

We don't need no education
 We don't need no thought control
 No dark sarcasm in the classroom
 Teachers leave the kids alone
 Hey teachers leave us kids alone
 All in all it's just another brick in the wall
 All in all you're just another brick in the wall

(Pink Floyd, The Wall, 1979)

belangstelling voor pop en schoolbetrokkenheid

**gust de meyer
 adriaan hendriks**

In onderstaand artikel wordt een poging ondernomen tot een meer diepgaande test van een hypothese die voor het eerst in een Brits onderzoek (1) is geformuleerd en die vagelijk bevestigd maar toch reeds genuanceerd is in een Vlaamse opvolgingsenquête (2). De gegevens die in het kader van de laatste zijn verzameld blijven trouwens als basismateriaal dienst doen; ze zijn betrokken van 1847 in klasverband bevraagde scholieren, jongens en meisjes, van 12 tot 19 jaar (het leeftijdsspectrum van het secundair onderwijs), uit beide onderwijstypen (rijks- en vrij onderwijs) en alle studierichtingen en uit scholen verspreid over gans Vlaanderen en Brussel. De steekproef als geheel mag als representatief beschouwd worden voor de nederlandstalige schoolgaande jeugd van 12 tot 19 jaar in België.

De basishypothese

De basishypothese kan als volgt omschreven worden. Schoolgaande jongeren brengen de tijd hoofdzakelijk door in twee totaal van elkaar gescheiden omgevingen, nl. deze binnen de school en deze buiten de schoolmuren. De waarden van het schoolsysteem zijn tegengesteld aan deze van het leven daarbuiten en a fortiori aan deze die in de media die gericht zijn op de populaire muziek-cultuur gehuldigd worden. De tegenstelling kan in enkele termen als volgt worden aangegeven:

waarden bevorderd door

de school

werk/productie
 voorbereiden op de toekomst
 geest/intellect
 zelfbeheersing

de popmedia

spel/consumptie
 leven in het heden
 lichaam/emotie/gevoel
 lichamelijke en emotionele expressie

Men kan nu een aantal subgroepen afzonderen op basis van twee op de pas genoemde tegenstelling gebaseerde variabelen, nl. schoolbetrokkenheid (of de mate waarin de leerlingen de waarden van het schoolsysteem onderschrijven) en belangstelling voor pop. Door reductie van het aantal categorieën van die twee variabelen kunnen 4 grote groepen gevormd worden, die schematisch als volgt kunnen voorgesteld worden:

<i>belangstelling voor pop</i>		<i>schoolbetrokkenheid</i>	
		<i>hoog</i>	<i>laag</i>
<i>laag</i>		groep 1	groep 4
<i>hoog</i>		groep 2	groep 3

In groep 1 worden die leerlingen aange troffen die zichzelf richten naar de goede-leerling-rol met een drang naar individuele schoolprestaties en conformistisch gedrag; hun vrije tijd wordt gevuld met hobby's die de instemming van de school kunnen hebben, maar zeker niet met popmuziek. Het zijn middenklasseleerlingen in humaniora-scholen. De leerlingen van groep 2 komen uit hetzelfde milieu als deze van voorgaande groep en stellen de eisen van de school eveneens hoog. Voor die

gebieden van de persoonlijke ontwikkeling waarin de school maar weinig voorziet, voornamelijk voor de vorming en regulering van een levensvatbare seksuele en emotionele identiteit, is pop een welgekomen aanvulling op de nadruk die de school legt op de ontwikkeling van verstandelijke vermogens. De leerlingen van groep 3 zien de activiteiten en de expressievormen van de pop-media eerder als een alternatief dan als een aanvulling op de schoolse waarden. De jongeren in groep 4 onderscheiden zich van deze in voorgaande groep doordat zij geen noemenswaardige belangstelling voor op pop gebaseerde activiteiten aan de dag leggen. De waarden die zij op prijs stellen, solidariteit met de groep, fysieke vaardigheid, 'hardheid', komen voort uit de ruimere waarden van de buurt en niet uit de popmedia. Het zijn de jongeren uit de lagere sociale klassen die hier worden aangetroffen. Leerlingen uit overwegend middenklasse en buitenwijken hebben om praktische en om socio-culturele redenen niet gauw toegang tot de activiteiten van de straatcultuur en richten zich dus meer op aan pop ontleende bezigheden. Dit geldt zo mogelijk nog in sterkere mate voor meisjes.

Geheel in overeenstemming met de hier geschetste theorie over de (omgekeerde) relatie tussen hoge en middenklassebelangstelling voor pop enerzijds en toegang van de arbeidersklasse tot de straatcultuur anderzijds zou men kunnen verwachten dat meisjes uit de middenklasse (die het extra moeilijk hebben om zich te integreren in de straatcultuur) de meest op pop georiënteerde groep zijn en jongens uit de arbeidersklasse het minst terwijl jongens uit de middenklasse en meisjes uit de arbeidersklasse een middenpositie innemen.

Er wordt dus, bij diegenen die zich niet gebonden voelen aan door de school gepropageerde waarden een min of meer omgekeerde verhouding verondersteld tussen belangstelling voor pop en toegang tot de straatcultuur.

De pas gevolgde redenering kan uitgebreid worden van de belangstelling voor pop op zichzelf naar belangstelling voor soorten van populaire muziekstijlen. Omdat middenklasse-leerlingen voor een groot deel afgesneden zijn van de situatiegebonden straatculturen van de arbeidersklasse, zullen zij zich als bron voor waarden, rollen en begrippen die de school onderwaardeert, richten naar die popmuziek waarin deze wel aan bod komen, nl. substreammuziek en dan voornamelijk deze waarin de 'protest'-waarden ook expliciet verwoord en kunnen verstaan worden in de tekst. Voor arbeiderskinderen is popmuziek vaker niet meer dan een vanzelfsprekende achtergrond van groepsactiviteiten; in elk geval verkiezen zij door een sterke «beat» gedreven muziek, waarop het ook goed dansen is.

De schematische voorstelling van de basishypothese over de relatie tussen schoolse, pop- en straatcultuur kan inhoudelijk als volgt opgevuld worden

Operationalisering (3)

De basishypothese is via volgende indicatoren operationeel gemaakt. Het behoren tot een sociale klasse wordt bepaald door het beroep van vader.

De belangstelling voor pop wordt geïndiceerd door kennis van popslangtermen, welke in 3 groepen van bekendheid kunnen ondergebracht worden (groep 1: DJ, single, B-kant, dubbel-LP, groep 2: solo-plaat, split, label, producer, groep 3: groupie, benefitconcert, roadie, A-R-man). De termen in groep 1 mogen gekend geacht worden door diegenen die zich minimaal voor pop interesseren; deze in groep 3 mogen gekend geacht worden voor de hevig geïnteresseerden; groep 2 vormt een tussencategorie.

Schoolbetrokkenheid wordt geïndiceerd door de instemming met of afkeuring van een uitspraak over het leven op school, nl. «Op school behandelen ze je de meeste tijd als een klein kind».

Uit de meest gespeelde fonogram in de aan de enquête voorafgaande week wordt de muzikale voorkeur afgeleid.

