversiteit**

De vierde doelstelling bestaat erin een zo divers mogelijk publiek van jonge kijkers te informeren over de diversiteit van het aanbod aan kunstvormen en -methoden.

*“Je moet proberen van verschillende dingen [...] zodat je je talenten ondervindt, ook al is dat niet je talent, je kunt er nog in oefenen en uitblinken op de manier dat jij dat doet.” (Bjorn, locking, 13)*

#### *3.3.1 Diversiteit in kunstdisciplines*

In de toelichting van het MKiT-project (cf. supra) haalden we reeds het gesprek met MKiT-producent Pim Raes aan die vertelde dat de kunsten moesten geselecteerd worden uit drie categorieën; actie-kunsten, muzische kunsten en beeldende kunsten om de diversiteit te bewaren.<sup>488</sup> Daarnaast onderstreept Ketnet dat er ook rekening werd gehouden met de variatie tussen kunsten die vooral beroep deden op veel of weinig materiaal, een binnen- of buitenomgeving, een individuele of een groepscontext, enz.<sup>489</sup> Bij de uiteindelijke keuze van de acht kunstdisciplines uit de drie categorieën was het maken van goede televisie (actie, niet te statisch, mooie beelden, ...) <sup>490</sup> doorslaggevend. Fran Devriese voegde hier aan toe dat ze vooral de kinderen kennis wilden laten maken met atypische kunstdisciplines, maar dat ze er bewust ook een aantal bekende kunstdisciplines aan hebben toegevoegd om het programma aantrekkelijk te maken:

*“We willen een aantal dingen tonen die kinderen wel al kennen, want daardoor kijken ze gemakkelijk. En dan moet je er een aantal dingen tussensteken die ze niet kennen en dan*

<sup>488</sup> RAES (Pim), 22 februari 2013, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>489</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>490</sup> IBIDEM.

*staan ze daar al voor open en zo leren ze bij. Ik denk dat dat de redenering is.”* (Fran Devriese)

Deze redenering doet bijna denken aan een *light*versie van de sandwichformule waar we het in de literatuur over hadden. Net zoals er vroeger een cultureel programma tussen twee iets populairdere programma's werd ingevoerd, werd er ditmaal een atypische kunst tussen een aantal populairdere kunsten geplaatst.<sup>491</sup>

### 3.3.2 Diversiteit in locatie en type kunstscholen

Naast de diversiteit in kunstdisciplines moest er uiteraard ook rekening gehouden worden met de diversiteit wat betreft de locatie en het type van deelnemende kunstscholen. Het Forum voor Amateurkunsten koos er daarom voor om zowel kunstorganisaties uit het verenigingsleven als kunstscholen uit het DKO aan bod te laten komen.<sup>492</sup> Qua locatie was het aanbod echter eerder pragmatisch samengesteld, wat het grote aanbod in Gent verklaart, waar ook het Forum zelf gelegen is.

### 3.3.3 Diversiteit in sociale achtergrond deelnemende kinderen

*“Vaak zie je bij een theatervoorstelling of een muziekworkshop voor kinderen de Vlaamse middenklasse met hun kroost. Allochtonen of arbeiders zal je er zelden of nooit aantreffen. Als ouders in de jeugdbeweging geweest zijn, worden hun kinderen vaak ook lid. Hetzelfde geldt voor kunst en cultuur. Maar kinderen die niet zulke ouders hebben, moeten ook weten dat er dingen zijn om creatief bezig te zijn. Het blijft belangrijk dat kinderen opgroeien met kunst en cultuur.”*<sup>493</sup> (Pascal Smet)

In de theorie zagen we dat de deelname aan culturele activiteiten één van de naar sociale achtergrond meest ongelijk verdeelde vormen van gedrag is in de moderne samenleving.<sup>494</sup><sup>495</sup> Het Kinderrechtenverdrag onderstreept om die reden dat er maatregelen moeten worden genomen zodat ieder kind een gelijke kans heeft om deel te nemen aan kunst en cultuur.<sup>496</sup> Eén van de belangrijkste doelen van MKiT is dan ook om via televisie die kinderen te bereiken die van thuis uit niet met kunst en cultuur in contact komen. In de literatuur zagen we immers dat de openbare omroep een belangrijke rol kan spelen in het democratiseren van cultuur. Kaat Peeters van het Forum voor Amateurkunsten is er eveneens van overtuigd dat de openbare omroep hierin een doorslaggevende rol kan spelen en dit omdat laatstgenoemde erin slaagt om

<sup>491</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 377

<sup>492</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>493</sup> DEBACKERE (Jan). Ketnet geeft kinderen goesting in kunst, in *De Morgen*, 15 februari 2012, p. 36.

<sup>494</sup> BOURDIEU (Pierre). *Distinction: a social critique of the judgment of taste*. Cambridge, Harvard University Press, 1984, p. 5.

<sup>495</sup> NAGEL (Francine Antoinette). *Cultuurdeelname in de levensloop. Cultural Participation in the Life Course*. Doctoraat Universiteit Utrecht, 2004, p. 1.

<sup>496</sup> VERENIGDE NATIES. *Verdrag inzake de rechten van het kind*. [Online] [www.kinderrechten.nl/images/13/194.pdf](http://www.kinderrechten.nl/images/13/194.pdf) [03.02.2013]

op een toegankelijke manier binnen te dringen in het thuismilieu van het kind, wat volgens haar nog steeds het meest bepalend is.

*“De rol van de VRT is enorm belangrijk en dat omdat het thuismilieu nog altijd belangrijker is dan school. Om kinderen te prikkelen om cultureel actief te zijn, is het thuismilieu het meest bepalend” (Kaat Peeters)*

Problematisch hierbij is echter dat uit het onderzoek van VUB-socioloog Mark Elchardus blijkt dat kinderen die naar een openbare omroep kijken reeds vaker uit een gezin komen dat sowieso al een bepaalde culturele interesse heeft.<sup>497498</sup> Fran Devriese, adjunct-netmanager van Ketnet ziet ook zelf de problematiek hiervan in, maar toch is dit voor haar geen argument om de VRT-initiatieven rond cultuurparticipatie bij kinderen af te voeren.

*“TV is een breed platform eh, dus we bereiken daar al sowieso kinderen mee die dat van thuis uit niet zo aangeboden krijgen, maar kinderen die naar de openbare omroep kijken die zitten sowieso al wat in die gezinnen, ja. Maar toch, ik denk dat er nog altijd bereikt worden die anders niet de kans ertoe zouden krijgen.” (Fran Devriese)*

Voorts is het belangrijk, wil men die groep van kinderen bereiken die niet van thuis uit met cultuur wordt geconfronteerd, dat men in het programma kinderen in de hoofdrol plaatst waar ook die groep zich in kan herkennen. Bovendien moet er bij Ketnet-programma's, net zoals bij alle andere programma's die uitgaan van de VRT, sowieso rekening gehouden worden met de diversiteit van de mensen die in beeld worden gebracht. Fran Devriese vertrouwde ons toe dat Ketnet hieromtrent geen strikte percentages krijgt opgelegd. De productiehuizen worden wel gebriefd op deze diversiteit en nadat dit productiehuis research heeft gedaan naar de kandidaten, geeft Ketnet al dan niet haar goedkeuring wat betreft het diversiteitscriterium. Fran Devriese omschreef dit proces als volgt:

*Het is zo dat heel die research dat doet het productiehuis eh, maar vanuit Ketnet worden die productiehuizen, maar dat geldt voor alle programma's, niet alleen voor dit, diversiteit daar wordt een productiehuis echt op gebriefd, en dus zij doen het werk en zij leggen dat dan aan ons voor en wij letten daar wel op hoeveel kinderen dat daar inzitten of met een kleurtje of met een wat exotisch klinkende naam, sowieso ook jongens-meisjes, personen met een handicap, alé het productiehuis doet dat zelf ook als ze research doen, maar wij zijn uiteindelijk wel degenen die goedkeuring geven. (Fran Devriese)*

---

<sup>497</sup> ELCHARDUS (Mark). *De symbolische samenleving: en exploratie van de nieuwe sociale en culturele ruimtes*. Tielt, Lannoo Uitgeverij, 2005, p. 27.

<sup>498</sup> ELCHARDUS (Mark). *De dramademocratie*. Tielt, Lannoo Uitgeverij, 2002, p. 48.

Eveneens in de MKiT-conceptvoorstelling van productiehuis deMensen is volgend statement terug te vinden:

*“De kunstensector staat open voor alle bevolkingslagen en sluit niemand uit. In de selectie van de deelnemende kinderen wordt rekening gehouden met deze diversiteit. Elke jeugdige kijker moet zich kunnen herkennen in de jonge kunstenaars.”<sup>499</sup>*

Hierbij aansluitend vroegen we aan de deelnemende kinderen hoe de selectieprocedure van het productiehuis deMensen precies in haar werk ging. Deelnemer Jeroen van koorzang antwoordde hier expliciet op dat ze zijn koor gekozen hadden, omdat het uit verschillende nationaliteiten bestond.

*“Wij zongen mee in het koorprogramma van ‘Koor van het jaar’. Daar hebben ze gezien dat we echt een koor zijn met verschillende nationaliteiten. [...] Dat sprak hun meer aan.”*  
(Jeroen, koorzang, 13)

We kunnen echter de vraag stellen in hoeverre er eveneens rekening gehouden werd met de diversiteit naar sociale achtergrond van de deelnemende kinderen zelf. Om die reden vroegen we in elk interview naar het beroep en de eventuele kunstbeoefening van de ouders. Dit resulteerde in de onderstaande tabel:

Deelnemend kind, kunstbeoefening	Beroep ouders	Kunstbeoefening ouders	Extra
Loeka, fotografie	Beiden onderwijzers middelbaar	Mama: fotografie Papa: begeleiding zang	Mama is tevens begeleidster van Loeka
Jeroen, koorzang	Beiden zelfstandige zaak in tuin- en landbouwmachines	Beiden geen kunstbeoefening	Jeroen houdt als enigste in het gezin van opera en luistert naar Klara
Bjorn, locking	Mama is bediende, papa is politie-inspecteur	Beiden geen kunstbeoefening	/
Wannes, draailier	Mama is ‘muzo-juf’, papa geeft les in hoger onderwijs (ingenieur)	Mama: diachronische accordeon Papa: draailier	Bewust kinderen aangezet spelen folkinstrument

<sup>499</sup> DEMENSEN. *Concept: Mijn Kunst is Top! Een programma van deMENSEN voor Ketnet*. Sint-Stevens-woluwe, deMENSEN, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

Loes, animatie	Mama heeft winkel in maatwerk, papa hoofd platenmaatschappij	Mama kostuumontwerp	Loes zit op de Steiner school, strookt met visie ouders
Meya, twirling	Mama werkt in Colruyt, papa is productie-arbeider	Beiden geen kunstbeoefening	/
Quinten, experimenteel theater	Mama is bediende, papa werkt in de logistiek	Beiden geen kunstbeoefening	/
Sofie, volksdans	Beiden zelfstandig tandarts	Mama: fluit Papa: trompet, piano en gitaar	Sofie speelt onder impuls ouders ook muziek
Laura, poëzie	Mama is interieurarchitecte, beroep van papa niet gekend	Beiden geen kunstbeoefening	De begeleidster van Laura is haar nonkel, nog schrijvers en acteurs in familie
Pommeliën, schilderen	Mama is verpleegkundige, papa is ingenieur	Mama: vroeger keramiek, interesse in schilderijen	Pommeliën kijkt op naar haar opa, een aquarel-schilder
Jade, pottenbakken	Mama is vertaalster, papa is bediende	Mama: ontwerpt juwelen	/
Vincent, euphonium	Mama is verpleegkundige, papa werkt in de bank	Papa: bariton, euphonium en dirigent	Papa is begeleider van Vincent
Alan, basgitaar	Mama is werkzoekende, papa is advocaat	Mama: frequente museumbezoekster Papa: amateurfotograaf	Alan gaat elke week met zijn moeder naar een museum
Kleine Ben en King B (Ben en Owuse), rap	Manager Sami Abdou vraagt om geen informatie van de ouders prijs te geven.		
Jef, goochelen	Mama is huisvrouw en mandenvlechtster in bijberoep, papa is professor biologie	Mama: mandenvlechtster, Papa: zingt en speelt mondharmonica	Jef heeft nog erg veel hobby's naast goochelen: tapdans, keyboard, drum, ukelele en mondharmonica
Siebrand, karikatuur tekenen	Mama heeft muziekpraktijk, papa is adviseur cultuur van de provincie Antwerpen	Mama: draailier Papa: muzikant van opleiding, piano en nog enkele instrumenten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siebrand zit op de Steiner school</li> <li>• heeft leren tekenen van zijn opa</li> <li>• thuis hebben ze</li> </ul>

			bewust geen tv.
Loïs, ballet	Mama is professioneel danseres, papa is assistent technisch directeur van NT Gent	Mama: ballet	Oma werkte lang in museum voor Schone Kunsten in Gent

Wat onmiddellijk opvalt in deze tabel is dat enkel de ouders van Jeroen, Bjorn, Meya, Quinten en Laura geen uitgesproken artistieke hobby hebben. We kunnen dus stellen dat de kinderen die op tv getoond werden in elf van de zestien gevallen (de ouders van Kleine Ben en Maurice buiten beschouwing gelaten) afkomstig zijn uit een gezin waar een zekere culturele interesse reeds aanwezig is. Eigenlijk zouden we zelfs Laura aan dit rijtje kunnen toevoegen, want hoewel haar ouders geen specifieke kunst beoefenen, heeft ze wel een nonkel die dichter is en twee anderen die acteur zijn.

