

Ketnet: het VTM2 van de BRTN?

Frederik Haentjens

Student sociologie aan de UG, wijsbegeerte aan de KULAK

Op 1 december brengt de BRTN een jongerenprogramma-aanbod met infotainment, soap, spel en een heus jeugdjournaal. De BRTN probeert daarmee vooral de 15-16-jarigen weg te halen bij de concurrentie.

De cultuur en de stem van onze jeugd hebben sinds decennia geen of weinig invloed op de sociale, economische, culturele of politieke beslissingen die in dit land genomen worden. Wel worden een aantal facetten van de jongerencultuur nauwlettend in de gaten gehouden. Bij het minste vermoeden van onzuiverheid of ongepastheid worden jongeren staalhard veroordeeld of worden onderdelen van hun cultuur simpelweg verboden. Af en toe gaat er vanuit het jeugdwerk een zwakke stem op om kinderen te beschouwen als mensen met dezelfde rechten als volwassenen. Maar deze pogingen tot jeugdemancipatie blijven sporadisch en zonder effect. Sinds enkele jaren zijn er weliswaar enkele jonge politici die zich het politieke en juridische lot van onze jongste burgers aantrekken. Met parlementaire initiatieven proberen zij beweging te krijgen in de zaak. Op mediagebied zijn de effecten daarvan alvast voelbaar. In februari 1996 deed de SP-fractie samen met de CVP-fractie van het Vlaamse Parlement voorstellen over het thema kinderen en televisie. Zij dienden een resolutie in met de garantie dat het zgn. mini-decreet voor de BRTN ook de opdracht inhoudt een volledig aanbod voor kinderen en jongeren te verzorgen. Dankzij het mini-decreet komt er nu, vanaf 1 december, op de tweede zender van de openbare omroep een gloednieuw twee uur durend kindermenu, dat de naam *Ketnet* meekreeg.

De vraag is of *Ketnet* de verwachtingen die

in de resolutie zijn verwoord, zal inlossen. Op een persconferentie in november gunde de BRTN het publiek al een eerste kijkje op de kinderprogrammatie. Het heeft mij niet optimistisch gestemd. Tot nog toe was het jeugd beleid bij de openbare omroep vooral een taak voor zendelingen en idealisten. Het ziet ernaar uit dat het morgen vooral werk voor zendelingen en rattevangers wordt.

Kindertelevisie

Met een horizontale programmering van de jeugdprogramma's en een verhoging van het aanbod voor de jeugd op tijdstippen waarop thans alleen commerciële zenders jeugdprogramma's brengen, probeert de BRTN in de eerste plaats zijn marktpositie te verstevigen. Inhoudelijk wordt die zendtijd ingevuld met veel soap, infotainment, amusement en als hoofdschotel het jeugdnieuws. De bedoeling daarvan is uitdrukkelijk de middelbareschooljeugd, en dan vooral de 15-16-jarige adolescenten, die nu massaal voor VT4 en VTM kiezen, voor zich te winnen.

Programmering

Is het zinvol speciale programma's te maken voor de 'jeugd'? Uit onderzoek naar het kijkgedrag van kinderen, blijkt dat het zinvol is een onderscheid te maken tussen 13-14-plussers (pubers), kinderen jonger dan 13 jaar en echte kleintjes (6 jaar en jonger). De meeste Europese omroepen, waaronder de BBC, doen dat ook. Ze

Kijkgedrag

Wanneer kijken kinderen? Televisie doet vaak dienst als babysitter. Het glazen kindermisje wordt aangezet als moeder en vader willen uitslapen of een avondje uit eten gaan. Sinds de komst van de commerciële zenders VTM, Ka2 en VT4 zou de kijktijd van onze jongste kijkers bijna verdubbeld zijn. Daardoor neemt tv-kijken ongeveer 30% van hun vrije tijd in beslag. Voor jongeren tussen 12 en 16 jaar is tv-kijken zelfs de belangrijkste bezigheid geworden tijdens de vrije uurtjes. Die toename is vooral te danken aan het grotere programma-aanbod overdag en dan vooral op zaterdagmorgen. De kleintjes (6 tot 10 jaar) hangen vooral voor de buis op weekendochtenden als de ouders aan het uitslapen zijn en door de week van 16 tot 20 uur. Toch kijkt die jonge publieksgroep alles bij elkaar minder televisie dan de gemiddelde kijker.