Resultaten

Vertegenwoordiging in de 4 basisgroepen

Wanneer men de 4 oorspronkelijke categorieën van belangstelling voor pop en de 5 oorspronkelijke categorieën van schoolbetrokkenheid reduceert tot 2 (en dus bij de laatste de midden-categorie buiten beschouwing laat) dan zijn op de totale steekproef de leerlingen als volgt over de 4 eerder genoemde groepen gespreid:

belangstelling voor pop	schoolbetrokkenheid	
	hoog	laag
laag	820	249
hoog	238	114

Men mag stellen dat de grote meerderheid van de leerlingen refereert naar het type van de goede leerling, vervolgens, dat een ongeveer even groot aantal leerlingen de schoolse waarden complementeert door belangstelling op te brengen voor waarden uit de popcultuur als de lage integratie in de school compenseert door andere belangstellings-sferen dan pop en tenslotte, dat een minderheid de popcultuur als alternatief stelt voor de waarden die het leven op school representeert.

De 4 basisgroepen en de factoren sociale klasse en geslacht

In een poging om tot significante verschillen te komen tussen de 4 basisgroepen werden deze «uitgedund» met de minst overtuigde respondenten evenwel niet zodanig dat geen geldige conclusies meer zouden kunnen getrokken worden.

Uit onderstaande gegevens blijkt dat voor wat betreft de factor sociale klasse de basishypothese slechts in grote lijnen bevestigd wordt (de gegevens worden eerst absoluut, daaronder in het rijpercentage, daaronder in het kolompercentage en tenslotte in het totaalpercentage weergegeven).

Schoolbetrokkenheid is minder dan verwacht aan de sociale klasse gekoppeld dan belangstelling voor pop: de laatste groeit naarmate men opklimt in sociale klasse. De relatief grotere vertegenwoordiging van de lagere klasseleerlingen en overeenkomstig de relatieve ondervertegenwoordiging van de hogere-klasse leerlingen bij de «goede leerlingen» is evenwel flagrant in tegenspraak met de basishypothese.

Merkwaardig is dat kinderen uit land- en tuinbouwmilieus veel verder van de middenklasse verwijderd staan dan arbeiderskinderen: een voldoende reden om de term straatcultuur uit te breiden tot alledagscultuur d.i. alle niet aan pop verwante omgevingen, die nochtans ook een compensatie kunnen bieden voor de onbevredigende omgeving van de school. In deze alledagscultuur mag het belang van de door de arbeidersklasse gedomineerde straatcultuur afgezwakt worden ten voordele van de

		schoolbetrokkenheid	
		laag	hoog
belangstelling voor pop	laag	<p>schoolcultuur domineert hogere klassen jongens mainstream</p>	<p>straatcultuur compenseert lagere klassen jongens mainstream</p>
	hoog	<p>popcultuur complementeert hogere klassen meisjes substream</p>	<p>popcultuur is alternatief hogere klassen meisjes substream</p>
			<p>hoog</p> <p>integratie in straatcultuur</p> <p>laag</p>

door de plattelandsbewoners gedragen cultuur van buiten, welke men grosso modo ook als een ecologische cultuur zou kunnen betitelen.

Wat de factor geslacht betreft, die in de basishypothesen fungeert als een soort van bevestiging voor de groep met de lage schoolbetrokkenheid en de lage belangstelling voor pop (althans voor de plattelandskinderen). Voor de groep met de hoge schoolbetrokkenheid en de lage belangstelling voor pop dient de basishypothese herzien te worden gezien de oververtegenwoordiging aldaar van de lagere klassen: bij de arbeiderskinderen zijn in elk geval de meisjes en bij de plattelandskinderen de jongens oververtegenwoordigd (en omgekeerd). Maar voor de twee andere groepen wordt de basishypothese niet bevestigd: zowel in de groep met de hoge schoolbetrokkenheid en de hoge belangstelling voor pop als in de groep met lage schoolbetrokkenheid en de hoge belangstelling voor pop zijn jongens oververtegenwoordigd in de hogere klassen, waar in beide groepen een oververtegenwoordiging van meisjes verwacht werd. Een en ander blijkt uit onderstaande gegevens. (Tabel 2)

Schoolbetrokkenheid Belangstelling voor pop	laag laag	laag hoog	hoog hoog	hoog laag	rijtotaal
Sociale klasse	78	37	73	85	273
Arbeider	28.6 33.6 9.9	13.6 35.6 4.7	26.7 33.5 9.3	31.1 37.0 10.8	34.8
Land en tuinbouw	32 38.6 13.8 4.1	3 3.6 2.9 0.4	11 13.3 5.0 1.4	37 44.6 16.1 4.7	83 10.6
Bediende	62 30.1 26.7 7.9	27 13.1 26.0 3.4	64 31.1 29.4 8.2	53 25.7 23.0 6.8	206 26.3
Middenstand	30 26.5 12.9 3.8	18 15.9 17.3 2.3	32 28.3 14.7 4.1	33 29.2 14.3 4.2	113 14.4
Hoger kader	30 27.5 12.9 3.8	19 17.4 18.3 2.4	38 34.9 17.4 4.8	22 20.2 9.6 2.8	109 13.9
Kolom- totaal	232 29.6	104 13.3	218 27.8	230 29.3	784 100.0

Tabel 1: Schoolbetrokkenheid en belangstelling voor pop volgens sociale klasse.

Schoolbetrokkenheid Belangstelling voor pop Geslacht	Laag Laag			Laag Hoog			Hoog Hoog		
	Meisjes	Jongens	Rijdtotaal	Meisjes	Jongens	Rijdtotaal	Meisjes	Jongens	Rijdtotaal
Sociale klasse	51	27	78	27	10	37	37	36	73
Arbeider	65.4 36.2 22.0	34.6 29.7 11.6	33.6	73.0 45.8 26.0	27.0 22.2 9.6	35.6	50.7 35.9 17.0	49.3 31.3 16.5	33.5
Land en tuinbouw	14 43.8 9.9 6.0	18 56.3 19.8 7.8	32 13.8	1 33.3 1.7 1.0	2 66.7 4.4 1.9	3 2.9	7 63.6 6.8 3.2	4 36.4 3.5 1.8	11 5.0
Bediende	35 56.5 24.8 15.1	27 43.5 29.7 11.6	62 26.7	9 50.0 15.3 8.7	9 50.0 20.0 8.7	18 17.3	16 50.0 15.5 7.3	16 50.0 13.9 7.3	32 14.7
Middenstand	21 70.0 14.9 9.1	9 30.0 9.9 3.9	30 12.9	12 44.4 20.3 11.5	15 55.6 33.3 14.4	27 26.0	29 45.3 28.2 13.3	35 54.7 30.4 16.1	64 29.4
Hoger kader	20 66.7 14.2 8.6	10 33.3 11.0 4.3	30 12.9	10 52.6 16.9 9.6	9 47.4 20.0 8.7	19 18.3	14 36.8 13.6 6.4	24 63.2 20.9 11.0	38 17.4
Kolom- Totaal	141 60.8	91 39.2	232 100.0	59 56.7	45 43.3	104 100.0	103 47.2	115 52.8	218 100.0

Tabel 2: Schoolbetrokkenheid en belangstelling voor pop volgens sociale klasse en geslacht

(vervolg tabel 2)

Meisjes	Hoog		Rij-totaal
	Laag	Jongens	
62		23	85
72.9		27.1	37.0
44.3		25.6	
27.0		10.0	
19		18	37
51.4		48.6	16.1
13.6		20.0	
8.3		7.8	
20		13	33
60.6		39.4	14.3
14.3		14.4	
8.7		5.7	
28		25	53
52.8		47.2	23.0
20.0		27.8	
12.2		10.9	
11		11	22
50.0		50.0	9.6
7.9		12.2	
4.8		4.8	
140		90	230
60.9		39.1	100.0