Wellicht zijn Ben en zijn broer Owuse de deelnemers die het meest in het oog springen. Deze twee rappende broers van Ghanese afkomst worden het liefst aangesproken met hun artiestennamen 'Kleine Ben' en 'King B' en hebben een youtube-hit te pakken met de single 'strafstudie'. Omdat ze almaar succesvoller worden, was hun manager Sami Abdou (CEO van het label Made Men Music) ook aanwezig tijdens het interview. Het viel op dat Sami als hij de jongens zag onmiddellijk polste naar hun punten op school. Kleine Ben en King B zitten in het derde en tweede jaar administratie en het blijkt goed te gaan. In het interview liet Sami ook vallen dat hij het belangrijk vindt dat de jongens rappen in een 'proper' taalgebruik en dat tenminste tot als ze achttien zijn. "*Mensen hebben vaak een fout beeld van ons*" voegde Kleine Ben hier aan toe. Ook in een artikel in de *Gazet van Antwerpen* benadrukken de jongens dat ze niet zomaar wat jongens zijn die op straat hangen met petjes en brede broeken aan.<sup>500</sup> Het feit dat deze jongens houden van boeken lezen en poëzie, "*want dat is veel beter voor uw woordenschat (voor het schrijven van rapteksten)*", is misschien wel het beste bewijs dat ze niet zomaar passen in het stereotiep van rappende jongeren. Na het interview vroeg Sami in zijn respons op de bedank-email om geen informatie over de ouders van de jongens prijs te geven en dit omwille van een complexe gezinssituatie.

Op het gebied van diversiteit naar sociale achtergrond van de participanten kunnen we besluiten dat MKiT tekortschiet. De belangrijkste doelgroep, kinderen die van thuis uit niet in aanraking komen met kunst, konden zich immers niet herkennen in het merendeel van de kinderen die aan bod kwamen in MKiT. Toch kunnen we dit niet wijten aan een slechte selectieprocedure van het

<sup>500</sup> SILLIS (Marijn). "We zijn geen jongens die wat op straat rondhangen", in *Gazet van Antwerpen*, 9 februari 2013, p. 28.

productiehuis deMensen, zij werden immers enkel zeer algemeen gebriefd op diversiteit (vb. eveneens kinderen met niet-Belgische roots en een handicap in beeld brengen, zie quote Fran Devriese) en hadden dus geen verplichting van bovenaf om daarnaast ook de gezinssituatie wat betreft kunst en cultuur mee te nemen in hun research. Een mogelijke oplossing voor dit probleem vonden we echter op een onverwachte plaats, namelijk bij de deelnemende kinderen van MKiT zelf. Wanneer we hun vroegen hoe zij een tv-programma om kunst te promoten bij kinderen zouden brengen, kwamen vijf van hen los van elkaar op het idee om gewoon kinderen van op straat uit te pikken om zo aan te tonen dat iedereen een kunst kan beoefenen. Op deze suggesties van de MKiT-participanten voor het maken van een kinderkunstprogramma komen we terug in deel 4.2.1.

### *3.3.4 De onvoorspelbare factor*

In dit deel willen we toch nog een kleine nuancering meegeven over de rol die de sociale achtergrond (beroep en kunstbeoefening ouders of familie) van een kind speelt op de latere interesse in kunst en cultuur van het kind zelf. In de literatuur zagen we dat de kunstbeoefening (vooral op het gebied van amateurkunsten) en de opleiding van de ouders de twee belangrijkste determinanten zijn voor de cultuurparticipatie van het kind. Hierbij zagen we ook dat kinderen die dit niet meekrijgen vanuit hun thuismilieu, toch nog steeds via educatie, media, jeugdwerkers etc. aangespoord kunnen worden om aan kunst of cultuur te doen. Nu is er echter nog een andere factor die bepaalt of het kind al dan niet aan cultuurparticipatie zal doen. Zo gaf Chantal Pattyn, netmanager van Klara, in een persoonlijke intermezzo over haar eigen cultuurverhaal het volgende aan:

*“Net zoals ik in de lezing van HetPaleis uit de doeken heb gedaan, kom ik uit een compleet acultureel milieu, wij hadden geen boek thuis en er werd Het Nieuwsblad gelezen. [...] Maar goed, ik heb blijkbaar wel een gen dat daarover ontvankelijk is. Maar ik ben niet alleen, heel veel mensen die met cultuur bezig zijn, komen uit een acultureel milieu, dat is bizar hoor, Gerard Mortier, zijn vader was bakker, de mijne was beenhouwer. Er zijn ook heel veel mensen die het omgekeerde meemaken eh, die komen uit een hypercultureel milieu en gaan dan totaal andere dingen doen, ik ken heel veel mensen en de mama en de papa hebben een kunstcollectie van hier tot in Tokyo en they don't give a shit. Alé dus er is ook een onvoorspelbare factor.” (Chantal Pattyn)*

Er zijn met andere woorden enkele gevallen die niet zomaar binnen het klassieke sociologische kader van cultuurparticipatie te verklaren zijn en dit komt omdat er ook zoets is als een onvoorspelbare factor die puur uit het kind zelf kan komen. De vader van MKiT-deelnemer



Siebrand, Wim Verhulst, die tevens cultuuradviseur van de provincie Antwerpen is, trad Chantal Pattyn hierin bij.

*Ik kom zelf uit een familie waar er, ja, mijn ouders hebben een lage opleiding genoten, mijn grootouders zijn arbeiders en hebben sociale armoede gehad, ehm mijn ouders hebben wel gezien dat ik een talent had, dus ik had een talent en ze hebben wel gezegd 'ok, doe daar iets mee', ik denk het is een stukje van, zoals je dat met vele ziet eh, van het moet een stuk vanuit het kind zelf komen. (Papa van Siebrand, Wim Verhulst, cultuuradviseur provincie Antwerpen)*

Interessant om hierbij te vermelden is dat MKiT-participant Jeroen, één van de vier deelnemers van wie de ouders geen kunst beoefenen, naar Klara luistert en een operaliefhebber is terwijl de rest van zijn gezin daar niet zo tuk op is. Jeroen krijgt deze liefde voor klassieke muziek ook mee via het koor waar hij inzit, maar toch moet de motivatie om naar Klara te luisteren volgens ons ook een stuk bij Jeroen zelf liggen. Deze redenering doet ons terugdenken aan de negatieve vrijheidsconceptie die een groter vertrouwen legt in de eigen kracht van het individu dan dat de positieve vrijheid dit doet.<sup>501</sup>

### **3.4 Doelstelling 5: Positieve effect op participatie**

De vijfde doelstelling is het positieve effect van MKiT op cultuurparticipatie bij kinderen. Het precieze effect van het project op alle betrokken kinderen (zowel de kijkers als de deelnemers) is onmogelijk in kaart te brengen in een kwalitatieve studie. Zelfs met een kwantitatieve survey zou dit methodologisch moeilijk zijn aangezien het effect op participatie zich niet steeds op korte termijn manifesteert. Om die reden operationaliseren we effect in de kwalitatieve zin en focussen we ons enkel op het positieve effect dat MKiT heeft gehad op de cultuurparticipatie van de deelnemende kinderen.<sup>502</sup> De evaluatie van Ketnet van deze doelstelling heeft echter wel betrekking op alle kinderen in Vlaanderen die het programma volgden. We gaan hier eerst eventjes op in alvorens meer specifiek het effect op de deelnemers zelf te bespreken.

Ketnet haalt vier argumenten aan om te bewijzen dat het programma een positief effect heeft gehad op de cultuurparticipatie bij kinderen. Eerst en vooral wijst de kinderzender op het feit dat kinderen zelf de kans kregen om de hoofdrol te spelen in MKiT en dus de mogelijkheid hadden om te participeren aan een tv-programma.<sup>503</sup> Naast het programma werd de participatie aangewakkerd door tevens een MKiT-dag te organiseren, waar veel kinderen gratis de kans

<sup>501</sup> BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, p. 262.

<sup>502</sup> AGENTSCHAP SOCIAAL-CULTUREEL WERK. *Overeenkomst ter ondersteuning van de audiovisuele reek 'Mijn Kunst is Top'*. Brussel, Agentschap sociaal-cultureel werk, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>503</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

kregen om mee te participeren in een workshop van een kunstdiscipline naar keuze.<sup>504</sup> Voor het derde argument haalt Ketnet het MKiT-Atelier op de Ketnetsite aan, waar kinderen tips en tricks kunnen krijgen om thuis zelf aan de slag te gaan. Bovendien vinden ook leerkrachten en jeugdwerkers hier uitgewerkte spelvoorbereidingen terug om kunst aan te brengen in de klas of in het jeugdlokaal. Ten vierde ziet Ketnet ook de doorkliklinks naar kunstscholen op de *UitMetVlieg*-site van Cultuurnet als een middel om de cultuurparticipatie bij kinderen te verhogen.<sup>505</sup> In deel 4.2 van hoofdstuk 1 zagen we bovendien dat deze *UitMetVlieg*-homepagina in de periode februari-juni 2012 door heel wat gebruikers aangeklikt werd, 17.837 keer om precies te zijn. Het MKiT-project trok daarmee dubbel zoveel bezoekers op de *UitMetVlieg*-site dan voorheen.<sup>506</sup>

Participatie in het algemeen, en dus niet enkel cultuurparticipatie, is één van de drie belangrijkste principes van Ketnet. Fran Devriese vertelde ons dan ook dat ze bij Ketnet in alles wat ze doen deze participatie proberen mee te nemen. Hier voegde ze wel de nuancering aan toe dat uit recent onderzoek van het studiecentrum van de VRT<sup>507</sup> is gebleken dat Ketnet in het verleden heeft overdreven met deze nadruk op participatie. Door voortdurend te zeggen ‘ga nu naar de website’, ‘maak een tekening en stuur hem op’, enzovoort, werden de kinderen namelijk moe en hadden ze het gevoel dat ze steeds hun betere ik moesten zijn tijdens het bekijken van de kinderzender. *“Hoewel het de taak van Ketnet is om kinderen te stimuleren, moeten we ook rekening houden met waar de kinderen op dat moment van de dag nood aan hebben”*, aldus Fran Devriese. In deze tijd waar kinderen na school reeds veel buitenschoolse activiteiten gepland hebben, moet er volgens haar op Ketnet ook ruimte gemaakt worden voor programma’s waarbij de kinderen rustig in hun zetel kunnen blijven zitten.

*“Heel dat interactieve en heel die hype daarrond moest dus eigenlijk een beetje teruggeschroefd worden. Participatie blijft voor ons heel belangrijk, maar we hebben gezegd dat dat niet meer in elk programma heel erg aanwezig moet zijn, dat er ook programma’s moeten zijn waar ze gewoon naar kunnen kijken. [...] We houden dus wel nog steeds twee mobiliserende projecten per jaar zoals de beheersovereenkomst dat opdraagt, maar we zitten nu gewoon in een betere mix tussen de twee.”* (Fran Devriese)

Hierbij moeten we echter opmerken dat Fran Devriese de begrippen participatie en interactief door elkaar haalt, een gevaarlijke begripsverwarring waar we ook al op wezen in de literatuur. En hoewel we in de theorie zagen dat interactiviteit een mogelijke voorwaarde kan zijn opdat er

<sup>504</sup> KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>505</sup> IBIDEM.

<sup>506</sup> VANLAER (Elien) ([Elien.Vanlaer@cultuurnet.be](mailto:Elien.Vanlaer@cultuurnet.be)) RE: *Bedankt voor het skypegesprek*, 16 oktober 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>507</sup> DELAET (Sarah) ([Sarah.Delaet@vrt.be](mailto:Sarah.Delaet@vrt.be)) RE: *Thesis: Mijn Kunst is Top: Onderzoek Ketnet*, 30 april 2013, zie bijlagen: CD-rom.

participatie plaatsvindt, mogen we niet vergeten dat participatie een veel bredere (politiek-culturele) betekenis omvat dan interactiviteit. Een causale relatie tussen die twee is mogelijk, maar mag dus niet zomaar verondersteld worden. In dit geval doelde Fran Devriese wellicht met *'het interactieve'* en *'participatie'* op de mogelijkheid tot interactie die voorheen voortdurend gegeven werd bij sommige programma's.

Als we willen analyseren welk effect het MKiT-programma meer specifiek heeft gehad op de cultuurparticipatie van de deelnemende kinderen zelf, is het raadzaam om eerst te verduidelijken wat we precies onder het begrip effect verstaan. In dit geval operationaliseren we het begrip effect vooral in de kwalitatieve zin, wat wil zeggen dat we meer de nadruk leggen op hoe hun kijk of wijze van participatie is veranderd eerder dan dat we het effect gaan evalueren in termen van 'meer' of 'vaker'. Dit effect delen we op in vier specifieke deelaspecten: 1) Het effect op hun visie over kunst; 2) Het effect op het beeld dat ze hebben van de andere kunsten die in het programma voorkomen. Zouden ze door het programma bijvoorbeeld de stap zetten om effectief aan één van de andere kunsten te participeren?; 3) Het effect op hun eigen kunstbeoefening: gaan ze nu anders met hun eigen kunstbeoefening bezig zijn of niet?; 4) Welke concrete reacties over het MKiT-project ontvangen de betrokken instanties en de deelnemende kinderen?

#### 3.4.1 Het effect op hun visie over kunst

*"Voordat ik eraan meedeed als ik toen aan kunst dacht, dacht ik 'bwa... kunst', maar eigenlijk nu dat ik ook andere afleveringen heb gezien denk ik meer van 'ooh... kunst'."*  
(Loeka, fotografie, 13)

*"Ik dacht eerst dat kunst zo gewoon schilderijen bekijken was enzo, maar dan als je naar dat programma keek, veranderde dat toch, meer de betekenis van kunst enzo."* (Meya, twirling, 13)

Loeka en Meya hun mening over kunst is duidelijk veranderd en dit zowel door hun eigen deelname aan MKiT als door het feit dat ze naar het programma gekeken hebben. Loeka gaf in bovenstaande quote niet echt concreet aan hoe haar mening over kunst precies veranderd is door MKiT, maar haar gezicht sprak boekdelen toen ze het *'ooh...kunst'*-gedeelte van deze quote uitsprak. Meya was iets specifieker en gaf aan dat ze door het programma kunst nu met meer associeert dan enkel met het bekijken van schilderijen in een museum. Het feit dat het programma de kinderen een breder (en dynamischer) beeld geeft over kunst is ook iets wat Loïs reeds in punt 3.1 aanhaalde als pluspunt van MKiT.