Waar kijken kinderen naar? De allerkleinsten (peuters en kleuters) zijn vooral geïnteresseerd in hun directe omgeving, hun ouders en hoe zij met elkaar en de kinderen omgaan. Daarnaast kijken jongere kinderen vaak ook urenlang tekenfilms. Die tekenfilms ko-

men meestal uit Amerikaanse fabrieken, omdat ze voor de tv-stations voordeliger zijn per gros. Hun artistiekeit is navenant. Ze mogen dan het werk zijn van vakmensen, het blijven vakmatige vervaardigingen van een reeks clichés en stereotypen. Kinderen vreten zich ook vol met soaps, waarin onderwerpen als liefde, wraak en conflicten tussen mensen ook voor hen herkenbaar zijn. Jongeren (pubers en adolescenten) besteden beduidend minder tijd aan het kijken naar jeugdprogramma's dan kleuters en kinderen. Waar kijken ze dan wel naar? Naar volwassenprogramma's met veel spel, informatie, sport, muziek en lifestyle - hoewel informatieve programma's (nieuws en actualiteit, infotainment en talkshows) in hun kijkmenu een aanzienlijk bescheidener plaats innemen. Zij behoren m.a.w. tot de meest amusementsgerichte publieksgroepen. Diezelfde jongeren verafschuwen jeugdprogramma's, documentaires over de jeugd of discussiepanels waarin enkele jongeren eens aan een volwassene komen vertellen hoe het zit met hun zieleroerselen. Jongeren vanaf 14-15 jaar hebben dus het kijkprofiel van een gemiddelde volwassen kijker.

hebben een bewuste beleidskeuze gemaakt en maken geen programma's voor kinderen ouder dan 10. Slechts bij enkele openbare omroepen in Europa, wanneer de druk van de concurrentie en commercialisering te groot wordt, wordt toegegeven aan *cheap television* en goedkoop amusement. Zenders die aan de concurrentiedrang toegeven vallen voor een groot deel van hun programmering terug op Amerikaanse programma's. Door productie-economische factoren is het immers veel voordeliger die producties te kopen dan er zelf te maken. De Amerikaanse producties blijken bovendien zo populair bij de kinderen (8 tot 13), dat de openbare omroep met lede ogen moet toezien hoe de kijkcijfers voor de eigen producties dalen. Zo komt de ook BRTN in de verleiding om buitenlandse producties aan te kopen. Eigen programma's als *Buiten de Zone* of *Kulderzipken* kosten veel en zouden daardoor wel eens van het scherm kunnen verdwijnen.

De BRTN heeft nochtans een traditie in kinderprogramma's. Al jarenlang denken programmamakers na over hoe je kwalitatief hoogwaardige televisie brengt voor kinderen. Daarvan getuigen het wereldbekroonde *Tik Tak*, of de ook voor volwassenen heel aantrekkelijke series van Hugo Matthijssen, *Dag Sinterklaas* en *Kulderzipken*. Wat programma's voor kinderen onder de

10 jaar betreft, is de openbare omroep dan ook monopoliehouder in het Vlaamse medialandschap.

In de race om de kijkcijfers is dat de openbare omroep echter een te schrale troost gebleken. De nieuwe BRTN heeft dan ook beslist zich met een uniek aanbod tot de pubers te richten, zelfs al hebben onderzoek en ervaring uitgewezen dat dat weinig zinvol is, en geeft ook het gezond verstand aan dat dit wel eens een verkeerde keuze zou kunnen zijn. Zullen pubers, die zich toch willen afzetten tegen de maatschappij van de volwassenen, geboeid raken door programma's die gemaakt zijn door diezelfde maatschappij van volwassenen? Is het niet veel logischer dat zij, die snel volwassen willen zijn of lijken, hun kijkgedrag aanpassen aan het stereotype kijkgedrag van een volwassene?

