

EDUCATIE VIA DE KIJKBUIS

*Een vergelijkend onderzoek naar de effectieve educatieve kenmerken
van de 'groene' kinderprogramma's Green-Kids en Mr. Bloom's
Nursery*



Afstudeeronderzoek

Naam.....C. Duinsbergen
Studentnummer.....3472426
Opleiding.....MA Film- en televisiewetenschap Universiteit Utrecht
Onderwerp.....Educatieve kindertelevisie
Periode.....Augustus 2013
Begeleider.....C. Pafort-Overduin

MA FILM- EN TELEVISIEWETENSCHAP

UNIVERSITEIT UTRECHT

2012 - 2013

Inhoudsopgave

Lijst met afbeeldingen	3
1. Inleiding	4
2. Theoretisch kader	8
2.1 Inleiding.....	8
2.2 Educatieve televisie	8
2.3 Kenmerken van educatieve kindertelevisie	11
2.4 Analysemodel	17
3. Analyse.....	19
3.1 Onderzoeksmateriaal	19
3.2 Analyse Mr. Bloom's Nursery.....	25
3.3 Analyse Green-Kids	34
3.4 Vergelijking tussen Mr. Bloom's Nursery en Green-Kids	42
4. Conclusie	49
Referentielijst	52

Lijst met afbeeldingen

Afbeelding voorblad

Pril, M. "Tv duwt kinderen in sjabloon." Wanttoknow. 2011.

<http://www.wanttoknow.nl/overige/media/tv-duwt-kinderen-in-sjabloon/>.

Afbeelding 1

Linebarger, D. L. et. al. "Effects of Viewing the Television Program Between the Lions on the Emergent Literacy Skills of Young Children." *Journal of Educational Psychology* 96 (2004): 297-308.

Afbeelding 2

Valkenburg, P. *Beeldschermkinderen*. Amsterdam: Boom, 2008.

Afbeelding 3

Duinsbergen, C. *Analysemodel*. Universiteit Utrecht, 2013.

Afbeelding 4

Duinsbergen, C. *Opbouw elementen Mr. Bloom's Nursery*. Universiteit Utrecht, 2013.

Afbeelding 5

Duinsbergen, C. *Verhouding tussen thema en onderwerpen in Mr. Bloom's Nursery*. Universiteit Utrecht, 2013.

Afbeelding 6

Duinsbergen, C. *Interactie model binnen de aflevering*. Universiteit Utrecht, 2013.

1. Inleiding

Het hedendaagse aanbod van kinderprogramma's op de televisie is bijzonder divers en kinderen kunnen zich gemakkelijk een hele dag vermaken voor de buis. Niet iedereen beschouwt televisie kijken echter als geschikte en gezonde activiteit voor kinderen. Bijvoorbeeld de hoeveelheid tijd die kinderen doorbrengen voor de televisie en de mogelijk schadelijke content waar televisie kinderen aan blootstelt veroorzaakt bezorgdheid.¹ Toch wordt er niet alleen gesproken over schadelijke invloeden van televisie. Er is ook empirisch onderzoek naar kinderen en televisie kijken dat aantoont dat er sprake is van een positieve invloed van televisieprogramma's op kinderen.² Vooral educatieve programma's, die gemaakt zijn om kinderen iets te leren, blijken een positieve invloed te hebben op kinderen. Zo hebben onderzoekers als Fisch en Kirkorian et. al. met empirisch onderzoek aangetoond dat bepaalde programmamakenmerken en productietechnieken door programmamakers kunnen worden toegepast om een programma zo effectief mogelijk te maken. Zij maken daarbij een onderscheid tussen *academic* en *social learning*.³ Hoe bepaalde kenmerken en technieken de effectiviteit van een programma kunnen vergroten wordt door de auteurs onderbouwd aan de hand van theorieën over de ontwikkeling van kinderen. Hun werk kan programmamakers een handvat bieden bij het maken van effectieve educatieve programma's.

Het is echter de vraag of programmamakers deze inzichten ook daadwerkelijk gebruiken. Tijdens mijn stage bij het commerciële Telekids programma GREEN KIDS was dit niet het geval. Dit riep bij mij de vraag op of er verschillen zijn in de educatieve programma's van publieke en commerciële omroepen. Zijn er bijvoorbeeld verschillen in de wijze waarop een onderwerp wordt behandeld of de opbouw van een aflevering? In hoeverre beantwoorden de programma's aan de regels die in de literatuur gesteld worden aan effectieve educatieve kindertelevisie?