De 4 basisgroepen en de muzikale voorkeur

De hypothese dat de voorkeur voor mainstream t.o.v. substream-muziek ongeveer parallel loopt met lage t.o.v. hoge belangstelling voor pop wordt grotendeels bevestigd. Men schenke in onderstaande gegevens o.m. aandacht aan de categorieën mainstream pop en disco enerzijds en protest song, country rock, hard rock, new wave anderzijds (dat lagere klasse-leerlingen een uitgesproken voorkeur aan de dag leggen voor mainstream en/of muziek met een gelijkmatige en sterk geprovoceerde beat is in de genoemde opvolgingsenquête reeds vastgesteld). Wat evenwel duidelijk moet gesteld worden is dat lage belangstelling voor pop in het algemeen niet alleen samengaat met een voorkeur voor de angelsaksische en zeker in even sterke mate voor de nederlandstalige mainstream muziek (cfr. de gegevens voor «nederlandstalige meezinger») maar blijkbaar ook enigszins met een voorkeur voor klein-«kunst» (cf. de gegevens voor «kleinkunst algemeen»), al moet dadelijk toegegeven dat het aantal respondenten in verschillende muziekcategorieën te klein is om tot geldige conclusies te komen.

Tabel 3: Schoolbetrokkenheid en sociale klasse naar muzikale voorkeur

Schoolbetrokkenheid	laag laag	laag hoog	hoog hoog	hoog laag	Rij-totaal
Belangstelling voor pop					
Muziekstijl					
Mainstream pop	36 32.4 18.6 5.6	10 9.0 10.1 1.6	20 18.0 10.1 3.1	45 40.5 29.4 7.0	111 17.2
Rustige pop	0 0.0 0.0 0.0	1 14.3 1.0 0.2	6 85.7 3.0 0.9	0 0.0 0.0 0.0	7 1.1
Rock algemeen	49 37.4 25.3 7.6	23 17.6 23.2 3.6	40 30.5 20.2 6.2	19 14.5 12.4 3.0	131 20.3
Vroege rock	1 16.7 0.5 0.2	0 0.0 0.0 0.0	3 50.0 1.5 0.5	2 33.3 1.3 0.3	6 0.9
Jaren zestig	5 31.3 2.6 0.8	1 6.3 1.0 0.2	6 37.5 3.0 0.9	4 25.0 2.6 0.6	16 2.5
Folk Rock	1 33.3 0.5 0.2	1 33.3 1.0 0.2	1 33.3 0.5 0.2	0 0.0 0.0 0.0	3 0.5
Country Rock	5 20.0 2.6 0.8	9 36.0 9.1 1.4	10 40.0 5.1 1.6	1 4.0 0.7 0.2	25 3.9
Symfonische Rock	1 11.1 0.5 0.2	4 44.4 4.0 0.6	4 44.4 2.0 0.6	0 0.0 0.0 0.0	9 1.4
Hard Rock	10 18.2 5.2 1.6	10 18.2 10.1 1.6	26 47.3 13.1 4.0	9 16.4 5.9 1.4	55 8.5
Art Rock	1 20.0 0.5 0.2	2 40.0 2.0 0.3	2 40.0 1.0 0.3	0 0.0 0.0 0.0	5 0.8
Theatrale Rock	2 40.0 1.0 0.3	1 20.0 1.0 0.2	2 40.0 1.0 0.3	0 0.0 0.0 0.0	5 0.8
Elektronische pop	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	3 100.0 1.5 0.5	0 0.0 0.0 0.0	3 0.5
Protest Song	1 16.7 0.5 0.2	2 33.3 2.0 0.3	3 50.0 1.5 0.5	0 0.0 0.0 0.0	6 0.9
New Wave	13 31.7 6.7 2.0	9 22.0 9.1 1.4	15 36.6 7.6 2.3	4 9.8 2.6 0.6	41 6.4

Folk	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	2 100.0 1.0 0.3	0 0.0 0.0 0.0	2 0.3
Country	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	2 66.7 1.0 0.3	1 33.3 0.7 0.2	3 0.5
Soul/Funk	1 100.0 0.5 0.2	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	1 0.2
Disco Algemeen	2 16.7 1.0 0.3	4 33.3 4.0 0.6	2 16.7 1.0 0.3	4 33.3 2.6 0.6	12 1.9
USA Disco	25 37.9 12.9 3.9	3 4.5 3.0 0.5	16 24.2 8.1 2.5	22 33.3 14.4 3.4	66 10.2
Euro Disco	0 0.0 0.0 0.0	2 16.7 2.0 0.3	2 16.7 1.0 0.3	8 66.7 5.2 1.2	12 1.9
Reggae	2 28.6 1.0 0.3	2 28.6 2.0 0.3	2 28.6 1.0 0.3	1 14.3 0.7 0.2	7 1.1
Zuid-Amerikaans	è 16.7 0.5 0.2	è 16.7 1.0 0.2	é 66.7 2.0 0.6	ù 0.0 0.0 0.0	* 0.9
Liedjesschrijver	6 31.6 3.1 0.9	1 5.3 1.0 0.2	6 31.6 3.0 0.9	6 31.6 3.9 0.9	19 3.0
Franstalig Chanson	4 26.7 2.1 0.6	5 33.3 5.1 0.8	4 26.7 2.0 0.6	2 13.3 1.3 0.3	15 2.3
Kleinkunst algemeen	6 33.3 3.1 0.9	2 11.1 2.0 0.3	5 27.8 2.5 0.8	5 27.8 3.3 0.8	18 2.8
Vlaamse kleinkunst	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	2 66.7 1.0 0.3	1 33.3 0.7 0.2	3 0.5
Nederlandse kleinkunst	2 50.0 1.0 0.3	1 25.0 1.0 0.2	0 0.0 0.0 0.0	1 25.0 0.7 0.2	4 0.6
Vlaamse Rock	2 33.3 1.0 0.3	1 16.7 1.0 0.2	3 50.0 1.5 0.5	0 0.0 0.0 0.0	6 0.9
Nederlandstalig levenslied	3 75.0 1.5 0.5	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	1 25.0 0.7 0.2	4 0.6
Nederlandstalig geëngageerd	1 50.0 0.5 0.2	0 0.0 0.0 0.0	1 50.0 0.5 0.2	0 0.0 0.0 0.0	2 0.3

Conclusie

Eenzijds zijn er voldoende aanwijzingen in de enquêteresultaten om aan te nemen dat de meerderheid van de Vlaamse jeugd voldoende instemt met wat op school gebeurt maar dat een niet te veronachtzamen kleinere groep zich ook nog eens tot de popmedia wendt voor de realisatie van waarden die op school niet aan bod komen. Anderzijds kan een eveneens niet te veronachtzamen minderheidsgroep afgezonderd worden die zich niet tenvolle kan manifesteren op school, en weer eens ziet een kleine groep van hen in de popcultuur een alternatief voor dat gebrek aan mogelijkheden tot zelfrealisering.

De nuancerings die aan de hypothese, afgeleid uit het Britse basisonderzoek, werden aangebracht kunnen wellicht teruggevoerd worden tot twee factoren, nl. ten eerste, het minder rigiede schoolpatroon van het Belgische t.o.v. het Britse onderwijssysteem en, ten tweede, het minder uitgesproken stedelijk-proletarisch milieu waarin Vlaamse lagere klasse-kinderen gedijen. Het bestaan van een specifieke proletarische straatcultuur en zijn tegenstelling met de popcultuur dient voor Vlaanderen wellicht afgezwakt.