Het merendeel van de kinderen vond echter dat noch de deelname, noch het kijken naar het programma hun algemene idee over kunst heeft veranderd. Onderstaande antwoorden op de vraag *“In hoeverre is jouw mening over kunst veranderd door Mijn Kunst is Top?”* spreken voor zich.

*“Dat is nog altijd hetzelfde als daarvoor.”* (Jeroen, koorzang, 13)

*“Niet echt, dat was in het begin al zo.”* (Bjorn, locking, 13)

*“Dat is nog altijd hetzelfde gebleven.”* (Wannes, draailier, 13)

*“Niet speciaal, ik vond dat ervoor ook al belangrijk!”* (Loes, animatie, 13)

*“Nee, ik heb altijd al zo gedacht over kunst.”* (Quinten, experimenteel theater, 13)

*“Ehm nee niet direct eigenlijk.”* (Vincent, euphonium, 14)

*“Nee, niet echt.”* (Loïs, ballet, 13)

We kunnen besluiten dat het effect van MKiT op de algemene visie van de participanten over kunst gering is. Dit heeft deels te maken met het algemene karakter van de vraag, want toen we in 3.4.2 meer specifiek de vraag stelden naar hoe hun beeld veranderd is van de kunsten die in het programma aan bod kwamen, kregen we heel wat meer respons.

#### *3.4.2 Het effect op het beeld dat ze hebben van de andere MKiT-kunsten*

Zoals eerder gezegd vroegen we de kinderen om de kaartjes van de MKiT-kunsten in volgorde te leggen van welke ze het liefste zouden doen, naar die dat ze minder graag zouden doen. Deze methode gaf ons de aanleiding om een gesprek aan te knopen over het beeld dat ze over de andere MKiT-kunsten hadden gekregen door naar het programma te kijken. Hierbij vroegen we hun ook of ze al voor MKiT geïnteresseerd waren in de kunst die ze op één hadden gelegd. Zo legde volksdanseres Sofie schilderen op één, maar was ze daar eigenlijk al toe aangetrokken voor dat ze naar het programma keek. Toch heeft MKiT volgens haar wel bijgedragen aan het feit dat ze het nu nog interessanter vindt. Hetzelfde verhaal geldt voor de liefde van Laura voor animatie en Quintens interesse in animatie.

*“Schilderen [...] Daarvoor wou ik dat ook wel doen, maar nu weet ik er wat meer over dus deels.”* (Sofie, volksdans, 13)

*“Dat lijkt me ook zo leuk, vroeger als kind was ik al zo bezeten van plasticine en daar dan van alles mee maken, daar verhaaltjes, filmpjes mee maken lijkt tof. Ik zag dat dan op MKiT en dat was zo van ah ja, lijkt me wel leuk om nog eens te doen.”* (Laura, poëzie, 13)

*“Want ik had dat al daarvoor geprobeerd maar dan lukte dat zo niet, maar dan heb ik dat zo een keer geprobeerd hoe dat zij dat zeiden en dat was dan wel redelijk goed gelukt en dat was wel een grappig filmpje.”* (Quinten experimenteel theater, 13)

Kleine Ben en King B, de twee rappende broers vonden, tegen alle verwachtingen in, draailier en pottenbakken ‘de max’, twee kunsten die ze voor het programma niet echt kenden. Zo zei Kleine Ben over draailier:

*“Ik vond dat echt zo de max, ik vond dat wat spannend, want ik had dat nog nooit gezien dus...”* (Kleine Ben, rap, 14)

Loes gaf aan dat karikatuurtekenen haar wist aan te spreken door naar de aflevering te kijken. Bovendien vond Loes dat de kunst ook gemakkelijker leek doordat karikatuurtekenen in het programma aan de hand van drie duidelijke stappen in beeld werd gebracht. Dit bewijst dat het gebruik van de drie concrete tips (‘de drie stappen’) in het programma effectief drempelverlagend werkt (zie 3.2).

*“Karikatuurtekenen vond ik wel nog grappig. [...] Je ziet dan wel hoe je het moet doen en dan is het gemakkelijker.”* (Loes, animatie, 13)

Loeka had het dan weer over hoe ze al ooit bij Grabbelpas aan pottenbakken had gedaan en hoe MKiT haar er aan herinnerde dat ze dit toch nog eens wou proberen. Voorts zei breakdancer Bjorn dat hij door MKiT poëzie interessant is gaan vinden, en dat hij daardoor de laatste tijd aan het dichten is geslagen.

*“Ja, poëzie heeft me toen wel even geraakt. Nu ben ik de laatste tijd ook een beetje gedichten aan het schrijven.”* (Bjorn, locking, 13)

Voorts vond draailierspeler Wannes goochelen en basgitaar heel boeiend, maar hij wist niet of hij het nu ook werkelijk zou willen gaan spelen.

*“Ehm de aanleiding ertoe was er wel een beetje en door de aflevering is het wel een beetje versterkt, maar nog altijd niet genoeg om de stap te zetten het echt te gaan doen.”*  
(Wannes, draailier, 13)

De vraag is dus of de kinderen door naar het programma te kijken ook de stap zouden zetten om effectief aan één van de andere kunsten te participeren. Voor pottenbakster Jade heeft MKiT

alleszins veel duidelijk gemaakt, zo heeft ze door naar het programma te kijken beslist dat ze fotografe wil worden.

*Daarvoor vond ik dat al een beetje interessant enzo, maar dat was zo gewoon zo, [...] door MKiT was dat van 'aah ze doen dat zo' en zo kun je nog toffe foto's doen en zo. En nu wil ik heel graag later fotograaf worden. [...] Ik ga gewoon mijn zes jaar ASO doen en dan in het unief fotografie. (Jade, pottenbakken, 12)*

Als we nadien aan Jade vroegen of ze al van voor MKiT haar beroep daarvan wou maken, antwoordde ze expliciet: *"Nee, dat is door te kijken"*. Meya wou ook wel echt de stap zetten om later fotografie in avondschoon te gaan volgen, maar die beslissing stond al vast voordat ze de aflevering van fotografie bekeken had.

De meeste kinderen antwoordden negatief op de vraag of ze effectief de stap zouden zetten om de kunst te gaan beoefenen. Zo zagen we hierboven dat Quinten door MKiT meer geleerd had over animatie, maar om het echt als een hobby te doen had hij niet echt zin, en ook bij Wannes zagen we dat de drijfveer ontbrak om werkelijk de stap te zetten tot basgitaar en drum. Basgitarist Alan vond draailier *"nog wel tof"*, maar zou het niet zelf willen gaan doen en Pommeliers twijfelde om de stap te zetten naar pottenbakken, omdat de draaischijf die je daarvoor nodig hebt teveel geld kost. Het grootste argument dat zowel Vincent, Jef, Loïs en Sofie aanhaalden om niet de stap te zetten tot een nieuwe kunst, was het gebrek aan tijd. De meeste kinderen zitten nog maar pas in het middelbaar en hun eigen kunst neemt vaak al veel tijd van hun schoolwerk in beslag.

#### *3.4.3 Het effect op hun eigen kunstbeoefening*

Voor het derde aspect van het effect op de cultuurparticipatie bij de deelnemers zelf, stelden we de vraag of de kinderen door hun deelname aan MKiT al dan niet anders zijn gaan bezig zijn met hun eigen kunstbeoefening.

*"Eigenlijk na 'Mijn kunst is top' heb ik toch nog meer interesse gekregen. Of dat ik er meer mee bezig ben dat weet ik niet, maar nog meer op zoek..." (Loeka, fotografie, 13)*

*"Ja, door mee te doen dacht ik van misschien is het echt iets waar ik in uitblink. Ik doe verschillende stijlen, maar door MKiT ben ik bewuster gaan nadenken van dat is nu mijn stijl." (Bjorn, locking, 13)*

*“Ja, eigenlijk daarvoor deed ik niet zoveel abstract en daar moest ik dat dan wel doen en eigenlijk nu doe ik dat toch meer. Vroeger ging ik gewoon iets overschilderen en nu doe ik wel meer gewoon abstract.” (Pommeliers, schilderen, 14)*

*Met Mijn Kunst is Top dat is plezant daar kom je mee op tv en dan denk je ‘aahja wat zou het volgende zijn’ en dan ga je nog beter repeteren...” (Vincent, euphonium, 14)*

*“Na Mijn Kunst is Top heb ik mezelf er meer in gestimuleerd om er verder mee te gaan. [...] Professioneler.” (Jef, goochelen, 14)*

Het valt op dat bij vijf participanten de MKiT-deelname vooral effect had op de manier van kijken naar hun eigen kunst. Vooral Pommeliers, Bjorn en Jef legden niet de nadruk op het vaker gaan beoefenen van hun kunst, maar gaven aan dat ze door het programma meer bewust met hun kunst zijn gaan bezig zijn. Voor de rest zijn alle overige participanten nog steeds op dezelfde manier met hun kunstbeoefening bezig als voorheen. Slechts bij vijf van de zeventien deelnemende kinderen zorgde de deelname aan MKiT dus voor een andere omgang met de eigen kunstbeoefening.

#### *3.4.4 Welke concrete reacties over het MKiT-project ontvangen de betrokken instanties?*

Initieel wilden we met dit onderzoek eveneens aantonen hoeveel kunstleerkrachten en – academies een concreet effect ondervonden van het programma, bijvoorbeeld door een stijging van het aantal inschrijvingen aan de kunstacademie van draailier vast te stellen. Praktisch was het echter onhaalbaar om alle kunstscholen in Vlaanderen te gaan bevragen over dit effect. Daarnaast zou het ook moeilijk te achterhalen zijn of een kind zich effectief had ingeschreven als gevolg van het MKiT-project. De vraag *“hoe komt het dat je je hebt ingeschreven voor deze richting?”*, wordt immers niet consequent bij een inschrijving aan de kunstacademie gesteld. Laat staan dat kunstacademies deze resultaten onmiddellijk ter beschikking zouden hebben als we ze zouden contacteren. Kortom: het concrete effect op de inschrijvingen aan kunstacademies bleek onmogelijk te meten in de gegeven tijdspanne van dit thesisonderzoek. Voor de rest werd er ook geen moeite gedaan vanuit Ketnet, deMensen, Cultuurnet, het Forum voor Amateurkunsten of de afdeling Jeugd van CJSM om enige resultaten op dit gebied bij te houden. Dit is jammer aangezien dergelijke nametingen een duidelijker beeld zouden kunnen geven over de rol die de openbare omroep nog te spelen heeft in de cultuurparticipatie bij kinderen. Bovendien zou een mogelijk positief resultaat een argument kunnen vormen pro de extra financiering van dergelijke VRT-initiatieven en zou een negatief resultaat beter de punten tot verbetering kunnen aangeven.

Fran Devriese liet op dit gebied wel weten dat oorspronkelijk het idee bestond om een *Kinderkunstenkaart* aan het programma te koppelen, waardoor kinderen overal in Vlaanderen een gratis proefles zouden kunnen gaan volgen bij een kunstacademie naar keuze. Omwille van organisatorische moeilijkheden werd dit *Kinderkunstenkaart*-initiatief afgeblazen. Op die manier had het echter perfect mogelijk geweest om een zicht te krijgen op hoeveel kinderen door MKiT effectief de stap naar een proefles zouden zetten.

Daarnaast vroegen we aan Kaat Peeters van het Forum voor Amateurkunsten, Pim Raes van deMensen en Fran Devriese van Ketnet of ze enige concrete reacties van (culturele) instanties rond het programma hadden ontvangen. Kaat Peeters antwoordde hierop dat ze door het veranderen van job (Kaat Peeters werkt momenteel niet meer als directrice bij het Forum voor Amateurkunsten) geen toegang meer heeft tot de concrete e-mails met reacties. Wel vertelde ze over het effect van MKiT in haar eigen woonkamer, waarbij haar kinderen nu ook aan animatie doen, alsook twee vriendjes uit de klas. Voorts zei ze dat er een enorm positieve vibe rond het programma hing, zo waren op de persconferentie heel wat A-lijst genodigden die normaal niet zo gauw komen opdagen (aldus Kaat), aanwezig. Meer specifieke informatie konden we van Kaat Peeters helaas niet krijgen. Pim Raes zei dat ze bij het productiehuis deMensen heel wat positieve reacties hadden ontvangen, maar ook hij kon geen concrete bewijzen voorleggen. Net als Kaat Peeters wist hij enkel anekdotisch te vertellen dat de kinderen van presentator Adriaan Van den Hoof zelf zijn beginnen schilderen. Fran Devriese van Ketnet gaf op haar beurt het volgende aan over de reacties die ze ontvingen op Ketnet:

*“Weet je, wij krijgen op onze website bijvoorbeeld wel reacties van kinderen eh, maar meer dan ‘tof programma’ of ‘leuk’ of ‘stom’ of ja, verder dan dat gaat dat niet. En ik weet wel dat dat door iedereen positief geëvalueerd is, maar voor dat nu echt muziekscholen het ons zouden laten weten spontaan, ik denk dat niet.” (Fran Devriese)*

Hieruit kunnen we vaststellen dat de reacties na het programma onvoldoende opgevolgd zijn geweest. We mogen wel niet uit het oog verliezen dat het doel van het MKiT-project veel breder gaat dan kinderen enkel aanzetten naar de kunstacademie te gaan. Het feit op zich dat er niet één, maar vijf doelstellingen zijn vanuit de afdeling Jeugd spreekt op dat gebied voor zich. Toch polsten we bij wijze van besluit van de vijf jeugd-doelstellingen ook bij de deelnemende kinderen zelf of er vriendjes in hun omgeving door MKiT aangetrokken werden tot een bepaalde kunst.