Dit onderwerp komt zoals gezegd, voort uit mijn praktijkstage bij het Telekids programma GREEN-KIDS. GREEN-KIDS is een educatief programma waarin kinderen meer

¹ E. Wartella and M. Robb, "Historical and Recurring Concerns about Children's Use of the Mass Media," in *The Handbook of Children, Media, and Development*, ed. S. L. Calvert and B. J. Wilson (Malden: Blackwell Publishing Ltd., 2011), 188-213, 7-10.

² Shalom M. Fisch, *Children's Learning from Educational Television: Sesame Street and Beyond* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, 2004), Preface.; H. Stipp, "How children can learn from television," *Applied Developmental Psychology* 24 (2003): 363-365, 363.; Sandra L. Calvert and Jennifer A. Kotler, "Lessons from children's television: The impact of the Children's Television Act on children's learning," *Applied Developmental Psychology* 24 (2003): 275-335, 277.; Heike Vom Orde, "Children, learning, and educational TV," *Television* 25 (2012): 38-41, 39.; Heather L. Kirkorian et. al., "Media and Young Children's Learning," *Future of Children* 18, 1 (2008): 39-61, 47.

³ Shalom M. Fisch, "Children's learning from television: It's not just 'violence,'" *Television* 18 (2005): 10-14, 10-12.; Kirkorian et. al., 50-51.

leren over de natuur, op actieve wijze in contact worden gebracht met de natuur en gestimuleerd worden om naar buiten te gaan. Vanuit een brede interesse in educatieve kindertelevisie in het algemeen en voor het programma GREEN-KIDS in het bijzonder heb ik tijdens mijn stageperiode bij GREEN-KIDS onderzoek gedaan naar de doelstelling en vormgeving van GREEN-KIDS. Dit stageonderzoek is destijds gestart vanuit de hypothese dat GREEN-KIDS minder educatief zou zijn dan het programma eerste instantie doet denken. Deze hypothese kwam voort uit mijn eerste beeld van educatieve televisie: programma's zoals SESAMSTRAAT waarin kinderen leren lezen, schrijven en tellen.

Educatieve televisie blijkt echter uit veel meer te bestaan dan programma's voor kinderen waarin schoolvaardigheden worden aangeleerd. Aan de hand van literatuuronderzoek, als onderdeel van het stageonderzoek, heb ik gezocht naar een definitie van educatieve televisie. Hoewel er in de literatuur nuanceverschillen zichtbaar zijn in de definities van educatieve televisie komt de kern van de definities overeen; educatieve televisie bestaat uit programma's die een positieve uitwerking hebben op de kijker door hem/haar iets te leren of zijn/haar algemene ontwikkeling te bevorderen. De naar mijn idee meest duidelijke definitie wordt gegeven door Kirkorian en Anderson. Zij hanteren de volgende definitie van educatieve televisie: “[...]containing content that will ‘further the positive development of the child in any respect, including the child’s cognitive/intellectual or emotional/social needs’.”⁴ De definitie van educatieve televisie zal verder worden uitgewerkt in hoofdstuk twee.

Wanneer we GREEN-KIDS bekijken in het licht van deze definitie kan gezegd worden dat GREEN-KIDS educatief is. Door kinderen te stimuleren om naar buiten te gaan probeert GREEN-KIDS nuttige en zinvolle hobby's aan te dragen. Hiermee probeert GREEN-KIDS bij te dragen aan een volgens GREEN-KIDS gezonde ontwikkeling van kinderen.⁵ Daarnaast wil GREEN-KIDS bijdragen aan de cognitieve ontwikkeling van kinderen door kinderen aan te sporen zelf na te denken tijdens het programma over vragen en antwoorden.

De hypothese waarmee het stageonderzoek was gestart bleek uiteindelijk slechts ten dele juist. GREEN-KIDS heeft weliswaar andere educatieve doelstellingen dan bijvoorbeeld een programma als SESAMSTRAAT maar kan wel degelijk een educatief programma genoemd worden. Ook zijn er in GREEN-KIDS effectieve educatieve kenmerken te herkennen zoals

⁴ Heather L. Kirkorian and Daniel R. Anderson, “Learning from Educational Media,” in *The Handbook of Children, Media, and Development*, ed. Sandra L. Calvert and Barbara J. Wilson (Malden: Blackwell Publishing Ltd., 2011), 188-213, 188.