Het is misschien beter om tegenover de popcultuur een ruimere alledagscultuur te stellen met een speciaal accent voor de agrarische plattelandscultuur. Tot de laatste hebben ook meisjes gemakkelijker toegang dan tot de straatcultuur. De accentuering van het nederlandstalige populaire lied door de lagere klasse-leerlingen die tevens minder belangstelling opbrengen voor (angelsaksische) pop past volledig in de theorie dat de scheidingslijn tussen de sociale klassen niet alleen de belangstelling voor pop maar ook de muzikale voorkeur bepaalt.

Hieronder worden de voornaamste resultaten nog eens onder de vorm van trefwoorden in het eerder reeds gehanteerde schema weergegeven.

Wat met betrekking tot educatieve consequenties van deze resultaten kan gezegd worden is dat voor een aantal leerlingen het leven op school boeiend(er) kan gemaakt worden door de popmedia binnen de muren van de school te brengen en, vervolgens, dat door een bewuste keuze uit het populaire muziek-aanbod, een aantal andere leerlingen, veruit de meerderheid, nog in contact kan gebracht worden met andere dan mainstream-muziek.

(vervolg tabel 3)

	0	0	10	14	
Nederlandstalige meezinger	28.6	0.0	0.0	71.4	2.2
	2.1	0.0	0.0	6.5	
	0.6	0.0	0.0	1.6	
<hr/>					
Klassiek	4	2	2	2	10
	40.0	20.0	20.0	20.0	1.6
	2.1	2.0	1.0	1.3	
	0.6	0.3	0.3	0.3	
<hr/>					
Jazz/Blues/Spiritual	1	3	0	7	
	42.9	14.3	42.9	0.0	1.1
	1.5	1.0	1.5	0.0	
	0.5	0.2	0.5	0.0	
<hr/>					
Filmmuziek	3	1	1	4	9
	33.3	11.1	11.1	44.4	1.4
	1.5	1.0	0.5	2.6	
	0.5	0.2	0.2	0.6	
<hr/>					
Kolom Totaal	194	99	198	153	644
	30.1	15.4	30.7	23.8	100.0

Voetnoten

(1) MURDOCK, G., PHELPS, G., *Jeugd en Massamedia*, Leiden, 1976, (Nederlandse Bibliotheek voor Onderwijskunde)

(2) DE MEYER, G., HENDRIKS, A., FAUCONNIER, G., *Jeugd en Popmuziek*, Leuven, 1980, (Centrum voor Communicatiewetenschappen, K.U. Leuven)

(3) Voor gedetailleerde informatie over onderzoeksmethodiek, zie: DE MEYER, G. HENDRIKS, A., FAUCONNIER, G., *op.cit.*

		schoolbetrokkenheid			
		hoog	laag		
belangstelling voor pop	laag	<i>schoolcultuur domineert arbeiders/meisjes platteland/jongens nederlandstalige en/ of mainstream</i>	<i>alledagscultuur compenseert platteland/jongens nederlandstalige en/ of mainstream</i>	hoog	integratie in alledagcultuur
	hoog	<i>popcultuur complementeert hogere klassen jongens substream</i>	<i>popcultuur is alternatief hogere klassen/ jongens substream</i>	laag	

(ADVERTENTIE)

Binnenkort verschijnt een nieuwe CeCoWe-publikatie:

TELETEKST

EN

VIEWDATA

een exploratie in het domein van de telematiek.

Dirk DE GROOFF
o.l.v. Prof. Dr. G. FAUCONNIER.

In dit boek zal ondermeer worden behandeld: de technische achtergronden, de typologie van de nieuwe media, de mogelijke belangengroepen, de actuele situatie in een aantal landen (waaronder België), de functies en toepassingsmogelijkheden, redactionele kosten en beleid, de relatie tot conventionele media (zoals de krant) en de mogelijke sociale gevolgen van de invoering van de nieuwe media.

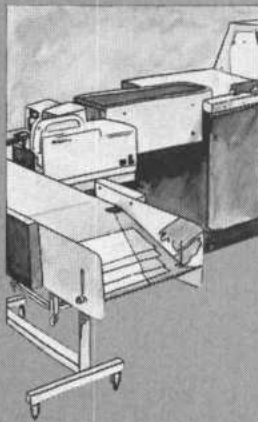


U ZORGT VOOR DE KOFFIE, WIJ VOOR DE INFORMATIE.

Wij brengen U alle informatie op uw bureau. Niets makkelijker dan dat. U belt of schrijft even en wij sturen de gewenste dokumentatie of verzorgen een demonstratie.

Op uw gemak en op het tijdstip dat U schikt, kan U - aan uw bureau gezeten - de materie bestuderen. Uiteraard zonder dat het voor U enige verplichting schept. Makkelijk en efficiënt komt U zo op de hoogte van de stand van zaken op het gebied van :

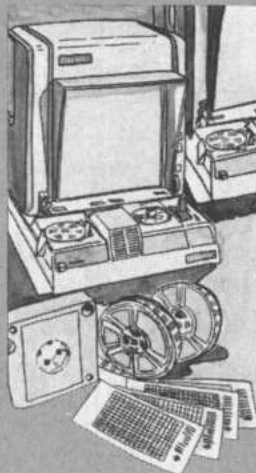
paper handling systems :
automatische inserters
met volledige
elektronische controle en
inktjetadreseermachines



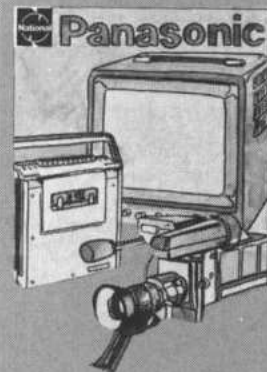
audio-visual systems :
audiovisuele
kommunikatiesystemen
voor onderwijs, opleiding,
promotie en verkoopsondersteuning



**microfilm systems en
apparatuur :** 16 mm, com/
fiches / yackets



video systems : National
Panasonic videosystemen
voor onderwijs, opleiding,
promotie, verkoopsondersteuning, bewaking en beveiliging



BELL & HOWELL

Bell & Howell Benelux NV/SA
Leuvensesteenweg 321
1940 St.-Stevens-Woluwe/Zaventem
tel. 02/720 92 75

Bell & Howell BV
Ravenswade 22
3439 LD Nieuwegein / Nederland
tel. 00-31-30887304

Reklameadviseurbureau Kern nv.

de dag: een halve maand boulevardjournalistiek

ad van poppel

«Dit is het eerste feestelijke 80 pagina's dikke nummer van Nederlands nieuwste ochtendblad DE DAG. Een nieuwe krant is een zeldzame gebeurtenis. En nog wel een krant die wat uiterlijk, formaat en inhoud betreft totaal verschilt van alle in ons land bestaande dagbladen. Een jonge dynamische krant met een nieuwe formule. Jarènleng werd er druk gepraat over zo'n nieuwe krant, maar niemand dorst het avontuur aan.

Het bleef bij vage plannen.

Wij durven het avontuur wèl aan. Wij geloven in het succes van De Dag en doen ons best een krant te maken waar u met spanning naar uitkijkt. Iedere dag. Dit nummer is het knallende startschot» (1).