*“Ja, een paar kinderen hebben gezegd dat ze dat ook eens geprobeerd hebben en ze vonden dat superleuk! [...] César ging onmiddellijk aan de slag om ook zo iets te maken en die vond dat heel tof.” (Loes, animatie, 13)*



*“Eén van mijn beste vrienden, mijn allerbeste vriend eigenlijk, die heeft mij gezien op het programma, ik heb gezegd van ja, je moet echt komen proberen en nu is die sinds kort ook locking mee aan het volgen.” (Bjorn, locking, 13)*

Al de andere participanten reageerden negatief op de vraag en denken dus niet dat door het programma één van hun vrienden de drang voelt om een nieuwe kunstdiscipline aan te leren. Sihame El Kaouakibi, de directrice van *Let's go urban*, de dansvereniging van Bjorn, die het ledenaantal bij haar vereniging ook niet zag stijgen, zei hier het volgende over:

*“We hebben niet plots ons ledenaantal zien stijgen, maar dat is niet erg. De belangrijkste boodschap dat wij daar wilden geven is: Wat is locking?” (Sihame El Kaouakibi)*

In lijn met deze quote, vertelde Meya dat haar vriendinnen door het programma nu inderdaad wel beter begrijpen wat twirling precies inhoudt.

*“Eerst was dat van ‘oh, gewoon met stokjes zwaaien’ Ik zei van dat is dat niet en nadat ze hebben gekeken is hun mening al helemaal anders.” (Meya, twirling, 13)*

Vincent kreeg daarentegen commentaar te horen over de blunder die zich voordeed in zijn aflevering waarbij de voice-over op een bepaald moment zegt dat Vincent een do speelt, terwijl hij eigenlijk een sol speelde. Draailierspeler Wannes had commentaar op de traditionele folk-klederdracht die in de aflevering van volksdans te zien was en die volgens hem folk belachelijk maakte. Toen we dit voorlegden aan Sofie van volksdans beaamde zij dit. Bovendien voegde ze er aan toe dat ze volksdans foutief in beeld hebben gebracht als een individuele sport in plaats van als een groepssport.

Een meer algemeen besluit van de evaluatie van de vijf onderwijsdoelstellingen trekken we in het besluit van de analyse.

## **4. Rol van kinderen in cultuurparticipatiebeleid VRT**

### **4.1 In hoeverre hebben kinderen inspraak op de VRT?**

Om te onderzoeken hoe kinderen een rol kunnen spelen in het cultuurparticipatiebeleid van de VRT, moeten we eerst te weten komen in hoeverre kinderen in de huidige situatie inspraak hebben op Ketnet. We zouden de vraag ook anders kunnen formuleren; hoe top-down is Ketnet als ze met kinderen werkt over cultuur?

Vooraleer we echter specifiek gaan kijken naar de situatie op Ketnet is het interessant om kort te schetsen in welke mate kinderen meer algemeen inspraak hebben op het cultuurbeleid in Vlaanderen. Om hier meer informatie over te vergaren, schakelden we de hulp in van de raadgeefster jeugd van de minister van Jeugd, Suzy Bleys. Zij vertelde ons over de Vlaamse Jeugdraad, een gesubsidieerde adviesraad bestaande uit een divers panel van jongeren, die een stem hebben in alle regeringsdomeinen die kinderen en jongeren aanbelangen.<sup>508</sup> Zo moeten de Vlaamse ministers eerst het advies van deze Jeugdraad over kinder- en jongerenthema's inwinnen alvorens ze een beslissing mogen nemen. Hierbij moeten we wel in de kantlijn plaatsen dat de stem van de Jeugdraad vele procedures moet doorlopen en het hierdoor niet altijd duidelijk is welke woorden door volwassenen onderweg aangepast werden.<sup>509</sup> Daarnaast zijn het vooral jongeren en geen kinderen die in deze Jeugdraad zetelen.<sup>510</sup> Hetzelfde geldt voor het Jongerenpact, dat ook vooral uit jongeren van 14 tot 24 jaar bestaat. Interessant bij dit Jongerenpact is wel dat één van de doelstellingen betrekking heeft op het beter ontsluiten van de informatie over het cultuuraanbod. Zo zegt Nele Dubois, één van de jongerenambassadeurs het volgende: *“Omdat jongeren momenteel weinig info krijgen of vinden over deze culturele activiteiten, krijgen ze de kans niet om eraan deel te nemen. Ik zou er willen voor zorgen dat de jongeren in 2020, wél die informatie kunnen krijgen of vinden, zodat ze van dit rijke aanbod kunnen genieten en eraan deelnemen.”*<sup>511</sup> Dit is een doelstelling die mooi aansluit bij de MKiT-doelstellingen, met het enige verschil dat MKiT zich meer richt op kinderen dan op jongeren. Op basis van deze uitweiding over de inspraak van kinderen op Vlaams beleidsniveau kunnen we vaststellen dat het vooral jongeren zijn die in deze instanties zetelen en dat kinderen bijgevolg amper hun mening kunnen doordrukken.

Meer specifiek op het niveau van de VRT blijkt de inspraak van kinderen eveneens gering te zijn. In tegenstelling tot Nickelodeon<sup>512</sup> maakt Ketnet geen gebruik van focusgroepen met kinderen. In de theorie zagen we immers dat de commerciële kinderzender wel op geregelde tijdstippen peilt naar wat kinderen willen. Hoewel critici argumenteren dat Nickelodeon dit louter doet uit commerciële overwegingen, blijft Nickelodeon hoe dan ook de openbare omroep, in dit geval de VRT, een streepje voor in het geven van een stem aan kinderen. Ketnet maakt immers enkel gebruik van een testpubliek van kinderen indien ze onzeker zijn over een buitenlandse programma-aankoop, waarop ze het product aan een panel van kinderen voorleggen. Uit het interview met Fran Devriese maakten we bovendien op dat het in dit geval gaat over programma's die al afgewerkt zijn, waarbij Ketnet eerder wil toetsen of het programma zowel

<sup>508</sup> VLAAMSE JEUGDRAAD. *Wie zijn wij?* [Online] <http://www.vlaamsejeugdraad.be/wie-zijn-wij/> [19.04.2013]

<sup>509</sup> IBIDEM.

<sup>510</sup> IBIDEM.

<sup>511</sup> DUBOIS (Nele). *Voor mij in 2020 cultuur à volonté* [Online] <http://www.jongerenpact2020.be/living-library/nele-du-bois/> [19.04.2013]

<sup>512</sup> BANET-WEISER (Sarah). *Kids Rule!: Nickelodeon and Consumer Citizenship*. Durham, Duke University Press, 2007, p. 20.

bij jongens als bij meisjes zal aanslaan, dan dat kinderen hierbij echt een zeg zouden hebben over het programmaconcept zelf. Fran Devriese voegde hier wel aan dat toe dat de cameraploeg en de reporters van *Karrewiet* voortdurend in contact komen met kinderen en dat zij dan ook de mening van kinderen proberen op te vangen. Daarnaast worden ook aan de kinderen die naar de studio komen voor *Ketnet Kingsize* regelmatig bepaalde zaken voorgelegd, maar *“het is niet dat dat wordt georganiseerd en dat wij dan een verslag krijgen van één of andere groep dat daar is”*, aldus Fran Devriese. Daarbovenop benadrukte de adjunct-netmanager van Ketnet dat het nogal voor zich spreekt dat als je een groep kinderen samen zet en ze vraagt of er nood is aan een programma over kunst en cultuur, dat die natuurlijk allemaal gaan zeggen ‘aah ja, natuurlijk!’, maar dat diezelfde groep kinderen dat wellicht ook vindt over een programma over sport of wetenschap, waardoor Devriese de relevantie van zo’n consultatieronde in twijfel trok. Bovendien benadrukte ze ook dat het organiseren van regelmatige focusgroepen ook heel wat geld zou kosten.

Naast Fran Devriese, vroegen we ook aan Pim Raes van het productiehuis deMensen en Kaat Peeters van het Forum voor Amateurkunsten of zij gedurende één van de stappen van het op touw zetten van het MKiT-proces rekening hadden gehouden met de mening van kinderen. Beide antwoorden waren negatief. Wij vroegen ons vervolgens af wat de mening van de deelnemende kinderen zelf was over de mate van inspraak dat ze zouden moeten hebben in een cultuurbeleid, en later in het interview meer specifiek in het cultuurparticipatiebeleid van de openbare omroep.

#### 4.1.1 Visie deelnemers MKiT

*“Ik vind ook dat ze zich veel meer interesseren in de volwassenen, in plaats van in ons, wij zijn de toekomst. [...] Ik vind dat ze zo een enquête zouden moeten maken”*

(Jeroen, koorzang, 13)

*“In België is er wel een soort van raad van kinderen, maar ik vind dat ze bijvoorbeeld meer openbaar moeten zijn door bijvoorbeeld een facebookpagina ofzo aan te maken waarop mensen hun mening kunnen zeggen over kunst waardoor dat dat echt duidelijk wordt dat kinderen ook een mening hebben.”* (Wannes, draailier, 13)

Voor zowel Jeroen als Wannes was het duidelijk, de mening van kinderen over kunst mag veel meer gehoord worden en beiden geven ze zelfs een methode aan om die meningen te verzamelen. Opmerkelijk genoeg waren de andere MKiT-deelnemers het hier niet helemaal mee eens, want terwijl Jeroen resoluut de kaart trok voor de mening van de kinderen, hadden de andere participanten, waaronder op een ander ogenblik in het interview ook Wannes, een meer

genueanceerde mening. Zo benadrukten zowel Wannes als Alan het belang dat kinderen op het gebied van kunst een opvoeding meekrijgen, zowel van thuis uit als op school. Laura wees eveneens op het feit dat kinderen op school meer moesten worden opgevoed op het gebied van kunst, want je kan volgens haar niet verwachten dat kinderen dat spontaan gaan doen.

*“Ik vind je moet als kind een beetje de opvoeding krijgen over kunst, natuurlijk niet elke les moet over kunst gaan, maar kinderen over kunst laten praten dan kunnen ze daar ook eens over nadenken of ze daar later iets mee willen doen. Je kunt ook niet van de jeugd verwachten dat ze daar spontaan aan gaan denken. [...] Je moet een kind daartoe aanzetten.”* (Laura, poëzie, 13)

Quinten noemde de mening van kinderen op het gebied van kunst ‘moeilijk’ en stemde in met de hulp van bovenaf, waarbij volwassenen kinderen helpen om de juiste informatie te leren kennen. Kleine Ben vond dit zeker ook kunnen aangezien *“volwassenen er sowieso iets meer van weten”*. Pommeliers ging nog verder wanneer ze wees op het feit dat zij als kinderen hier toch, terecht volgens haar, niet echt veel over te zeggen hebben. Verder vond ook Loïs het normaal dat volwassenen dit beleid grotendeels voor hen bepalen, wel zou het volgens haar de kinderen meer enthousiasmeren als ze bijvoorbeeld zelf konden kiezen welke theatervoorstelling ze zouden kunnen gaan kijken. Dit is immers een maatregel die op haar school, de Koninklijke balletschool, reeds van toepassing is. Wannes trad Loïs hierin bij op het gebied van het bezoeken van musea. Jeroen zei hierbij aansluitend het volgende over het lezen van boeken:

*“Ik vind wel dat je boeken moet lezen, maar dat je een thema geeft en niet van dat boek moet je lezen!”* (Jeroen, koorzang, 13)

Tot slot waren Siebrand en Vincent van mening dat kinderen best wat meer zouden mogen beslissen in het cultuurbeleid, maar dan wel steeds onder begeleiding van een volwassene die erop zou moeten toezien dat alles niet te chaotisch wordt.

Het valt dus sterk op dat de deelnemende kinderen veel genuanceerder omspringen met de idee inspraak te hebben in een beleid dan we aanvankelijk dachten. Eerder dan met volle overgave te pleiten voor hen meer te geven wat ze willen, waren alle deelnemende kinderen overtuigd dat een beleid dat enkel geregeerd werd door kinderen in het honderd zou lopen. Dit zelfkritische inzicht van de MKiT-participanten bewijst eveneens dat kinderen niet onderschat mogen worden. Een vaststelling die ook Maire Messenger Davies deed in haar onderzoek naar de visie van kinderen op de BBC, waarin zij vaststelde dat kinderen het zelf nodig achten dat ze

beschermd en in het oog dienen gehouden te worden door de volwassen maatschappij.<sup>513</sup> Dit gevoel voor verantwoordelijkheid viel vooral op toen we de participatieve methode van het rollenspel aanwendden waarbij we de MKiT-participanten in de plaats van een beleidsmaker cultuur plaatsten en vroegen in hoeverre zij het lezen van boeken, het gaan naar musea, theatervoorstellingen etc. met school verplicht zouden maken. Alle zeventien (!) participanten waren unaniem, ook zij zouden dit alles verplichten. Zoals we hierboven zagen, voegden Loïs, Jeroen en Wannes hier wel aan toe dat er meer ruimte voor inbreng van kinderen moest komen. Daarnaast wezen de meeste kinderen ook op het belang een breed kunstbegrip te hanteren, gaande van graffiti tot opera.