TV: goed of kwaad?

Ouders en wetenschappers koesteren jengens de televisie soms onterechte reserves. Zij vrezen bijvoorbeeld dat het zien van griezelige en gewelddadige beelden agressief gedrag, angstreacties, nachtmerries en slaapproornissen kan veroorzaken of versterken. Uit onderzoek is echter gebleken dat deze effecten niet het resultaat zijn van wat de kinderen zien, maar wel van hoeveel ze zien. Het zien van een bepaalde hoeveelheid

Programma's zonder publiek

Als de speciale programma's voor pubers en adolescenten (de categorie van 13 en ouder) er komen, zou het best kunnen dat niet de jonge gensters ernaar kijken, maar veeleer de ouders en opvoeders. Die willen namelijk wel weten waar de jeugd zich mee bezighoudt, hoe hun subcultuurtjes eruit zien en wat grafitti-sputten bijvoorbeeld voor een jongere betekent. Zo kunnen zij eens ongezoeten zien waar de jeugd zich zoal mee bezighoudt.

Op die manier kunnen jeugdprogramma's ouders en bejaarden van een aantal vooroordelen afhelpen. De 'zittende generatie' heeft traditiegetrouw moeite met de aanstormende jeugd en ziet vooral negatieve kanten en normloosheid. Door de informatieve en dramatische jeugdprogramma's zien zij dat jongeren ook waarden en normen hebben, dat jongeren méér zijn dan vervelende etters die zich vervelen, aan de drugs zitten en baldadig zijn.

Maar programma's voor de jeugd (13-plussers) zijn niet bedoeld voor volwassenen. Als alleen ouders en opvoeders zouden kijken, schieten ze hun doel voorbij.

beelden heeft gevolgen voor de emoties en het welbevinden (slapen en sociaal banden hebben) van kinderen. Of die beelden geweld tonen of niet, maakt niet zoveel uit.

Belangrijker nadelen zijn dat tv-kijken kinderen afhoudt van gezondere dingen als sport en spel, en dat het een rem kan zetten op hun eigen ontwikkeling (lezen). De voordelen van tv-kijken zijn: het verruimen van de woordenschat, de kennis van de geschiedenis, de natuur en de wereld in het algemeen. Onderzoek heeft echter uitgewezen dat de voordelen van het hoge kijkgedrag van kinderen en jongeren niet niet eenduidig zijn. Het lijkt me daarom aangewezen toch op te letten voor de nadelen van tv-kijken en dan vooral voor de tijd dat het kind voor het scherm zit.

Kwaliteit

Kinder- en jeugdprogramma's dienen niet om kinderen met een laag kijkgedrag ertoe aan te zetten tv te kijken. Ze moeten de reeds kijkende kinderen voor zich winnen. Niet zozeer om hen af te houden van wat ze niet zouden mogen zien, maar wel om een inhoud te geven aan wat ze zien. Zo krijgt tv-kijken een zin, zonder daarom de ontspanning weg te nemen. Die ontspanning is erg belangrijk: tv-kijken blijft hoedanook een vrijetijdsbezigheid. De negatieve effecten

van het tv-kijken moeten weg, de mogelijk positieve effecten moeten niet noodzakelijk worden gevaloriseerd. Zo zullen ook 'hersenzieke' kinderprogramma's in het slechtste geval geen nadelig effect hebben op het welbevinden en de algemene ontwikkeling van het kijkende kind. Dat neemt niet weg dat de lat ook hoger kan en moet worden gelegd. Alleen goede kinder- en jeugdfilms en tv-programma's kunnen immers een tegenwicht vormen tegen de enorme vloed van audiovisuele pulp. Het is dan ook aan de openbare omroep om bij de strijd om de gunst van het kijkerspubliek geen toegevingen te doen aan de kwaliteit van het aanbod. Vooral voor kleine kinderen mag tv niet zuiver entertainment zijn. Ook "mooi drama en leerzame programma's" moeten aan bod kunnen komen (cf. Tom H.A. van der Voort).