Het «knallende startschot» klonk op 15 maart 1980 en met «De Dag» (een welhaast getrouwe kopie van de Engelse populaire kranten) brak een nieuwe episode aan in de dagbladpers van Nederland: de dagelijkse boulevardpers. Nauwelijks tien dagen later, 25 maart 1980, kwam al het laatste nummer van «De Dag» uit. Vrijdag 28 maart '80 werd bekend dat het niet verschijnen naar aanleiding van een conflict over een mogelijke overname door een groot uitgeversconcern definitief was.

«De Dag» moest een makkelijke krant zijn, die het nieuws dat andere kranten groot brachten, klein bracht, en het nieuws dat de concurrentie klein bracht groot bracht. Het moest vooral een gemakkelijke, gezellige krant zijn. Probleemloos dus.

Hans FERREE stipte in «Van mens tot marionet» al aan dat de mens liever in een schijnwereld leeft en dat «De Telegraaf» in de vertolking van wat er onder de mensheid leeft, in Nederland, het verst ging en gaat. «De Dag» ging daarin nog verder. «Alles wat het 'geheime' gevoelsleven van de mensen prikkelt» is volgens Ferree «leukheid». «Hun behoefte - veilig en passief - deel

te hebben aan een leven dat opwindender is dan de werkelijkheid van alledag. Vroeger was dat het leven van de groten der aarde - vorsten en prelaten, van heiligen, schurken, van avonturiers en helden. En dat is eigenlijk nog steeds zo. De Engelse journalist Leslie Sellers heeft in één zinnetje de elementen samengevat waar het publiek op 'tippelt': 'The Duches of Dinting, five-times married cousin of the Queen, was arrested in a strip-club early to-day and accused of a £ 1,000,000 plot to defraud the Archbishop of Canterbury.'

«Hoge kringen dus (niet alleen hertogin, maar zelfs nog niet van de koningin!) seks (vijf keer getrouwd èn in een stripclub), losbandigheid (in de vroege uurtjes!), een smak geld, misdaad en religie! Deze elementen vinden we terug in alle populaire consumptiemedia - van Panorama tot Privé (2). Men kan daar genoegzaam «De Dag» aan toe voegen. Met «De Dag» deed in Nederland de echte sensatiekrant zijn intrede. Sensatie in de zin van «...de journalistiek die door een populair-sensationele opmaak en andere succesrijke redatiemiddelen (grote titels, overvloedige illustraties, kleurendruk enz.) een gedetailleerde behandeling van misdaden, seks-schandalen, wreedheden enz. weergeeft, hierbij gebruikmakend van een zeer directe, dikwijls 'vulgaire' uitdrukingswijze en dit om de grote massa te winnen en de sensatiehonger bij het lezerspubliek permanent op te wekken en te bevredigen» (3).

De bladspiegel van «De Dag» is de helft van de normale Nederlandse krant. Het is het formaat van «The Sun», «Daily Mirror». Wat de vormgeving betreft, kan men volgens Thomas BERRY spreken van «poster-make-up». «Hierbij ordent de lay-out man het materiaal afsof hij een commerciële affiche uitwerkt. Hij plaatst de foto's en de tekst zodanig dat het blad attractief wordt voor de lezer» (4).

De koppen moeten gemakkelijk leesbaar zijn. MOTT geeft twee belangrijke technieken van de sensatiepers: 1. Scare heads, in which excessively large type, printed in either black or red, screamed excitement, often about comparatively unimportant news, thus giving a shrill falsity to the entire make up; 2. The lavish use of pictures, many of them without significance, inviting the abuses of picture-stealing and faked pictures» (5).

«De Dag» werd alleen in de Randstad in de losse verkoop gebracht. De oplage bedroeg 62.000. Bij een verkochte oplage van 40% zou het break-even point al bereikt zijn.

VAN DER BIESEN stelde in «Keesings Reflector» met betrekking tot de verkoopbaarheid van kranten: «Een ander aspect van het verkoopbaar maken van informatie is niet zozeer dat men feiten verdraait, verkeerd voorstelt of zelfs verzwijgt (omdat ze ideologisch niet zouden passen bij het betreffende blad), maar wel dat men feiten uitvindt en/of ensceneert (pseudo-nieuws) met het oog op commercialisering en materiële winst. De commercialisering van de inhoud heeft anderzijds tot gevolg dat sommige onderwerpen — letterlijk — buiten de plooiën vallen, omdat ze slechts minderheden interesseren, of omdat ze niet commercieel kunnen voorgesteld worden, of omdat ze potentiële adverteerders en/of lezers wellicht tegen de borst zouden kunnen stuiten. Uit dit alles blijkt wel dat de drang om zoveel mogelijk kranten te verkopen ook drastische wijzigingen heeft gebracht in de rangorde van de nieuwsfeiten. Nu wordt over het algemeen de voorrang (èn de voorpagina) gegeven aan ongevallen, rampen, moorden, aan het (liefst pikante) privé-leven van allerlei vedetten, prinsessen en andere vallende sterren, kortom aan alles wat het grote publiek emotioneel beroert en derhalve aanzet tot kopen en — wellicht

— lezen» (6)

«De Dag» draaide eveneens voornamelijk op royalty, showbis, seks, sport en sensatieverhaaltjes. Politiek wordt nauwelijks verslagen. Wereldberichtgeving staat in kleine korte berichtjes onder de kop: «De Dag, al het nieuws kort maar krachtig». Verder de geijkte rubrieken als daar zijn de dokershulp, de horoscoop, de strips en de uit-huikpagina. Vergeleken met het Belgische weekblad «Kwik» komt dat mooi overeen. Ook daar voeren berichten uit de showbis, berichten over adellijke en belangrijke personen, over seks, over doktersraadgevingen, en over sensatie de boventoon (7).

In november vorig jaar kwamen de eerste berichten over de op stapel staande krant. Achter het project stak Peter MULLER (33 jaar oud), die in de jaren zestig zijn tijdschriftencarrière begon met «Beatbox», een blad voor «teeners en twens». Muller was toen zeventien jaar oud. In '65 startte hij samen met Willem DE RIDDER en Wim VAN DER LINDEN «Hitweek», dat hij in '67 verliet. Muller stond een blad voor ogen met een hoge oplage, terwijl de rest van de redactieraad het liever op de non-commerciële-idealistische koers hielden. Na een column in «De Telegraaf» («Peter Mullers Popcolumn») kwam hij in 1968 met het seksmaandblad «Candy». Peter Muller in «Zipitaja», het blad van de School voor de Journalistiek in Utrecht: «Het gaat mij niet zo zeer om het onderwerp of om wat voor soort blad, het gaat mij echt om bladen maken. Ik zit niet vast aan één onderwerp waarover ik kan publiceren. Bedrukt papier, daar gaat het mij gewoon om. In '68 voelde ik dus de markt aan voor een blad als Candy, dat moest er gewoon komen. Ik heb daar veel geld mee verdient (sic). Ik heb Candy gedaan tot '74, toen begon ik aan beroepsdeformatie te lijden. Als het je werk is om steeds die grenzen op sexgebied te verleggen, dan blijf je daar zelf niet door onaangeroerd. In '73 moest ik daar gewoon mee kappen, ondanks het gigantisch commercieel succes. Ik wist dat ik tot meer in staat was en ik wilde geen porno-uitgever blijven. Ik ging daar een beetje van balen. Ik wilde de wereld, of gewoon mezelf, laten zien dat ik ook nog tot andere dingen in staat was. Want ik was een bladenman, geen sexbladenman.