*“Als het alleen theater gaan kijken is, dan hebben ze er niks aan. Je moet beter proeven van veel verschillende dingen...”* (Bjorn, locking, 13)

Het grootste argument voor deze verplichting was dat kinderen het tenminste één keer moesten proberen; Loeka, Loes, Bjorn, Jade en Wannes zeiden letterlijk dat je kunst eens moet proberen, omdat je anders niet weet wat het is.

*“Ik weet niet, je moet alles een keer uitproberen éh. Bijvoorbeeld als je iets niet lust om te eten, dan moet je het ook leren eten éh.”* (Jade, pottenbakken, 12)

Pommeliers vertelde dat als je na een aantal kunsten te proberen het nog steeds niet leuk vindt, dat niet erg is en je misschien eerder een sportief persoon bent. Deze redenering doet terugdenken aan het positieve vrijheidsconcept dat stelt dat je met alle keuzealternatieven kennis moet kunnen maken, maar dat het perfect mogelijk is dat je na kennis van bijvoorbeeld het alternatief theater de volgende keer beslist om dit niet meer te gaan doen. Zolang de keuze van de persoon niet belemmerd werd door onwetendheid of zijn of haar sociale achtergrond is dit perfect te rechtvaardigen.

Wanneer Kaat Peeters hoorde dat het de bedoeling was om in deze studie ook naar de mening van de kinderen te luisteren, waarschuwde ze ons met een quote die in dezelfde lijn ligt als de citaten van John Reith en Barbara Wyckmans uit het literatuurgedeelte:

*“Als ik aan mijn kinderen zou vragen: ‘Wat willen jullie eten?’ Alé dan eten die elke dag balletjes in tomatensaus met frieten, maar als ik een keer zeg van ‘vandaag gaan we groentetaart eten’ dan trekken ze lange tanden, maar vaak ontdekken ze dan wel van ‘éh*

---

<sup>513</sup> DAVIES (Maire Messenger). *‘Dear BBC’: Children, Television Storytelling and the Public Sphere*. Cambridge, University Press, 2001, p. 170

*groentetaart is wel lekker', dan heb ik voor hen een keuze gemaakt en is het doel wel bereikt."* (Kaat Peeters)

In het besluit van de analyse komen we terug op dit moeilijk evenwicht tussen enerzijds het paternalistische idee dat volwassenen bepaalde keuzes voor het kind moeten maken en anderzijds de meer bottom-up benadering waar de mening van het kind gehoord wordt.

#### **4.2 Suggesties van kinderen cultuurparticipatiebeleid VRT**

Nadat we de mening van de kinderen bespraken over hun mogelijke inspraak in een cultuurbeleid, gingen we meer specifiek in op de suggesties die zij hadden over hoe tv-programma's te maken om kunst bij kinderen te promoten. Hierbij deden we opnieuw beroep op de techniek van het rollenspel en plaatsten we hun in de positie van een programmamaker.

##### *4.2.1 Suggesties tv-programma's om kunst bij kinderen te promoten*

De eerste suggestie die veel kinderen deden was om net zoals in MKiT de hoofdrol in het programma te laten vervullen door kinderen en dit om verschillende redenen. In deel 3.2 over laagdrempeligheid haalden we reeds de quote van Wannes aan die erop duidde dat kinderen sneller de stap gaan zetten om een kunst te beoefenen als ze zien dat hun leeftijdsgenoten dit ook kunnen. Loes en Pommeliën waren het hiermee eens en zeiden dat het kinderen meer aanzet als ze een rolmodel van hun eigen leeftijd hebben om naar op te kijken. Deze peer-to-peer invloed bij kinderen en *Tweens* mag immers niet onderschat worden.<sup>514</sup> Vincent, Quinten en Bjorn wezen ook op het feit dat kinderen op dezelfde golflengte zitten, waardoor ze elkaar beter begrijpen dan dat een volwassene dit doet. Jeroen, Sofie en Jade vonden dan weer dat volwassenen in tegenstelling tot kinderen de zaken soms nodeloos complex uitleggen.

De tweede suggestie had betrekking op het aantal kunstprogramma's voor kinderen dat beschikbaar moet zijn. Volgens Wannes mag er op Ketnet niet meer dan één programma over kunst zijn, want een overdaad aan kunst zou kinderen misschien kunnen afschrikken. Zo zou hij eerder de kunstprogramma's verspreiden over de verschillende zenders. Loeka was het eens met het feit dat men niet moet gaan overdrijven in het aantal kunstprogramma's voor kinderen, maar dat er wel altijd minstens één project moet lopen over kunst op Ketnet. Sofie reageerde iets sceptischer door te zeggen dat zij wel wat meer kunstprogramma's wou, maar dat die programma's niet altijd zullen helpen om kinderen aan te zetten om er ook iets mee te doen, want *"als het echt lui lakken zijn, lukt dat toch niet"*.

---

<sup>514</sup> DEVOS Franky, ASSELMAN (Evert), MAST (Gitte). XS. *Over kinderen, cultuur en communicatie*, Brussel, CultuurNet Vlaanderen, 2007, p. 13.

De derde suggestie van de deelnemende kinderen was wellicht de meest interessante en ging over het programmaconcept zelf. Zoals we reeds aanhaalden bij het deel omtrent diversiteit schiet MKiT tekort op het gebied van diversiteit naar sociale achtergrond van de participanten. De belangrijkste doelgroep, kinderen die van thuis uit niet in aanraking komen met kunst, konden zich immers niet herkennen in het merendeel van de kinderen die aan bod kwamen in *Mijn Kunst is Top*. Een oplossing voor dit probleem vonden we bij de suggesties die vijf MKiT-deelnemers los van elkaar deden. Zij zouden namelijk alle vijf een programma maken met kinderen in de hoofdrol die, in tegenstelling tot MKiT, nog geen kunst beoefenen, waardoor echt iedereen zich in deze kinderen zou kunnen herkennen. Quinten, Jef en Loïs zouden hiervoor willekeurig een groep kinderen selecteren en hun laten kennismaken met een kunst die ze nog nooit eerder gedaan hebben. Bjorn en Laura hadden het goede idee om hiervoor toevallig voorbijgaande kinderen op te pikken van straat.

*“Niet alleen de mensen in the picture zetten die al iets doen, maar de evolutie naar, want mensen denken, ‘Oh, die heeft talent, die kunnen dat en wij kunnen dat niet omdat wij daar geen talent voor hebben’. Maar zo is dat niet want als je iets goed wil doen, moet je er heel hard voor trainen. Je neemt iemand van de straat en je geeft hem twee maanden les en laat dan de evolutie zien.”* (Bjorn, locking, 13)

Daarnaast benadrukten Siebrand en Loïs dat het programmaconcept interessant gebracht moest worden, want als het saai is, gaan kinderen volgens hen kunst ook eerder associëren met iets saais. Loïs zei daarnaast ook dat het geen goed idee is om een theatervoorstelling te filmen en die op tv te zetten, *“want het leuke aan theater is net dat je het zelf kunt ervaren”*. Een tv-programma om kunst bij kinderen te promoten moet volgens haar dus geen theatervoorstelling proberen na te doen, maar moet net dat doen waar tv het verschil in kan maken: een verhaal in beeld brengen over kinderen die in contact komen met kunst.

#### 4.2.2 TV vs. internet

Als één van de laatste vragen waarin de kinderen zich in de hoedanigheid van een programmamaker moesten verplaatsen vroegen we hun op welk medium zij het liefste hun programma om kunst bij kinderen te promoten zouden uitbrengen; op internet of op tv. Na deze vraag probeerden we de mening van de deelnemende kinderen te weten te komen over de stelling van Gust De Meyer dat alles wat vandaag onder de noemer ‘kunst en cultuur’ valt reeds te beleven is op het internet.<sup>515</sup> Om die reden daagden we de participanten die tv hadden opgegeven als hun voorkeur kritisch uit door te vragen in hoeverre het volgens hen nog zin heeft

---

<sup>515</sup>DEMEYER (Gust). *Waarom cultuur niet belangrijk is en cultuursubsidie nog minder*. Gent, Academia Press, 2009, p. 74.

om een tv-programma te maken om kunst bij kinderen te promoten in een tijd waar alles over kunst te vinden is op het internet.

In de positie van een programmamaker kozen alle participanten, behalve Siebrand, ervoor om hun programma uit te brengen op tv. Siebrand heeft thuis zelf geen tv en vond het daarom logischer dat zijn programma uit zou komen op het internet. De andere participanten hadden elk hun eigen reden om tv boven internet te verkiezen. Zo verwezen Loeka, Quinten, Jade, Vincent, Loïs en Sofie impliciet naar de belangrijke gidsfunctie die televisie en meer bepaald de openbare omroep kan hebben. Loeka en Loïs twijfelden namelijk of wel iedereen de filmpjes snel zou kunnen vinden als je ze op youtube zet, terwijl als je op tv gewoon zapt, het programma er al spontaan op komt. Jade had het eveneens over het spontane van tv, dat ze vond dat ontbrak op het internet waarbij je zelf eerst moet nadenken over wat je wil zien. Quinten en Vincent traden de meisjes hierin bij in de volgende quotes:

*“Ik vind dat kweeni, op het internet kan je alles zetten, maar het is niet omdat het op internet staat dat iedereen het vindt. Terwijl op TV wordt er als je naar één bepaalde zender kijkt bepaald wat dat je ziet.”* (Quinten, experimenteel theater, 13)

*“Op internet moet je het nog altijd intikken, alé ja en vooral, dan moet je nog weten wat je moet intikken.”* (Vincent, euphonium, 14)

Bijgevolg kunnen we de bedenking maken dat op het internet enkel die dat reeds geïnteresseerd zijn, naar kunst gaan zoeken, terwijl op tv ook de ongeïnteresseerden ermee in contact kunnen komen. Fran Devriese voegde hieraan toe dat de sterkte, maar ook de zwakte van tv is dat kinderen passief, zonder er actief naar te moeten zoeken, iets kunnen bijleren. Draailierspeler Wannes geloofde eveneens in die impliciete manier.

*“[...] dat is juist de sterkte en de zwakte van tv, daar zitten ze voor en ze ontdekken eigenlijk bijna passief dingen die ze anders misschien niet zouden zien. Er zijn kinderen die er bewust naar kijken omdat kunst hun al interesseert denk ik en anderen die het gewoon leuk of grappig vinden, maar in passant hebben ze het wel allemaal mee, alé zo die impliciete manier daar geloven wij toch heel erg in.”* (Fran Devriese)

*“Op televisie zien ze iemand dat instrument bespelen [...] en als ze dan een paar jaar later datzelfde instrument horen, volgens mij dan onbewust, gaan ze niet denken dat is een slecht instrument, want folk dat is ouderwets, dan gaan ze eerder denken dat dat aanspreekt, omdat ze het al eens gehoord hebben.”* (Wannes, draailier, 13)



Wanneer we met netmanager van Klara, Chantal Pattyn, praatten over het belang van een radiozender als Klara terwijl er ondertussen reeds meer dan zesduizend internetstations met klassieke muziek bestaan, antwoordde ze dat voor mensen de waarde nog steeds ligt in het lokale. Vlaanderen is een kleine taalgemeenschap die op maat bediend wil worden en dat kan nog altijd beter via -in dit geval- een radio-omroep dan via het internet.

We kunnen dus besluiten dat we door de grote hoeveelheid aan informatiebronnen op het internet soms het bos door de bomen niet meer zien en we daarom nog steeds op de publieke omroep moeten rekenen om ons te gidsen door de steeds groter wordende berg aan data.<sup>516</sup> MKiT-participant Sofie verwoordde het mooi door wat op televisie gebeurt een samenvatting te noemen:

*“Ja, vinden, maar ja die tv is precies een samenvatting, vind ik. Als je huiswerk hebt, kun je ook alles vinden op internet, maar dan ben je heel lang bezig.”* (Sofie, volksdans, 13)

De reden waarom we hier een openbare en geen commerciële omroep voor verkiezen is omdat laatste ons misschien evengoed zou leiden, maar ons wel vooral zou sturen langs een pad dat aangegeven is door haar sponsors. Bovendien blijkt uit de literatuurstudie dat de kinderprogramma's op de openbare omroep zich op vijf belangrijke punten onderscheiden van kinderprogramma's op de commerciële zenders.

Naast deze gidsfunctie gaven Wannes, Meya, Pommeliers, Jade en Alan ook aan dat volgens hen nog steeds meer kinderen naar tv kijken dan dat ze op internet zitten. Loeka voegde hier nog aan toe dat kinderen vaak iets op tv zien en het dan pas gaan opzoeken op het internet. Beide media kunnen elkaar dus versterken en dat is iets waar de makers van MKiT gedurende heel het project rekening mee hebben gehouden. Zowel op tv als op internet, getuige het online MKiT-atelier en de *UitMetVlieg*-site, konden kinderen immers de MKiT-initiatieven terugvinden.<sup>517</sup>

## **5. Cultuur op Ketnet in de toekomst?**

En hoe moet het nu verder? Tijdens het interview met Fran Devriese polsten we naar de toekomstige cultuurprojecten van Ketnet. Zo komt in het voorjaar van 2013 *Mijn Dans is Top* op de buis, wat ook onder cultuur gerekend wordt, maar waarvoor geen beroep werd gedaan op extra subsidies. Daarnaast is er ook het *Checklist* project waarvoor Ketnet samen met twee onderzoekers op zoek ging naar de vijftig dingen die kinderen moeten gedaan hebben voor hun twaalfde. Hieronder vallen ook een aantal dingen die betrekking hebben op kunst en cultuur,

<sup>516</sup> PAUWELS (Caroline), RAATS (Tim). *'The Cultural Remit Renaissance?' Conceptualizing and assessing Public Service Broadcasting as a hub in a networked media ecology*. London, RIPE @ 2010 Conference 'Public Media After The Recession', 2010, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>517</sup> SCHAUVLIEGE (Joke), SMET (Pascal). *Groeien in cultuur, conceptnota cultuureducatie*. Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012, p. 38.

zoals het maken van een levensgroot kunstwerk en het schrijven van een boek. Fran Devriese liet ook weten dat ze bij Ketnet geregeld interessante programma-ideeën krijgen ingestuurd, zoals recent een idee van Cultuurnet rond een kindermuseum, maar dat die voorstellen niet altijd gemakkelijk te vertalen zijn naar een tv-programma. Zo werd de suggestie van Cultuurnet van de hand gewezen, omdat Cultuurnet in het programma veel gesprekken met kunstenaars zelf in gedachten had, terwijl deze praat-tv, ook wel ‘talking-heads’ genoemd, een formule is die niet werkt op Ketnet. De kern van het succes van MKiT lag precies in deze goede vertaalslag van een moeilijk thema van kunst en cultuur in een dynamisch programma dat door het gebruik van de humor van Adriaan Van den Hoof het saaie imago van kunst van zich kon afschudden, aldus Fran Devriese. Deze humoristische ondertoon zorgde er volgens haar eveneens voor dat het programma erg gelaagd werd. De reacties die we in deze studie van volwassenen kregen over het programma kunnen deze stelling zeker beamen. Voorts kunnen we ons afvragen of de kaart van humor, de sleutel van het succes van MKiT, ook in cultuurprogramma’s van Canvas meer zou kunnen worden uitgespeeld. Op die manier zou er immers misschien wel een heel nieuw publiek kunnen worden aangetrokken.