⁵ Dit is gebleken uit het interview met de redacteur van Green-Kids. Dit interview maakte onderdeel uit van het Stageonderzoek en zal tevens onderdeel uitmaken van deze afstudeerscriptie.

beschreven door Fisch en Kirkorian et. al.⁶ Uit het interview dat is afgenomen met redacteur Marcel Rix bleek echter dat er bij het produceren van GREEN-KIDS geen gebruik wordt gemaakt van theoretische kennis met betrekking tot effectieve educatieve televisie. Veel beslissingen worden gestuurd door het commerciële karakter van het programma. Hierdoor ontstond spanning tussen de commerciële en de educatieve doelstelling van het programma. Zo maakte in seizoen drie de ‘fietscross’ deel uit van de dagelijkse afleveringen. Deze fietscross brengt kinderen aan de hand van diverse spellen in contact met de natuur. Dit onderdeel is bedoeld om kinderen te stimuleren naar buiten te gaan en hen tegelijkertijd feitjes en weetjes bij te brengen met betrekking tot de natuur.⁷ Dit onderdeel verbindt daarnaast de dagelijkse afleveringen aan elkaar door middel van een cliffhanger. Het programma krijgt hierdoor een serieel karakter met als doel de kijkers te binden voor de volgende aflevering. Dit betekent dat kinderen meer tijd voor de televisie gaan doorbrengen in plaats van naar buiten te gaan. Toch geven de makers aan dat zij niet willen verlangen van kinderen dat zij dagelijks kijken.⁸ Het naar buiten gaan is immers het gewenste effect van GREEN-KIDS. Echter, een serieel karakter heeft juist als doel dat kijkers de volgende keer weer kijken waardoor ze juist niet naar buiten gaan.

Daarnaast is in iedere aflevering de invloed van sponsors zichtbaar. GREEN-KIDS wordt gesponsord door Praxis, Landschapsbeheer en De 12 Landschappen. Landschapsbeheer en De 12 Landschappen dragen onderwerpen aan die zij graag terug willen zien in het programma. De vraag is uiteraard wat de educatieve waarde van de door de sponsor aangedragen onderwerpen is. Deze worden immers aangedragen ten behoeve van de sponsor, niet zozeer vanuit een educatieve gedachte. Een bijkomende vraag is of de redactionele onafhankelijkheid hierdoor niet in het gedrang komt. De derde sponsor, Praxis, wordt zichtbaar doordat een GREEN-KIDS producten lijn gepromoot wordt in de afleveringen. Tijdens activiteiten wordt uitsluitend gebruikt gemaakt van Praxis producten en kijkers worden weliswaar gestimuleerd om zelf de activiteiten te ondernemen, maar moeten dan wel eerst de producten van Praxis aanschaffen.

Als zelfs in commerciële educatieve programma’s (kennelijk onbewust) gebruik gemaakt wordt van effectieve educatieve elementen is er dan nog wel een verschil aan te geven met programma’s van de publieke omroepen, waarvan men mag veronderstellen dat zij niet geleid worden door commerciële belangen? Zou er in educatieve kinderprogramma’s van

⁶ Fisch, “Children’s learning from television,” 10-12.; Kirkorian et. al., 50-51.

⁷ Dit is gebleken uit het interview met de redacteur van Green-Kids. Dit interview maakte onderdeel uit van het Stageonderzoek en zal tevens onderdeel uitmaken van deze afstudeerscriptie.

⁸ Ibidem.

de publieke omroep meer of anders gebruik gemaakt worden van theoretische kennis over effectieve educatieve televisie? Op deze vragen richt ik me in dit afstudeeronderzoek.