«Ik heb in '74 Weekend opgericht en ook dat was een groot succes. Niet zo groot als we dachten, maar een redelijk

succes. Ik ben tot augustus jongstleden hoofdredacteur gebleven, nadat ik het blad anderhalf jaar geleden aan de Nederlandse Dagblad Unie had verkocht. In die tussentijd ben ik nog een aantal bladen begonnen, die geflopt zijn, zoals Fotoweek en Pagina één. En de volgende stap is dus «De Dag», het dagblad» (8).

Op de «gossip-pagina» van «Vrij Nederland» «Achterop» mocht Muller ook zijn doelstellingen uitleggen. «Als je gevoel hebt voor krantenromantiek zoals ik, dan is dat toch je jongensdroom. Een krant maken. (...) Ik heb een krant voor ogen zoals je wel in Amerikaanse speelfilms uit de jaren dertig ziet: grote koppen, een krant die spannend is. (...) Politiek gaan we natuurlijk het nieuws niet volgen, alleen wat mopperig commentaar geven» (9).

Enige tijd was het stil rond «De Dag», maar op 23 februari kwam «De Volkskrant» in de rubriek «Dag-in-dag-uit» met het treffende berichtje: «De Telegraaf zal tanden knarsen». Muller wist de publiciteit zeer goed te bespelen en spande de andere media voor zijn karretje. «De Volkskrant» volgde het, «Vrij Nederland» hield de Nederlanders op de hoogte en Muller «trad op» in de «Alles is anders-show» van de KRO. Hij werd wel aangevallen op zijn plannen, maar hij kon vertellen hoe «De Dag» zou worden en zo verwachtingen scheppen. In het «Volkskrant»-berichtje bijvoorbeeld: «De Dag komt de eerste week al met een artikelenserie over een misstand. Een groot sociaal schandaal, waarover Kamervragen zullen worden gesteld. Het zal het jaarnaal halen, en De Telegraaf zal het nieuws tandenknarsend overnemen. Meer kan ik er nog niet over zeggen» (10). Afwachten was de boodschap. Maar er was geen artikelenserie over een misstand, over het grote sociale schandaal. Er werden derhalve geen vragen in de Kamer gesteld, het jaarnaal had het niet, en «De Telegraaf» nam het ook niet tandenknarsend over. De verwachtingen waren echter wel gewekt, en volgens geruchten zou «De Telegraaf» van plan zijn harde actie te voeren. «Volgens telefonische tips krijgen de wederverkopers zaterdag (15 maart, AVP) Nederlands grootste krant gratis. Voorwaarde is wel dat ze weigeren De Dag te verkopen,» aldus «De Tijd», die ook probeerde bij «De Telegraaf» een commentaar los te krijgen (11). «De Telegraaf» liet bij monde van een re-



dactie-secretaresse weten dat men geen commentaar had (12).

«De Telegraaf» en het «Algemeen Dagblad», de twee grootste kranten van Nederland, waren voor Muller wel de grote concurrenten. «Ik veroorzaak natuurlijk onrust, als mijn krant slaagt, dan zullen de Telegraaf en het Algemeen Dagblad zich moeten herbezinnen» (13).

«De Dag» zou volgens Muller een gat in de markt dichten. «Er is in Nederland», weet hij, «een niet te stelpen leeshonger naar verstrooiende informatie. Kijk naar tijdschriften als Story, Mix, Weekend en Privé. Hoe complexer de samenleving, hoe meer behoefte er bestaat aan een knus, tikje kneuterig blad» (14).

«Belangrijk is dat het publiek in één oogopslag kan bepalen of het de moeite waard is om «De Dag» te kopen. De kop op de voorpagina is daarom van levensbelang. Ja, je kunt ons best de titel koppenkrant geven. Aan het koppen maken besteden we extra aandacht. Een paar voorbeelden? Bij de FNV-staking: Kok-Van Agt: 1-0. Dat is een sportterm, begrijpt iedereen. Of over hoe slecht de marine is uitgerust; marine zinkend schip. Ook een mooie hè? Maar de mooiste van allemaal bedacht ik een paar dagen geleden. Dat was naar aanleiding van een opmerking van Dutman over Albeda (de ambtenaren-vak-

bondsman Dutman vergeleek in een toespraak minister Albada met Hitler - AvP). De kop: Lijkt deze man op Hitler? Daarnaast een grote foto met Albada. Dat spreekt de mensen aan.

«Het is moeilijk om precies te zeggen welke mensen dat zijn. We hebben geen specifieke doelgroep, maar ik denk dat jonge huisvrouwen onze krant wel lekker vinden. En de treinfrenzinnen natuurlijk. Die hoeven niet langer te hannesen met die enorme vellen papier», aldus Muller in «De Tijd» (15).

Muller spiegelde zich in interviews steeds aan «The Sun» en «Daily Mirror», en liet de hem bezoekende journalisten steevast een exemplaar van een van die Engelse kranten zien. Showredacteur Ger LAMMENS (overgekomen van «Weekend», zonder dagbladervaring - geen probleem voor hem: «Ik zorg dat ik elke dag een aardig verhaaltje heb liggen en verder maak ik wat korte berichtjes. Dat is heel eenvoudig: je klopt de feiten wat op, en klaar is Kees») is echter een bewonderaar van het Springerblad «Bildzeitung». LAMMENS: «Die kranten («Sun» en «Daily Mirror» AvP) zijn veel te lief voor Nederland. De mensen lezen hier liever het hardere nieuws. Zoals het Westduise Bild dat doet, met korte pakkende koppen. Die kant gaat De Dag in de toekomst waarschijnlijk ook wel op. Volgens mij zal er niet veel anders opzitten, wil je de krant blijven verkopen. Het is natuurlijk ook niet slim om nu meteen hard te beginnen. Dat schrikt af» (16). En: «Ik ben altijd wat meer voor de directere en hardere verslaggeving geweest. We hebben toen in Weekend die affaire gehad met die vliegcramp op Tenerife. Toen had ik als kop bedacht: 'We starten! We starten! Vier dodelijke woorden van Nederlands beste piloot» (17).

«De lezer beslist. Het nieuws van het verschijnen van een nieuw dagblad in een tijd waarin kranten juist verdwijnen, een noodlijdend bestaan lijden of in elkaar opgaan (18), is in de Nederlandse perswereld ingeslagen als een bom. De talrijke reacties in dagbladen en via radio en televisie waren over het algemeen argwanend en ongelovig van aard. Mensen die iets nieuws beginnen en daarmee buiten de platgetreden paden treden, worden in Nederland van oudsher met argusogen bekeken. Sommige persreacties menen «De Dag» af te kunnen doen als 'vertrossend' of 'te commercieel'. Als dat betekend (sic) dat wij een krant voor het grote publiek maken, vatten wij deze kreten op als een com-

pliment. Eerder geloven wij dat uit de schampere commentaren op het verschijnen van deze krant **ANGST** spreekt voor wat het 'Dag-effect' genoemd kan worden. Een oud spreekwoord zegt: 'Het is dom te vrezen wat onvermijdelijk is.' Het succes van een nieuwe onafhankelijke en onbevreesde krant als «De Dag» waarvan u nu het eerste historische nummer in handen heeft, valt door deze zure commentaren niet tegen te houden. Daarover beslissen slechts onze lezers» (19).