Een meer specifiek cultuurprogramma zoals MKiT ligt echter niet in de schuif bij Ketnet. Fran Devriese gaf hier volgende verantwoording voor:

*“We beseffen wel dat dat onze plicht is als openbare omroep, maar sport is ook belangrijk, gezonde voeding is ook belangrijk, het milieu en noem maar op. Wij kunnen niet op elk thema inzetten met het geld dat we hebben en daarom proberen we voortdurend aandacht te besteden aan die thema’s in Karrewiet, in de wrap, tijdens Ketnet Kingsize, enzovoort.”*  
(Fran Devriese)

Hieruit volgt dat Ketnet zonder de gecontesteerde extra subsidies van het ministerie van Onderwijs voor MKiT nooit aan dit project begonnen was. Raadgeefster van jeugd Suzy Bleys zei dan ook het volgende als over het parlementair debat over de extra subsidies:

*“Ik weet wel dat als we geen extra middelen hadden gegeven, Ketnet niet zo een programma gemaakt zou hebben.”* (Suzy Bleys)

## BESLUIT MIJN KUNST IS TOP

*Whether children are demonic tearaways, or socially responsible young puritans, or - as is most likely - sometimes one, and sometimes the other. These efforts will always work best as a collaborative process in which, as in the way adults talk to new babies in grammatical sentences, children, whatever they are like, are treated as if they were sensible people.<sup>518</sup>*

Eén van de meest frappante bevindingen van deze studie is wellicht de maturiteit die de kinderen aan de dag konden brengen als ze zelf behandeld werden als experts. Dit kwam vooral naar voor in de participatieve methode van het rollenspel waarbij bijna alle kinderen het ermee eens waren dat er bepaalde keuzes voor hen gemaakt moesten worden en ze niet altijd mochten krijgen wat ze willen. ‘De toestemming van de betrokkene achteraf’ waarvan we in het methodologisch onderzoeksopzet de vraag stelden of die ook bij de kinderen gegeven zou worden over een kunstprogramma waar ze amper zelf inspraak in hadden, werd in dit geval bevestigd. Niettegenstaande gaven de MKiT-deelnemers aan dat ze het wel belangrijk vonden om een bepaalde inbreng te hebben in het hele cultuurverhaal.

Verdergaand op de quote van Kaat Peeters die symbolisch verwees naar het feit dat als je kinderen vraagt wat ze willen eten er telkens frietjes op het menu zouden staan, zouden we kunnen stellen dat kinderen het menu niet moeten kunnen bepalen, maar dat we ze wel meer kunnen laten meekoken. Door kinderen te betrekken of door zoals in MKiT de kinderen zelf de rol van cultuurambassadeur te laten vervullen, zullen er bovendien ook meer kinderen kunnen worden aangetrokken. Kinderen zullen immers meer openstaan voor het proeven van een groentetaart als ze worden betrokken in het kookproces, waarbij ze het eens zijn dat de ingrediënten vooraf bepaald worden door volwassenen omdat, met de woorden van Kleine Ben, “*volwassenen er sowieso iets meer van weten*”. Uit de analyse blijkt wel duidelijk dat tijdens het MKiT-proces te weinig rekening is gehouden met de inspraak van de kinderen, die bij geen één van de betrokken instanties meegenomen werd. De reden waarom het programma desondanks toch nog een succes kende, was omdat het kinderen zelf waren die hun eigen kunst kwamen voorstellen. Dit in combinatie met de humor van presentator Adriaan Van den Hoof bleek achteraf het juiste recept voor een tv-programma om kunst bij kinderen te promoten.

Het evenwicht tussen enerzijds het paternalistische idee dat volwassenen bepaalde keuzes voor het kind moeten maken en anderzijds de meer bottom-up benadering waar de mening van het kind gehoord wordt, vonden we dus terug in de antwoorden van de deelnemende kinderen zelf die aangaven dat er niet altijd naar hen geluisterd moest worden, maar dat er wel ruimte moet

---

<sup>518</sup> DAVIES (Maire Messenger). *Dear BBC: Children, Television Storytelling and the Public Sphere*. Cambridge, University Press, 2001, p. 248.

zijn voor een bepaalde inbreng, omdat ze hierdoor, aldus Loïs, ook meer gemotiveerd zullen zijn. Dit kritische zelfinzicht van de MKiT-deelnemers bewijst opnieuw dat kinderen niet onderschat mogen worden.

Ondanks het succes van MKiT, kunnen we echter wel een aantal bedenkingen maken bij de 'gebruikte ingrediënten' van het project als we de doelstellingen van het ministerie van Onderwijs evalueren. Bij de eerste twee doelstellingen werd het immers duidelijk dat MKiT niet met zekerheid beantwoordde aan de doelstelling om een culturele reflex op lange termijn teweeg te brengen en er dus, in navolging van het Bamfordrapport, niet in slaagde om het projectmatige te overstijgen. Desondanks gaven Kaat Peeters en Suzy Bleys wel aan dat het MKiT-project deel uitmaakte van een bredere vernieuwingsoperatie die verder wil gaan dan enkel 'ad hoc'-ingrepen op korte termijn. Illusterend hierbij zijn de structurele stappen rond de nieuwe commissie *Groeien in Cultuur* en de lokaal ingestelde beleidsprioriteit jeugdcultuur.

In de doelstelling om de kunstdisciplines aan te brengen op zo'n manier dat ze door de kijker worden gepercipieerd als laagdrempelig is MKiT geslaagd en dit vooral door kinderen zelf de hoofdrol van het programma te laten vervullen. Daarnaast zagen we ook dat bij een kunstprogramma voor kinderen op de openbare omroep in eerste instantie moet worden ingespeeld op verbreding en nadien pas op verdieping. De evaluatie van de diversiteitdoelstelling was niet zo eenduidig. Eerst en vooral werd er op de MKiT-dag een poging gedaan om kinderen van diverse achtergronden te laten deelnemen aan de workshops, maar Suzy Bleys zei dat het Forum voor Amateurkunsten hierbij een kans heeft laten liggen door de organisaties die werken rond kinderen in armoede niet vroeg genoeg te betrekken bij de conceptontwikkeling van de dag. Daarnaast zagen we ook dat de kinderen die getoond werden in het MKiT-programma niet divers genoeg waren naar sociale achtergrond, zodat de belangrijkste doelgroep, kinderen die niet in aanraking komen met kunst, er zich niet helemaal in konden herkennen. Elf van de zestien deelnemende kinderen (de ouders van Kleine Ben en Maurice buiten beschouwing gelaten) waren immers afkomstig uit een gezin waar een zekere culturele interesse reeds aanwezig was. Vijf van de deelnemende kinderen reikten een oplossing aan voor dit probleem, zo gaven ze aan dat indien zij een programmamaker zouden zijn, ze gewoonweg willekeurig kinderen van straat zouden pikken die nog geen kunst zouden beoefenen. Hierbij aansluitend verkozen de deelnemende kinderen het medium tv boven internet om een kunstprogramma op te brengen, aangezien tv ook kinderen die niet actief op zoek zijn naar informatie over kunst weet aan te spreken en bijgevolg een gidsfunctie heeft. Deze belangrijke gidsfunctie van tv weerlegt ook de stelling van Gust De Meyer dat

*“kunstprogramma’s op tv vandaag geen zin meer hebben omdat alles wat onder de noemer ‘kunst en cultuur’ valt reeds te beleven is op het internet”.*<sup>519</sup>

Bij de laatste doelstelling van participatie zagen we dat het effect dat het programma had op het beeld dat de deelnemers hadden over kunst in het algemeen gering was. Net als het effect op hun eigen kunstbeoefening: slechts bij vijf van de zeventien deelnemende kinderen zorgde de deelname aan MKiT voor een andere omgang met hun eigen kunst. Het beeld dat de deelnemers meer specifiek hadden op de andere kunsten veranderde wel in de positieve zin, maar enkel Jade gaf aan dat ze hierdoor ook effectief de stap gingen zetten om die andere kunst (in dit geval fotografie) te gaan beoefenen. Een evaluatie van de algehele participatiedoelstelling konden we echter niet maken, aangezien de reacties en de nametingen rond het programma onvoldoende zijn opgevolgd door de betrokken instanties. Dit is jammer aangezien een mogelijk positief resultaat een argument had kunnen vormen pro de extra financiering van dergelijke VRT-initiatieven en een negatief resultaat beter de punten tot verbetering had kunnen aangeven. Na de evaluatie van deze vijf doelstellingen kunnen we dus nog steeds niet met zekerheid zeggen of het parlementair antwoord van minister Lieten, waarbij zij concludeerde dat MKiT de beleidsdoelstellingen van zowel de VRT als de minister van Onderwijs vervulde, volledig strookt met de werkelijkheid.<sup>520</sup> Wel staat vast dat de brede samenwerking die het MKiT-project hanteerde tussen het televisieprogramma, de MKiT-dag en de afgeleide websites van Cultuurnet en Ketnet inspirerend is voor een toekomstig cross-mediaal cultuureducatiebeleid.<sup>521</sup>

---

<sup>519</sup> DEMEYER (Gust). *Waarom cultuur niet belangrijk is en cultuursubsidie nog minder*. Gent, Academia Press, 2009, p. 74.

<sup>520</sup> COMMISSIE CJSM. *Handelingen: commissievergadering*. Vlaams Parlement, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

<sup>521</sup> SCHAUVLIEGE (Joke), SMET (Pascal). *Groeien in cultuur, conceptnota cultuureducatie*. S.l., Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012, zie bijlagen: CD-rom, p. 38.

## ALGEMEEN BESLUIT

*“Politically, the argument for PSB representing a diversity of interests is a democratic one: that all children should have the opportunity to access the accumulated hoards of cultural capital, which are usually reserved primarily for middle-class children, including literature, music, the arts, current affairs and general knowledge. This can be seen as elitist, but, given that children are not forced to watch or listen to anything, it can only be seen as elitist if children have no access to other kinds of material as a corrective”<sup>522</sup>*

Bovenstaande quote geeft twee belangrijke punten tot conclusie aan. Eerst en vooral wordt er verwezen naar het moeilijk te vinden evenwicht tussen elitisme en populisme. Doorheen heel deze thesis hebben we getracht deze nogal starre dichotomie in het cultuurparticipatiebeleid bij kinderen te doorbreken en dit door aan kinderen zelf te vragen wat ze ervan vinden dat er over hun hoofd heen beslist wordt op het gebied van cultuur. In het besluit van de empirie zagen we dat haast alle deelnemende kinderen van MKiT, mits een bepaalde ruimte voor eigen inbreng, het eens waren met de paternalistische idee dat *“volwassenen die er iets meer van weten”* voor hen beslissingen mogen maken. Hierbij was het echter duidelijk dat de VRT, en meer specifiek Ketnet, op geen enkele manier rekening heeft gehouden met de inbreng van kinderen tijdens het MKiT-project. Op dit gebied zou commerciële kinderzender Nickelodeon, die op geregelde basis focusgroepen houdt met kinderen, dus inspirerend kunnen zijn voor het toekomstige VRT-beleid rond kunstprogramma's voor kinderen.

Dit wil echter niet zeggen dat we specifiek pleiten voor het houden van maandelijks -en erg kostelijke- focusgroepen op Ketnet. Eerder willen we, in navolging van de mening van de deelnemende MKiT-kinderen, het grote potentieel benadrukken kinderen te betrekken in de conceptontwikkeling van kunstprogramma's en dit omwille van drie redenen: 1) In het besluit van de MKiT-analyse zagen we dat kinderen meer gemotiveerd zullen zijn van iets moeilijks als cultuur te proeven als ze, zoals bij de reeds aangehaalde metafoer, hierin mogen meekoken; 2) Kinderen begrijpen elkaars taal en kunnen complexe thema's als cultuur vaak erg concreet en simpel uitleggen aan elkaar (zie hoofdstuk 3: 2. & 4.2.1); 3) Het werkt drempelverlagend als kinderen zelf een rolmodel op het gebied van cultuur kunnen zijn voor andere kinderen (zie hoofdstuk 3: 3.2. & 4.2.1).

Het MKiT-project hield rekening met deze twee laatste punten. Maar met de inspraak van kinderen in de conceptontwikkeling van een kunstprogramma zou er, zonder te vervallen in een

---

<sup>522</sup> DAVIES (Maire Messenger). *Dear BBC: Children, Television Storytelling and the Public Sphere*. Cambridge, University Press, 2001, p. 44.