Kinderprogrammamakers moeten dan ook de vinger op de pols van kinderen hebben, met hen in contact blijven, hun zin voor humor, hun interesse in andere televisieprogramma's en hun woordenschat kennen, weten waarover ze praten met hun vriendjes en waarover de kinderen vragen stellen aan hun ouders en mensen uit hun directe omgeving. Daar is geld en talent voor nodig. Vernieuwing en interesse zijn bijkomstig. Jeugdprogramma's zijn volwaardig en geen oefengebied voor leerling-programmamakers, maar 'een ideale plek om voor de meest openhartige en de meest onbevangen groep kijkers te werken'.

Jeugdjournaal

Jongeren hebben het recht om op de juiste wijze, met name dynamisch, bondig en stijlvol, geïnformeerd te worden. Zij kijken met eenzelfde mate van interesse en aandacht naar het nieuws als hun ouders. Toch blijkt uit onderzoek dat jongeren die het secundair onderwijs voltooid hebben, slechts 20% van een nieuwsbericht begrijpen. Beelden die toegelicht worden met het gesproken woord blijken ondanks hun beperkte informatieoverdracht beter te bekliven dan het gedrukte woord. Het jeugdjournaal is daarom de beste band tussen kind en nieuws. Extra televisiebeelden bij een nieuwsonderwerp maken het voor een kind mogelijk de inhoud

ervan beter te onthouden dan een louter geschreven tekst zoals je die in een krant vindt.

Er zijn dus argumenten genoeg om voor een jeugdjournaal te kiezen. Als men dat doet, moet men wel het doelpubliek duidelijk afbakenen en een aantal kwaliteitseisen vooropstellen. In Nederland richt het jeugdjournaal zich tot kinderen van de basisschool. Het wordt elke dag in elkaar gebokst door vijftien vaste medewerkers, onder wie dertien journalisten. Stuk voor stuk zijn het professionele, goed opgeleide vakmensen.

De BRTN heeft andere keuzes gemaakt. Het jeugdjournaal dat op 1 december op TV2 te zien zal zijn, richt zich tot jongeren uit het secundair onderwijs. De producers van *Ketnet* willen het melig en leuk maken. Een jeugdjournaal hoeft voor hen geen 'echt' nieuws te brengen. Het moet vooral gaan over onderwerpen als mode, muziek en school. Er is ook weinig kans dat men het er zal hebben over de EMU, de Rwanda-problematiek of één of ander 'saai' onderwerp. Het jeugdjournaal moet puur amusement zijn. De inbreng van professionele journalisten wordt dan ook overbodig geacht. En de presentatoren moeten voor de nieuwe BRTN vooral een 'jeugdleadersmentaliteit' hebben.

Men kan zich ernstige vragen stellen bij dit concept. De duiding van de actualiteit moet van jongsaf aan ernstig aangepakt worden. Jongeren moeten juiste verbanden leren leggen en analyses leren maken, de actualiteit kritisch leren benaderen en manipulatie leren inschatten. Dat is zeker een vast een taak voor het onderwijs, maar het tv-scherf kan daarbij een interessant werkveld zijn. Alle categorieën onderwerpen kunnen in een jeugdjournaal aan bod komen, zolang de manier waarop ze gepresenteerd worden systematisch en doordacht aansluit bij de voorkennis van de kinderen. Het kan niet de bedoeling zijn dat het jeugdjournaal een louter educatief programma wordt, maar het zal onvermijdelijk een heleboel nuttige didactische technieken bevatten. Precies daarom zou het jeugdjournaal bijzonder sterke banden moeten hebben met de nieuwsredactie.