Het commentaar van «De Dag» op 15 maart. De lezers beslisten echter niet. De wetten van de economie werkten in het nadeel van «De Dag». Op 25 maart '80 kwam in het NOS-Journaal het bericht dat «De Dag» de volgende ochtend niet bij de wederverkoper zou liggen in verband met een conflict over de toekomst van de krant. Het blad zou verkocht worden aan een groot concern. Een Duits uitgeverconcern, en al gauw werd daaraan de naam van «Springer» gekoppeld. De redactie schortte de werkzaamheden op om uitsluitel te krijgen van directeur Rob Muller (en broer van Peter Muller) over de toekomst van het blad. Hoofdredacteur Peter Muller zou de kant van de redactie gekozen hebben. Rob Muller verklaarde begrip op te kunnen brengen voor de reactie van de redactie (20). Een woordvoerder van het Springerconcern in Berlijn ontkende ten stelligste het gerucht, dat Springer benaderd was. De problemen van «De Dag» waren van financiële aard. De onderneming was gestart met een beginkapitaal van drie miljoen gulden. Men zocht daarenboven nog 300.000 gulden, wat het voortbestaan van de krant voor een langere termijn zou waarborgen. Volgens Peter Muller was er de eerste week teveel van het beginkapitaal gebruikt om tegenslagen op te vangen. De lay-out afdeling werkte niet zoals het behoorde, en daardoor was men genoodzaakt (dure) krachten van buiten aan te trekken. Ook de druk leverde problemen op, vooral de kleurendruk, waardoor een aantal adverteerders weigerden te betalen (21). Donderdag 27 maart mislukten de besprekingen om bij een Nederlands bedrijf drie ton los te krijgen en daarmee was het doek voor «De Dag» na ruim tien dagen al gevallen.

«De Volkskrant» kwam zaterdag 29 maart 80 met de «onthulling» van de ware problemen bij «De Dag», heel toepasselijk weer in de rubriek «Dag-in-dag-uit». «De Volkskrant»: «Om de nog

SEXBOMMEN MET DE BROEK AAN
DE TIJD VAN DE DOMME BLONDJES IS VOORBIJ...
Vloerkurk kijken kost niets
KURKBOETIEK "NATURO"
VADER GAF DE BORST
Vraag: Welke krant heeft zo'n pitig formaat...
Antwoord: Natuur, uw eigen DAG

jonge Dag in zijn nadagen van de ondergang te redden, werden de gekste stunts bedacht. Het Springerverhaal werd in de wereld verholpen. Rob Muller zou in onderhandeling zijn met een Westduitse uitgever. Springer ontkende elk contact. Het enige contact, dat er geweest is, dateert uit 1976 toen de Mullers een briefje schreven, waarin ze hun plannen om een Nederlands boulevardblad van de grond te brengen aan Springer openbaarden. Een vriendelijk briefje terug en verder niks meer. «De echte problemen begonnen al direct na de start op 15 maart — een extra dik zaterdagnummer in een oplage van 100.000 stuks in de losse verkoop gebracht — toen de Alkmaarse drukker (De Verenigde Noordhollandse Dagbladen) boter bij de vis eiste. Als de te drukken pagina's 's avonds werden aangeboden, moest er gelijk contant betaald worden anders werd er niet gedrukt. Vervolgens kwam deze drukker een paar dagen later met de eis van een soort garantiesom en dat brak «De Dag» definitief de nek» (22).

Noten:

(1) «De eerste dag», in «De Dag», 15-3-1980.

(2) FERREE, H., *Van mens tot marionet*, Spectrum, Utrecht-Antwerpen, 1978, p. 62-63

(3) DE VOS, I., *Het fenomeen sensatiekrant, een literatuurstudie en een inhoudsanalyse van «Bild-Zeitung» en «Kwik»*, Leuven, eindverhandeling communicatiewetenschappen, p. 26.

(4) BERRY, T., geciteerd in DE VOS, I. *ibid.* p. 56

(5) MOTT, F.L., geciteerd in DE VOS, I. *ibid.* p. 57

(6) VAN DER BIESEN, W. Informatie als commerce, in «*Kessings Reflector*», jg. 19, nr. 7-7a, p. 155.

(7) DE VOS, I. *ibid.* p. 125.

(8) x, «Peter Muller: «Bedrukt papier, daar gaat het om», in «Zipitaja», een uitgave van de School voor de Journalistiek, Utrecht, jg. 10, nr. 27, p. 3.

(9) «De Telegraaf zal tanden knarsen», in «*De Vokskrant*», 23-2-1980.

(10) VAN BEUZEKON, G. Nederlands nieuwe dagblad, «*Je blopt de feiten wat op en klaar is Kees*», in «*De Tijd*», jg. 6, nr. 287, p. 17

(11) «*De Telegraaf*» geeft overigens nauwelijks commentaar als het gaat over zaken waar de naam van die krant bij genoemd wordt. In een uitzending in maart '80 over de relatie Amsterdamse politie en pers in de serie «*De wereld van het nieuws*» van de NCRV weigerde «*DE TELEGRAAF*» iedere medewerking. «*Het Parool*» had geen bezwaar.

(12) «*Zipitaja*», *ibid.* p. 3.

(13) «*De Telegraaf zal tanden knarsen*» *ibid.* Vergelijk de door Springer-Verlag uitgegeven analyse van «*Bild*» geciteerd in WALIRAFF, G., *Verslaggever van Bild*, Amsterdam, 1977, p. 49. «De krant neemt door haar gezag van de lezer de taak over om de gebeurtenissen die kenmerkend zijn voor de wereld van vandaag te ordenen, te schiften en te waarderen. Doordat Bild de lezer een algeordend en becommentarieerd overzicht biedt van wat er in de wereld gebeurt en dit op korte, indringende en besliste wijze doet, verschafft zij de geruststellende zekerheid dat men deze wereld toch tegemoet kan treden en kan bevatten.»

(14) VAN BEUZEKOM, G., *ibid.* p. 16.

(15) VAN BEUZEKOM, G., *ibid.* p. 17.

(16) «*Zipitaja*», *ibid.* p. 4.

(17) Een bewering, die niet helemaal juist is. De Nederlandse kranten hebben het goed, maken winst. Als er sprake is van fusies (zoals onlangs met de NV De Grondwet, die in Roosendaal het «*Brabants Nieuwsblad*» uitgeeft, die (alleen economisch) samenging met de Nederlandse Dagblad Unie, uitgeefster van onder andere «*Algemeen Dagblad*» en «*NCR-Handelsblad*») is het omdat de investeringen in nieuwe (computer-) techniek te groot zijn voor de kleinere bedrijven. Verondersteld wordt dat de uitgave van een nieuwe krant een uitgave vergt van 20 miljoen gulden. De Dag deed het bescheiden met 3 miljoen gulden.

(18) «De lezer beslist», commentaar in «*De Dag*», 15-3-1980, p. 6.

(19) x, «Conflict verhindert verschijning «*Dag*», in «*De Volkskrant*» 26-3-1980.

(20) x, «Kans op behoud De Dag zeer klein», in «*De Volkskrant*», 27-3-1980.

(21) x, «Wat geld voor De Dag, a.u.b.», in «*De Volkskrant*», 29-3-1980.

sesamstraat, enkele conclusies uit observaties in kleuterscholen

herman santy

Het programma en het onderzoek gesitueerd

Sinds verschillende jaren zendt de BRT ten behoeve van de 3-, 4-, 5- en 6-jarigen, de kleuterserie "Sesamstraat" uit. De productie komt voor een buitenstaander over als een eerder ingewikkelde vorm van samenwerking.

Het contract met CTW (Children's Television Workshop), de Amerikaanse eigenaar van de oorspronkelijke serie "Sesame Street", stipuleert dat 40 % van het onder deze naam uitgezonden materiaal, van Amerikaanse makelij moet zijn. Omwille van de hoge kosten beslisten NOS en BRT de 60 % eigen inbreng samen te produceren.