*'ij vraagt, wij draaien'- houding, naar de toekomst toe veel meer rekening moeten worden gehouden.*

Het tweede belangrijke punt dat wordt aangehaald in de bovenstaande quote heeft betrekking op het feit dat alle kinderen en niet enkel kinderen uit de middenklasse bereikt moeten worden door een cultuurparticipatiebeleid en net op dit gebied zagen we dat het MKiT-project tekort schoot. Dus hoewel de VRT recent met Ketnet haar opgelegde diversiteitscijfers behaalde,<sup>523524</sup> konden onvoldoende kinderen die van thuis uit niet in aanraking komen met kunst zich herkennen in de MKiT-deelnemers. Hierbij zouden we de vraag kunnen stellen of er op het gebied van kunstprogramma's voor kinderen nood is aan een extra diversiteitscriterium naar sociale achtergrond.

De evaluatie van de doelstelling diversiteit leidt ons opnieuw tot de centrale probleemstelling van dit werk:

*"Hoe kunnen we aan de hand van de casestudy Mijn Kunst is Top de rol van de VRT in het cultuurparticipatiebeleid, gericht op de doelgroep van kinderen, evalueren in een digitaal tijdperk?"*

Een concrete evaluatie van de doelstellingen van het ministerie van Onderwijs is terug te vinden in het besluit van de MKiT-analyse. Hierbij viel op dat vooral de doelstelling omtrent laagdrempeligheid positief geëvalueerd kon worden. De evaluatie van de andere vier doelstellingen was niet zo eenduidig. Hieruit bleek ook dat naar de toekomst toe een betere opvolging en monitoring van initiatieven als MKiT noodzakelijk is voor het verantwoorden van de rol van de VRT in cultuurparticipatie bij kinderen.

Meer op meta-niveau kunnen we stellen dat de openbare omroep in een digitaal tijdperk zeker nog een rol te vervullen heeft op het gebied van cultuur. Zo wist MKiT-deelneemster Sofie van volksdans het mooi te verwoorden als ze de openbare omroep een samenvatting noemde van al wat op het internet te vinden is. Specifiek op het gebied van cultuur heeft de openbare omroep nog een grotere gidsfunctie te vervullen, aangezien ze, in tegenstelling tot het internet, ook degenen die niet actief op zoek zijn naar cultuur kan bereiken. Op die manier kan de openbare omroep stap per stap de drempel naar zowel lage als hoge vormen van cultuur verkleinen. Het is immers belangrijk te geloven in dit -nochtans moeilijke- democratiseringsproces van cultuur om niet te vervallen in een postmodern relativisme. Als we zouden geloven dat de strijd om cultuur

---

<sup>523</sup> N.N. VRT toont te veel huisvrouwen en te weinig nieuwe Vlamingen, in *De Standaard*, 26 april 2013, p. D4.

<sup>524</sup> VRT. *Meer dan ooit integrale aanpak diversiteit*. [Online] <http://www.vrt.be/nieuws/2013/04/meer-dan-ooit-integrale-aanpak-diversiteit> [02.05.2013]

reeds verloren is, verliezen we namelijk de wil tot actie en kan ook het kritische debat over het hele cultuurverhaal niet meer gevoerd worden.

Verder gebeurde dit onderzoek niet zonder slag of stoot, een kritische reflectie is hier daarom zeker op zijn plaats. Zo hebben we enkel diepte-interviews kunnen afnemen van een atypische groep kinderen, namelijk de deelnemers van MKiT zelf. Het had echter interessant geweest om deze meningen te contrasteren met die van niet-deelnemende kinderen. Wegens het tijdrovende aspect dat gepaard gaat met het afnemen van diepte-interviews was dit echter onmogelijk. Voorts is ook één belangrijke stem onvoldoende aan bod gekomen in deze studie, en dat is de stem van enkele critici van het MKiT-project. We hebben getracht dit tekort gedeeltelijk op te vangen door deze critici, zoals Open VLD vertegenwoordiger Bart Tommelein, aan bod te laten komen in het gedeelte rond de parlementaire discussie, maar desondanks is dit zeker een kritiek die moet worden meegenomen naar verder onderzoek op dit gebied. Daarnaast zou het ook interessant zijn om andere cultuurinitiatieven van de VRT als *Klara4Kids* onder de loep te nemen. Hoewel de MKiT-case interessante inzichten biedt omtrent de rol van de openbare omroep in cultuurparticipatie bij kinderen, is er immers verder onderzoek nodig om deze resultaten te valideren. Een analyse van het hele gamma aan cultuurinitiatieven in het (inter)nationale openbare omroeplandschap zou tot slot nog meer ideeën kunnen aanreiken om, met vooraf bepaalde ingrediënten, kinderen te laten meekoken in het cultuurmenu van de publieke omroep.



## BIBLIOGRAFIE

### Wetenschappelijke literatuur

- ACHILLE (Yves), MIEGE (Bernard). The Limits of the Adaption Strategies of European Public Service Television, in *Media, Culture & Society*, 1994, vol. 16, nr. 1, p. 31-46.
- ANDERSON (Chris). The Long Tail, in *Wired*, 2004, vol. 12, nr. 10, p. 1-5.
- ARMSTRONG (Mark), WEEDS (Helen). *Public service broadcasting in the digital world*. London, University College London & University of Essex, 2005, 54 p.
- BAKKE (Marit). Arts television: questions of culture, in WIETEN (Jan), MURDOCK (Graham) & DAHLGREN (Peter), eds. *Television across Europe: A comparative introduction*. Londen, Sage, 2000, 288 p.
- BAMFORD (Anne). *Kwaliteit en consistentie: Kunst- en cultuureducatiebeleid in Vlaanderen*. S.l., Agentschap voor onderwijscommunicatie, 2007, zie bijlagen: CD-rom.
- BANET-WEISER (Sarah). *Kids Rule!: Nickelodeon and Consumer Citizenship*. Durham, Duke University Press, 2007, 296 p.
- BARNETT (Steven). Which end of the telescope? From market failure to cultural value, in TAMBINI (Damian), COWLING (Jamie), eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London, Institute for Public Policy Research, 2004, p. 34-45.
- BENJAMIN (Walter). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. S.l., Penguin Adult, 2008, 128 p.
- BENNETT (Tony), SAVAGE (Mike), SILVA (Elizabeth), WARDE (Alan), GAVO-CAL (Modesto), WRIGHT (David). *Culture, class, distinction*. Londen, Routledge, 2009, 311p.
- BILTEREYST (Daniel). Kunst-, cultuur- en educatieve programma's: bedreigde categorieën of ultieme legitimatie?, in VANDENBUCLK (Hilde), (Alexander), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, 337 p.
- BILTEREYST (Daniel). Public service broadcasting, popular entertainment and the construction of trust, in *European Journal of Cultural Studies*, 2004, vol. 7, nr. 3, p. 341-362.
- BLUMLER (Jay), BILTEREYST (Daniël). *The Integrity and Erosion of Public Television for Children*. S.l., European Institute for the Media (EBU), 1998, 39 p.
- BLOKLAND (Hans). *Freedom and Culture in Western Society*. London, Routledge, 1997, 336 p.
- BLOKLAND (Hans). Kiezen tussen Bach en Madonna: Tussen emancipatie en paternalisme: cultuurspreiding en de overheid, in *Ons Erfdeel*, 1998, vol. 41, nr. 1, p. 59-63.
- BLOKLAND (Hans). *Neoliberale rechtspopulisten, link populistische ontmaskeraars en een Nederlands cultuurpolitiek drama*. [Online] <http://www.civismundi.nl/?p=artikel&aid=1786> [06.01.2013]
- BLOKLAND (Hans). Op zoek naar een balans in het cultuurbeleid, in *Ons erfdeel*, 2004, vol. 47, nr. 1, p. 59-67.

BLOKLAND (Hans). *Wegen naar vrijheid. Autonomie, emancipatie en cultuur in de Westerse wereld*. Boom Amsterdam, Meppel, 1995, 429 p.

BOGNER (Alexander), LITTIG (Beate), MENZ (Wolfgang). *Interviewing Experts*. S.I, Palgrave Macmillan, 2009, 281 p.

BOURDIEU (Pierre). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge, Harvard University Press, 1984, 613 p.

BOURDIEU (Pierre). *The field of cultural production*. Cambridge, Polity Press, 1993, p. 2.

BUCKINGHAM (David). Studying children's media cultures: A new agenda for cultural studies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, 235 p.

CARLSSON (Ulla). *Children and youth in the digital media culture. From a Nordic horizon*. Göteborg, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media (Nordicom), 2010, 251 p.

CARPENTIER (Nico). Theoretical frameworks for participatory media, in CARPENTIER (Nico), PRUULMANN-VENGERFELDT (Pille), NORDENSTRENG (Kaarle), HARTMANN (Maren), VIHALEM (Peeter), CAMMAERTS (Bart), NIEMINEN (Hannu), eds. *Media technologies and democracy in an enlarged Europe*. Tartu, University Press, 2007, 424 p.

CLARK (Cindy Dell). *In A Younger Voice: Doing Child-Centered Qualitative Research: Doing Child-Centered Qualitative Research. Child Development in Cultural Context Series*. New York, Oxford University Press, 2010, 240 p.

COSTERA MEIJER (Irene). Impact or content? Ratings vs. quality in public broadcasting, in *European Journal of Communication*, 2005, vol. 20, nr. 1, p. 27-53.

DAVIES (Maire Messenger). *Children, Media and Culture*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2010, 236 p.

DAVIES (Maire Messenger). *'Dear BBC': Children, Television Storytelling and the Public Sphere*. Cambridge, University Press, 2001, 280 p.

D'ARMA (Alessandro), ENLI (Gunn Sara), STEEMERS (Jeanette). Serving children in Public Service Media, in LOWE (George Ferrell), ed. *The Public in Public Service Media*, Göteborg, Nordicom, 2009, p. 227-242.

DEMEYER (Gust). *Waarom cultuur niet belangrijk is en cultuursubsidie nog minder*. Gent, Academia Press, 2009, 254 p.

DHOEST (Alexander). De Vlaming: een hevige en trouwe supporter van de publieke omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, 210 p.

DHOEST (Alexander). Kinder- en jeugdprogramma's, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, 337 p.

DONDERS (Karen), PAUWELS (Caroline). De verkeerde kant van de telescoop: uiteenlopende visies op de openbare omroep, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de*

*21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, 210 p.

DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). De beheersovereenkomst 2012-2016: Niemand tevreden, niemand ongelukkig?, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, 210 p.

DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde). Inleiding, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp.

EDGAR (Andrew). *Habermas: The Key Concepts*. London, Routledge, 2002, 183 p.

ELCHARDUS (Mark). *De dramademocratie*. Tielt, Lannoo Uitgeverij, 2002, 208 p.

ELCHARDUS (Mark). *De symbolische samenleving: en exploratie van de nieuwe sociale en culturele ruimtes*. Tielt, Lannoo Uitgeverij, 2005, 419 p.

ELIAS (Willem). Het maatschappelijk belang van culturele en kunstzinnige educatie, in DEGROOF (Jan), SCHECK (Michaël), PENNEMAN (Hilde), eds. *Cultuur & participatie*. Leuven, Garant, 2001, 223 p.

FARRELL (Ann). *Ethical research with children*. Berkshire, McGraw-Hill International, 2005, 200 p.

FLICK (Uwe). *An Introduction to Qualitative Research*. Londen, Sage, 2009, 528 p.

GANZEBOOM (Harry). *Cultuurdeelname in Nederland. Een empirisch-theoretisch onderzoek naar determinanten van deelname aan culturele activiteiten*. Maastricht, Van Gorcum, 1989, 194 p.

GARNHAM (Nicholas). *Emancipation, the Media, and Modernity. Arguments about the Media and Social Theory*. Oxford, University Press, 2000, 206 p.

HENGST (Heinz). Children's culture(s) in consumer societies, in VANDENBERG (Bea), VANDENBULCK (Jan), eds. *Children and Media: Multidisciplinary Approaches*. Leuven, Garant, 2000, 235 p.

HOLSTEIN (James A.), GUBRIUM (Jaber F.). *Handbook of Interview Research: Context and Method*. London, Sage, 2001, 1000 p.

JAKUBOWICZ (Karol) *Public Service Broadcasting in the Information Society*. [Online] <http://tinyurl.com/bpr3qpe> [26.12.2012]

JAKUBOWICZ (Karol). *Public Service Broadcasting: Proud past, interesting future?* [Online] <http://tinyurl.com/c9xpv4z> [26.12.2012]

KAMPHORST (Jan), SPRUIJT (Pieter). *Vrijetijdsgedrag in het perspectief van socialisatie : een empirisch onderzoek naar samenhang tussen aspecten van socialisatieprocessen op de leeftijd van 5 tot en met 10 jaar en vrijetijdsgedrag op de leeftijd van 25 tot en met 30 jaar*. Utrecht, s.e., 1983, 514 p.

KELLET (Mary). 'Just Teach Us The Skills Please, We'll Do The Rest': Empowering Ten-Year-Olds as Active Researchers, in *Children and Society*, 2004, vol. 18, nr. 2, p. 329–343.

LIVINGSTONE (Sonia). *Children and the internet*. London, Polity Press, 2009, 301 p.

MCGUIGAN (Jim). *Rethinking cultural policy*. Maidenhead, Open University Press, 2004, 172 p.

MCKINSEY & CO. *Public Service Broadcasters around the world: Report for the BBC*. London, McKinsey, 1999, 39 p.

MCQUAIL (Dennis). *McQuail's Mass Communication Theory*. Londen, Sage, 2010, 632 p.

MOONS (An), RAATS (Tim). Cultuur en middenveld: de publieke omroep in een democratische samenleving; in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, 210 p.