V-chip

Gewelddadige beelden horen ook thuis in

het jeugdjournaal en in kinderprogramma's in het algemeen, op voorwaarde dat ze begrijpelijk zijn en in te schatten zijn naar waarde en betekenis. Een eerste reden daarvoor is dat kinderen toch met die beelden geconfronteerd worden, maar dan zonder begeleidend briefje. Ten tweede heeft het kind, net als ieder ander mens, het recht om geïnformeerd te worden. Wel moet er voorzichtig worden afgewogen of de soms gruwelijke werkelijkheid voldoende ruimte bevat voor perspectieven. Het kan niet de bedoeling zijn kinderen de indruk te geven dat de toekomst uitzichtloos is. Met dit perspectief is reeds enkele jaren een discussie aan de gang over de zin of onzin van de V-chip, de anti-geweldchip, die een selectie maakt van de geschikte tv-beelden voor kinderen. Ik ben ervan overtuigd dat de V-chip weinig zinvol is en op termijn zelf dysfunctioneel kan zijn. Maar er worden ook andere beleidskeuzes overwogen, die dan weer wel toe te juichen zijn. Er wordt bijvoorbeeld gedacht aan een Handvest voor Kindertelevisie, in uitvoering van het Verdrag voor de Rechten van het Kind. Daarnaast is een Vlaamse stichting in de maak die zich, zoals de Kinderkast in Nederland, zou bezighouden met de behandeling van klachten en adviezen van verontruste en betrokken ouders. De Stichting Kinderkast kijkt regelmatig en kritisch naar de omvang en de kwaliteit van de jeugdprogrammering. Zij heeft een plaats in de Programmaraad van de Nederlandse Programma Stichting (NPS). Ook in Vlaanderen zou een dergelijke stichting haar nut kunnen bewijzen.

Sponsoring

De publieke omroep ontsnapt niet aan de roep van commercie. Gelukkig is in Vlaanderen reclame voor en na kinderprogramma's verboden en moet men zich beperken tot structurele sponsoring van programma's. Daardoor krijgen programmamakers op de BRTN nog de kans programma's te maken en de aankoop van buitenlandse programma's iets of wat tegen te gaan.

Helaas missen we in Vlaanderen een duidelijke definitie van een beleidskader voor structurele sponsoring. Reeds in 1995 ondersteunde John P. Murray, wereldbekend voor zijn onder-

zoek naar jeugd en media, in het *Kansas Journal of Law & Public Policy* bovenstaande visie: "If we moved from advertising supporting corporate "income" to sponsorship supporting corporate "image", there would be no need to assemble a huge audience and the nature of programming might change". Ik ben ervan overtuigd dat er niet noodzakelijk een fonds voor de productie van kwaliteitsprogramma's moet worden opgericht, zoals Kathy Lindekens (SP) en Michel Doomst (CVP) in hun voorstel van resolutie voorstellen. Er is veeleer nood aan een mediabeleid dat handig inspeelt op de strategie van de reclamemakers en op het spel van vraag en aanbod in het algemeen. Sommige reclamemakers zijn op zoek naar een specifieke doelgroep waaraan ze hun product kunnen bekendmaken. Ze zijn niet zo zeer geïnteresseerd in een zo breed mogelijk publiek, maar in een segment van dat publiek. Dat kunnen ook kleuters, peuters of pubers zijn. Het zijn die reclamemakers die men moet trachten aan te trekken. Er is dus geen reden om de huidige wetgeving rond kinderreclame en extreem geweld op kinderkijkuren persé strenger toe te passen. Ze moet veeleer worden herbekeken in een economische, onderwijskundige en sociologische context.

Verkeerde keuzes

Positief in al de vernieuwing is de toename van de zendtijd voor kinder- en jeugdprogramma's met circa 2 tot 3 uur. Dat neemt niet weg dat de BRTN met *Ketnet* volgens mij een aantal verkeerde keuzes maakt.

Ketnet staat voor veel soap, quiz en spel op jongerenmaat. De BRTN maakt zich illusies als hij denkt daarmee de 15-16-jarigen te kunnen terugwinnen van VT4 en VTM. 15-16-jarigen kijken naar programma's voor volwassenen (zie raster over het kijkgedrag). Wil de BRTN toch die categorie kijkers aantrekken, dan hoeft de omroep maar het programmaschema van VTM over te nemen. Op die manier zou de BRTN veel geld en energie kunnen besparen.