Uit kijkonderzoek en verschillende andere vormen van onderzoek, bleek dat met deze serie werkelijk het publiek bereikt werd dat men wilde bereiken. Tenzelfdertijd bleek ook dat volwassenen wel eens met ideeën over hoe een kinderprogramma zou moeten zijn rondlopen, die niet altijd stroken met de voorkeur van de kinderen zelf. Dat leerden we o.a. uit observatietesten uitgevoerd door het laboratorium voor differentiële en genetische psychologie van Professor W. De Coster (R.U.G.).

Het onderzoek en de resultaten ervan

Er werd beslist een uitgebreid testonderzoek op te zetten bij een groot aantal kinderen. In dat onderzoeksproject werden de ervaringen van onderzoekers en programmamakers gebundeld, om op die manier tot het formuleren van vragen te komen. De vragen waarop een antwoord moest worden gevonden waren:

1. Is er een verschil in de response op het Belgisch/Nederlands (BRT/NOS) en het Amerikaans (CTW) materiaal?

2. Kijken kinderen graag naar kinderen?

3. Spreekt het programma ook de allerkleinsten (3- en 4-jarigen) aan? Het onderzoek moest zo worden uitgevoerd dat de kans geschapen werd op bruikbare resultaten voor de programmamakers.

Om de drie vragen te beantwoorden werden twee onderzoeksvoorstellen ontworpen. Het eerste ontwerp moest een vergelijking tussen BRT/NOS- en CTW-materiaal mogelijk maken. Hiertoe werden 4 programma's gemonteerd bestaande uit 8 items elk, en met een duurtijd van ± 15 minuten.

Eén programma bestond volledig uit CTW-items; een ander uit louter BRT/NOS-items; de beide andere programma's waren gemengd.

Door systematisch evenveel jongens en meisjes van 3, 4, 5 en 6 jaar naar elk programma te laten kijken werd het mogelijk de bekomen verschillen in reacties te analyseren en te veralgemenen.

Het tweede ontwerp moest ons meer informatie verstrekken over de vraag of en in welke mate kinderen graag naar kinderen kijken.

Hiervoor maakten we gebruik van een programma bestaande uit 10 verschillende kind-items, dat weer door evenveel kinderen van elke leeftijd bekeken werd.

Daar we de leeftijdsgroepen systematisch hanteerden werd de vraag over de ontvangst van Sesamstraat bij de allerkleinsten ingecalculleerd in beide ontwerpen.

Selectie en observatie

Om deze ontwerpen te realiseren selecteerden we 128 kleuters in een zestal Brabantse scholen. Deze moesten een

voldoende representatieve steekproef vertegenwoordigen voor alle 3- tot 6-jarige kijkertjes in het Vlaamse lands-gedeelte.

Aan deze kleuters gaven we enkele experimenteel gemonteerde Sesamstraatuitzendingen op video te zien.

Groepjes van 3 of 4 kinderen werden in een apart lokaal voor het scherm gezet, onder het waakzaam oog van 4 observators die kijktijd en kijkgedrag registreerden. Daarna volgde nog een kort interview waarin, aan de hand van foto's, vragen gesteld werden over de inhoud van de items, de voorkeur voor bepaalde hoofdfiguren, en het kijken naar Sesamstraat thuis.

De kijktijd werd met een chronometer gemeten en het aantal keren dat men van het scherm wegkeek werd geteld. Het kijkgedrag is een verzamelnaam voor een aantal variabelen: positieve en negatieve verbale reacties, positieve en negatieve lichamelijke reacties⁷ glimlachten.

Vraagjes over de inhoud van de items moesten aangeven hoeveel de kleuters zich herinnerden en begrepen hadden. Andere vragen moesten aantonen of er eventueel een verband bestaat tussen de wijze waarop men thuis kijkt en de reacties op het proefprogramma.

Verwerking

Alle observatiegegevens werden bij elkaar gebracht en in formules gestopt om een statische verwerking toe te laten. Dit gebeurde door de computer op basis van variantie-analyse en X²-toets.

Deze methodes laten ons toe om de resultaten van een steekproef te veralgemenen naar de populatie waarop het onderzoek betrekking heeft.

De resultaten

Globaal gezien is er een lichte voorkeur voor het materiaal van eigen bodem en deze voorkeur is groter bij drie-jarigen dan bij zes-jarigen.

Maar deze algemeenheid zegt nog niets over de inhoud. Daarom maakten we een onderscheid in categorieën of soorten items:

NOS/BRT

Sesamstraatitems (items met de vaste figuren van Sesamstraat)

Mime-items

Kinditems (items waarin kinderen met of zonder de Sesamstraatfiguren optreden)

Grafische items

CTW

Animatiefiguren

animatie letters/cijfers

Muppets

Live actions

Bij de NOS/BRT hadden de mime- en kinditems het meeste succes en de Sesamstraatitems het minste; bij CTW haalden de animatiefilmpjes de beste en de live action-items de laagste cijfers. Het probleem met de *Sesamstraatitems* is dat ze zo verbaal zijn en lang duren; wel vinden de kinderen Pino en Tommie erg plezierig.

In de *mime-items* daarentegen wordt niet of weinig gepraat en bovendien zijn ze expressief op een manier die de kinderen fascineert.

De *kinditems* werden gewaardeerd als er actief spelende kinderen in voorkwamen (live gefilmd), maar veel minder als er veel gepraat wordt.

De *grafische items* zijn doorgaans goed te begrijpen voor de jongste kijkertjes. De vlotte, plezierige en niet-verbale *animatiefilmpjes* krijgen goede kijkcijfers maar worden minder gemakkelijk herinnerd en begrepen omdat er geen of geen duidelijk verhaaltje in zit.

Muppets zijn sympathiek maar praten soms te veel en te moeilijk.

Voor de *live action-categorie* van CTW waren twee erg verschillende items uitgekozen: het korte item kwam goed over, het andere duurde te lang en was te abstract voor kleuters.

Wat de relatie tussen het kijken thuis en de reacties op het vertoonde programma betreft, komt naar voren dat wanneer de kinderen thuis veel kijken en in gezelschap van ouder, broers en zusjes, de kijkintensiteit en de mate van herinneren en begrijpen bevordert wordt.

Tommie is de meest geliefde figuur, Pino heeft een kleine voorsprong op Bert en Ernie, Piet en Sien (grote mensen) komen op de laatste plaats.

Besluit

Het publiek van Sesamstraat houdt veel van plezierige, actie-gerichte intrige-

rende en niet al te langdurige items. Het houdt er ook van leeftijdsgenoten op het scherm te zien.

Voor de jongste kijkertjes moet de verbale expressie plaats ruimen voor, of aangevuld worden met andere, meer aangepaste vormen van communicatie.

Aan de programmamakers nu om deze aanbevelingen in voor de kinderen begrijpelijk beeldtaal om te zetten.

Met het uitvoeren van dit onderzoek is meteen een verdere stap gezet in de samenwerking tussen onderzoekers verbonden aan de omroep, en onderzoekers uit de universitaire research-middelen, en dat lijkt me een gelukkige gang van zaken.

ADVERTEREN IN DIT NUMMER

Standaard Boekhandel	3
Het belang van Limburg	5
Bell & Howell	12
Registratie	21
Singer	25
Gemeentekrediet	29
Inelco	33
Van Loghum Slaterus	34