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

LOWE (George Ferrell), HUIJANEN (Taisto). *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg, Nordicom, 2003, 335 p.

LOWE (George Ferrell), JAUERT (Per). *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg, Nordicom, 2005, 329 p.

LOWE (Rosemarie J.). Children Deconstructing Childhood, in *Children and Society*, 2012, vol. 26, nr. 4, p. 269-279.

MACKAY (Tommy), GREIG (Anne D), TAYLOR (Jayne). *Doing Research with Children*. Londen, Sage, 2007, 216 p.

NAGEL (Francine Antoinette). *Cultuurdeelname in de levensloop. Cultural Participation in the Life Course*. Doctoraat Universiteit Utrecht, 2004, 176 p.

PAUWELS (Caroline), RAATS (Tim). 'The Cultural Remit Renaissance?' *Conceptualizing and assessing Public Service Broadcasting as a hub in a networked media ecology*. London, RIPE @ 2010 Conference 'Public Media After The Recession', 2010, zie bijlagen: CD-rom.

PETERSON (Richard), KERN (Roger). Changing highbrow taste: from snob to omnivore, in *American Sociological Review*, 1996, vol. 61, nr. 5, p. 900-907.

PFETSCH (Barbara). Convergence through privatization? Changing Media Environments and Televised Politics in Germany, in *European Journal of Communication*, 1996, vol. 11, nr. 4, p. 427-451.

PINKERTON (John). Children's Participation in the Policy Process: Some Thoughts on Policy Evaluation Based on the Irish National Children's Strategy, in *Children and Society*, 2004, vol. 18, nr. 2, p. 119-130.

PUNCH (Samantha). Interviewing Strategies with Young People: the 'Secret Box', Stimulus Material and Task-based Activities, in *Children and Society*, 2002, vol. 16, nr. 1, p. 45-56.

- RABOY (Marc). *Missed Opportunities: The Story of Canada's Broadcasting Policy*. S.l., McGill-Queen's Press, 1990, 471 p.
- RABOY (Marc). *Public broadcasting for the 21st century*. Luton, University Press, 1995, 303 p.
- SAEYS (Frieda), COPPENS (Tomas). Business of corebusiness: de opdracht van de West-Europese publieke omroepen nogmaals ter discussie, in *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 2003, vol. 31, nr. 4, p. 338-355.
- SCANNELL (Paddy). Public Service Broadcasting and Modern Public Life, in *Media, Culture and Society*, vol. 11, nr. 2, p. 135-166.
- STEEMERS (Jeanette). Children's Television: "The Soft Underbelly of Public Service Broadcasting", paper presented at *RIPE@2008 Conference*, Mainz.
- STEEMERS (Jeanette). Public Broadcasting is not dead yet, in LOWE (George Ferrell), HUIJANEN (Taisto), eds. *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg, Nordicom, 2003, 335 p.
- STEEMERS (Jeanette). The BBC's Role in the Changing Production Ecology of Preschool Television in Britain, in *Television & New Media*, 2010, vol. 11, nr. 1, p. 37-61.
- STEVENS (David), VANDENBULCK (Hilde). Naar een nieuwe beheersovereenkomst, in DONDERS (Karen), VANDENBULCK (Hilde), eds. *De VRT in de 21<sup>ste</sup> eeuw: overbodige luxe of maatschappelijke meerwaarde?* Brussel, University Press Antwerp, 2012, 210 p.
- TAYLOR (Charles). What's wrong with negative liberty?, in RYAN (Alan), ed. *The idea of freedom: Essays in honour of Isaiah Berlin*. Oxford, Oxford University, 1979, 279 p.
- University College London. *Research Ethics Committee. Guidance Note 1: Research Involving Children*. [Online] <http://tinyurl.com/c6odre3> [28.10.2012]
- TISDALL (Kay E.). The Challenge and Challenging of Childhood Studies? Learning from Disability Studies and Research with Disabled Children, in *Children and Society*, 2012, vol. 26, nr. 3, p. 181-191.
- VANDENBULCK (Hilde). 'Can PSB Stake Its Claim in a Media World of Digital Convergence? The Case of the Flemish-Belgian PSB Management Contract Renewal in International Perspective', in *Convergence*, vol. 14, nr. 3, p. 329-343.
- VANDENBUCLK (Hilde). Het beleid van de publieke televisie: van hoogmis van de moderniteit naar postmodern sterk merk?, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, 337 p.
- DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde). Inleiding, in DHOEST (Alexander), VANDENBUCLK (Hilde), eds. *Publieke televisie in Vlaanderen: een geschiedenis*. Gent, Academia Press, 2007, 337 p.
- VAN DER HOEVEN (Quirine). *Van Anciaux tot Zijlstra. Cultuurbeleid en cultuurparticipatie in Nederland en Vlaanderen*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2012, 494 p.
- VANHERWEGEN (Dries), SIONGERS (Jessy), SMITS (Wendy), VANGOIDSENHOVEN (Guido). *Amateurskunsten in beeld gebracht. Onderzoek in opdracht van vzw voor Amateurskunsten*. Gent, s.e., 2009, 240 p.

VAN ZEE (Jeannette), WESTERKAMP (Kees). *Alles is vindbaar!* [Online]  
[http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2005-0517-200051/Alles is vindbaar.pdf](http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2005-0517-200051/Alles_is_vindbaar.pdf)  
 [23.04.2013]

WESTERKAMP (Kees), WIJNSMA (Jo). *On line databanken: de ontwikkelingen en de aanbieder.* [Online]  
<http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2005-0512-200332/Databanken.pdf>  
 [23.04.2013]

### Overheidsdocumenten

ANCIAUX (Bert). *Beleidsbrief 2007 van Bert Anciaux, Vlaams minister van cultuur, jeugd, sport en Brussel.* Brussel, 2007, zie bijlagen: CD-rom.

AGENTSCHAP SOCIAAL-CULTUREEL WERK. *Overeenkomst ter ondersteuning van de audiovisuele reek 'Mijn Kunst is Top'.* Brussel, Agentschap sociaal-cultureel werk, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

BBC TRUST. *Public Value Test: Guidance on the conduct of the PVT.* Londen, BBC TRUST, 2007, zie bijlagen: CD-rom.

DEVOS (Franky), ASSELMAN (Evert), MAST (Gitte). *XS. Over kinderen, cultuur en communicatie.* Brussel, Cultuurnet Vlaanderen, 2007, 103 p.

DUBOIS (Nele). *Voor mij in 2020 cultuur à volonté* [Online]  
<http://www.jongerenpact2020.be/living-library/nele-du-bois/> [19.04.2013]

EU. *Televisieomroepactiviteiten: richtlijn "Televisie zonder grenzen" (TZG).* [Online]  
[http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/l24101\\_nl.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_nl.htm) [06.03.2012]

EU. *Treaty of Amsterdam amending the treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and related acts.* [Online]  
<http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-en.pdf> [18.03.2013]

N.N. *Vlaamse jeugdbewegingen in kaart.* [Online] <http://www.pascalsmet.be/article/vlaamse-jeugdbewegingen-in-kaart/> [12.04.2013]

SCHAUVLIEGE (Joke), SMET (Pascal). *Groeien in cultuur, conceptnota cultuureducatie.* S.l., Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2012, zie bijlagen: CD-rom

SMET (Pascal). *Toelichting begroting.* [Online]  
[www.sociaalcultureel.be/jeugd/begroting\\_doc/COM-toelichting\\_begroting2012.pdf](http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/begroting_doc/COM-toelichting_begroting2012.pdf)  
 [24.01.2013]

SMET (Pascal). *Vlaams parlement: schriftelijke vragen.* [Online]  
[http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/parlement/SV\\_werkingskostenjeugd.pdf](http://www.sociaalcultureel.be/jeugd/parlement/SV_werkingskostenjeugd.pdf) [24.01.2013]

UNESCO. *Public Broadcasting: Why? How?* Parijs, Montréal, Unesco, s.d., zie bijlagen: CD-rom.

VERENIGDE NATIES. *Verdrag inzake de rechten van het kind.* [Online]  
<http://www.kinderrechten.nl/images/13/194.pdf> [03.02.2013]

VLAAMSE JEUGDRAAD. *Wie zijn wij?* [Online] <http://www.vlaamsejeugdraad.be/wie-zijn-wij/>  
 [19.04.2013]

VRM. *Decreet betreffende de radio-omroep en televisie van 27 maart 2009*. [Online] [http://www.vlaamseregulatormedia.be/media/19422/mediadecreet\\_27augustus2012.pdf](http://www.vlaamseregulatormedia.be/media/19422/mediadecreet_27augustus2012.pdf) [26.04.2013]

VRT, DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, SPORT en MEDIA. *Addendum beheersovereenkomst inzake het openbare omroepdomein. Evaluatie*. Brussel, 2008, zie bijlagen: CD-rom.

VRT. *Internetcijfers*. [Online] <http://www.vrt.be/nieuws-over-vrt/kijk-en-luistercijfers> [18.03.2013]

VRT. *Kijk- en luistercijfers*. [Online] <http://www.vrt.be/nieuws-over-vrt/kijk-en-luistercijfers> [26.04.2013]

VRT. *Meer dan ooit integrale aanpak diversiteit*. [Online] <http://www.vrt.be/nieuws/2013/04/meer-dan-ooit-integrale-aanpak-diversiteit> [02.05.2013]

VRT, Vlaamse Gemeenschap. *Beheersovereenkomst 2012-2016 tussen de Vlaamse Gemeenschap en de VRT*. Brussel, s.e., 2011, zie uitgave, zie bijlagen: CD-rom.

### **Mijn Kunst is Top-documenten**

DEMENSEN. *Concept: Mijn Kunst is Top! Een programma van deMENSEN voor Ketnet*. Sint-Stevens-woluwe, deMENSEN, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

DEMENSEN. *Mijn Kunst is Top: Kinderprogramma*. [Online] <http://demensen.be/nl/producties/mijn-kunst-is-top> [23.04.2013]

FORUM VOOR AMATEURKUNSTEN. *Afrekeningsdossier Mijn Kunst is Top evenement*. S.l., FORUM VOOR AMATEURKUNSTEN, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

FORUM VOOR AMATEURKUNSTEN. *Steunpunten*. [Online] <http://www.amateurkunsten.be/> [26.01.2013]

KETNET. *Mijn Kunst is Top! Atelier*. [Online] <http://www.ketnet.be/mijn-kunst-is-top-atelier> [25.01.2013]

KETNET. *Verantwoordingsdossier Mijn Kunst is Top*. Brussel, VRT, 2012, zie bijlagen: CD-rom.

### **Persberichten**

DEBACKERE (Jan). Ketnet geeft kinderen goesting in kunst, in *De Morgen*, 15 februari 2012, p. 36.

DECKMYN (Dominique), DROEVEN (Valerie). Minister Lieten haalt buit binnen, in *De Standaard*, 16 juli 2011.

DELEUR (Tom). Adriaan Van den Hoof binnenkort te zien op Ketnet, in *Het Nieuwsblad*, 26 januari 2012, [Online] <http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=G2M3LD37N> [28.04.2013]

N.N. Derde VRT-kanaal wordt twistappel, in *De Standaard*, 2 december 2010.

N.N. Populaire kunst hoeft geen subsidies, in *De Morgen*, 7 april 2011, [Online] <http://www.demorgen.be/dm/nl/2461/Opinie/article/detail/1247213/2011/04/07/Populaire-kunst-hoeft-geen-subsidies.dhtml> [01.05.2013]

N.N. *TV-review: 'Magazinski' op OP12*. [Online] <http://www.humo.be/tv-reviews/152910/tv-review-magazinski-op-op12> [20.01.2013]

N.N. VRT naar doemscenario, in *De Standaard*, 24 november 2010, p. x.

N.N. VRT toont te veel huisvrouwen en te weinig nieuwe Vlamingen, in *De Standaard*, 26 april 2013, p. D4.

RAATS (Tim), GABRIELS (Katleen). *Jongeren en de VRT: clichés spuien en slikken?* [Online] <http://opinie.deredactie.be/2011/12/06/jongeren-en-de-vrt-cliches-spuien-en-slikken/> [26.12.2012]

THOMSON (Caroline). *Speech: Public service content – funding and the changing scope of the PSBs*. [Online] [http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/thomson\\_westminster.shtml](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/thomson_westminster.shtml) [11.03.2013]

TOMMELEIN (Bart). *Tommelein: "extra subsidies voor de basistaken van de VRT is er los over"*. [Online] [http://www.melle.openvld.be/News.aspx?nid=10fb7a3a-7881-49b6-a1ca-f39bf2e0fdec&id=50b33ce6-ff40-4bef-8c88-b07877f2ec22#.UUil\\_hngLBJ](http://www.melle.openvld.be/News.aspx?nid=10fb7a3a-7881-49b6-a1ca-f39bf2e0fdec&id=50b33ce6-ff40-4bef-8c88-b07877f2ec22#.UUil_hngLBJ) [19.03.2013]

VANTYGEM (Peter). *Analyse; Waarom Gust De Meyer cultuurbonnen in plaats van subsidies wil*, in *De Standaard*, 31 mei 2003, [Online] [http://www.standaard.be/cnt/DST31052003\\_047](http://www.standaard.be/cnt/DST31052003_047) [01.05.2013]



## BIJLAGEN

- Overheids- en andere documenten
- MKiT-documenten
- Vragenprotocols
- Transcripties van de 21 diepte-interviews en samenvatting van telefoongesprek Pim Raes
- Codeboom gebruikt voor de analyse
- Axiale codering transcripties
- Tijdsplanning & e-mails
- Geluidsfragmenten van de diepte-interviews
- Schermopnames MKiT-afleringen
- Foto's gebruikt voor participatieve methode
- Filmpje 'Kinderen vragen om kunst'