De 'ernstiger' jeugdprogramma's van de BRTN zijn dan weer te "glad, gelikt, vlak, plat, zonder enig appèl op de fantasie" (cf. Walter van der Kooi, tv-recensent *Groene Amsterdammer*).

Ook met het jeugdjournaal slaat de BRTN de bal mis. Uit onderzoek uitgevoerd in 1995 door het Massachusetts Institute of Technology Media Lab (te bekomen bij mevard@media.mit.edu) bleek dat jongeren tot 16 jaar heel erg geïnteresseerd zijn in wat er 'in de wereld allemaal gebeurt'. Niet alleen het weer, maar ook ontdekkingen, moorden, diefstallen, sport en spectaculaire gebeurtenissen in de politiek (een val van de regering bijvoorbeeld) vallen in de smaak bij jongeren. Ze zijn dus niet veel anders dan hun ouders. Wat hen ook interesseert zijn items over gevaarlijke dieren, UFO's, nieuwe films, ruimtevaarttechnologie en... de gebeurtenissen in Bosnië, Rwanda, Somalië en Haïti. Het percentage in deze onderwerpen geïnteresseerde kijkers bij de jongeren is even groot als het percentage geïnteresseerde kijkers bij de overige leeftijdscategorieën. Waarom kiest de BRTN dan voor een jeugdjournaal zonder nieuws?

Wil de BRTN zich inzetten voor een jeugdnets, dan zou hij zich veel beter concentreren op kinderen tot 13 jaar, want die blijven nu in de kou staan. Het zijn precies de jongste kijkers die het minst weerbaar zijn tegen de beeldenstorm. Kinderen zijn nu eenmaal minder passieve kijkers dan volwassenen. De BRTN heeft in de programmering voor de categorie kijkers tussen 6 en 10 jaar een traditie opgebouwd en heeft daar een blijvende opdracht te vervullen.

Kijkschool

Televisiekijken is een belangrijk tijdsverdrrijf bij de jeugd. Het helpt kinderen een beeld te vormen van henzelf en hun plaats in de wereld. Het kan hun aspiratie vergroten. Het kan echter evenzeer hun horizon inperken. Zonder twijfel kunnen er voldoende argumenten gevonden worden om de kijkkast zoveel mogelijk uit de huiskamer te weren en alles in het werk te stellen voor een retour à la nature. Helaas, of misschien juist gelukkig maar, zal dat een droom blijven.

Wat we wel kunnen en moeten doen is handig inspelen op het fenomeen televisie. We moeten trachten de negatieve effecten van het televisiekijken tegen te gaan door op een zinvolle en doordachte manier aan de jeugdpro-

grammering te werken. Het uitgangspunt daarbij moet zijn dat het televisie is en blijft. Soms is het dan ook niet meer dan 'kauwgom voor de geest'. Toch hebben ook programma's met een ernstige inslag hun plaats. Dat betekent daarom nog niet meteen dat de Vlaamse regering een fonds moet oprichten voor de productie en de aankoop van goede kinderprogramma's, ook al is er momenteel een gebrek aan budgettaire middelen om kwaliteitsprogramma's voor kinderen en jongeren te brengen. Ik denk dat men met coöperatieve sponsoring wel aan de nodige budgetten komt. Wat wel nodig is, zijn scholen met de middelen, informatie en strategieën om

kinderen te leren naar beelden kijken. In dat debat blijft vooral het onderwijs een belangrijke partner.

Lectuur

Voorstel van resolutie: betreffende een aantal maatregelen in verband met kinderen en televisie. Michel Doomst en Kathy Lindekens, Vlaams Parlement, stuk 264 ('95-'96) - nr.3

Kleine Berichten, opstellen over jeugd en media. W. van der Kooij, E.

Lohmann, Tom H.A. van der Voort, K. Lindekens, e.a., Sdu Uitgevers, Den Haag, 1996, 178 blz.

Kattekwaad. 15 jaar werken met kinderen. Kathy Lindekens. Bakemat Uitgevers, 96 blz.