De casus bestaat uit GREEN-KIDS van de commerciële omroep RTL en MR. BLOOM'S NURSERY van de publieke omroep BBC. GREEN-KIDS is de aanleiding geweest voor dit onderzoek en MR. BLOOM'S NURSERY is gekozen omdat dit programma het best vergelijkbaar is. Er bestaat namelijk geen vergelijkbaar Nederlands programma op een publieke omroep. GREEN-KIDS richt zich vooral op het in contact brengen van kinderen met de natuur. Dit gebeurt onder andere door kinderen te laten zien hoe ze zelf planten, bloemen en groenten kunnen kweken of leuke activiteiten kunnen ondernemen in de natuur. MR. BLOOM'S NURSERY is hoofdzakelijk gericht op kinderen laten zien hoe ze planten en groenten kunnen verzorgen. De vraagstelling die in dit afstudeeronderzoek centraal staat is als volgt geformuleerd:

Welke verschillen in in de literatuur benoemde effectieve educatieve kenmerken zijn zichtbaar tussen de educatieve kinderprogramma's MR. BLOOM'S NURSERY van de publieke omroep BBC en GREEN-KIDS van de commerciële omroep RTL?

Het onderzoek bestaat uit een combinatie van literatuuronderzoek en een analyse van de educatieve kinderprogramma's GREEN-KIDS en MR. BLOOM'S NURSERY. Het literatuuronderzoek is verwerkt in een theoretisch kader. Dit theoretisch kader is uiteengezet in hoofdstuk twee. In deel één van dit theoretisch kader zal worden beschreven wat in eerder onderzoek is verstaan onder educatieve kindertelevisie om zodoende tot een werkbare definitie te komen die het uitgangspunt van dit onderzoek vormt. In het tweede deel van het theoretisch kader wordt ingegaan op de kenmerken van effectieve educatieve kinderprogramma's. In het derde deel wordt het analysemodel gepresenteerd. In hoofdstuk drie worden vervolgens de resultaten van de analyse behandeld. In dit hoofdstuk zullen de educatieve inhoudelijke en formele kenmerken van GREEN-KIDS en MR. BLOOM'S NURSERY worden geanalyseerd aan de hand van het analysemodel. Tevens zal in dit hoofdstuk een uitspraak worden gedaan over de mate waarin theoretische kennis met betrekking tot effectieve educatieve televisie zichtbaar is in de vorm en inhoud van de twee programma's. In de afsluitende conclusie wordt antwoord gegeven op de centrale vraagstelling. Deze afsluitende conclusie wordt beschreven in hoofdstuk vier van dit onderzoek.

2. Theoretisch kader

2.1 Inleiding

In dit afstudeeronderzoek wordt het verschil tussen de effectieve educatieve kenmerken van de kinderprogramma's MR. BLOOM'S NURSERY en GREEN-KIDS in kaart gebracht en wordt tevens een uitspraak gedaan over de mate waarin theoretische kennis met betrekking tot effectieve educatieve televisie zichtbaar is in de vorm en inhoud van de twee programma's. In dit theoretisch kader zal allereerst worden ingegaan op wat in de theorie wordt verstaan onder educatieve kindertelevisie. Op deze wijze zal getracht worden om tot een werkbare definitie te komen die het uitgangspunt van dit onderzoek zal vormen. In het tweede deel zal vervolgens worden ingegaan op wat effectieve educatieve televisie is en wat specifieke effectieve kenmerken zijn van educatieve televisie. Deze kenmerken zijn verwerkt in het analysemodel dat in het derde deel van dit theoretisch kader wordt gepresenteerd.

2.2 Educatieve televisie

Definitieproblematiek

In onderzoek naar educatieve televisie wordt vooral gebruik gemaakt van de definitie van educatieve televisie die de Children's Television Act (CTA) van 1990 hanteert. De CTA definieert educatieve televisie als: "[...] containing content that will 'further the positive development of the child in any respect, including the child's cognitive/intellectual or emotional/social needs'."⁹ Deze definitie van de CTA wordt door veel auteurs bekritiseerd vanwege de breedte en de vele algemene interpretaties die mogelijk zijn.¹⁰ De definitie biedt namelijk geen ondersteunende richtlijnen met betrekking tot de specifieke educatieve content en beperkt zich slechts tot de grote lijnen. Dit heeft als gevolg dat de term bijzonder breed kan worden toegepast waardoor zowel educatieve als niet-educatieve televisieprogramma's onder de term kunnen vallen.¹¹

In onderzoek naar educatieve televisie wordt door auteurs echter geen poging gedaan om een definitie voor de term te vinden die specifiek is. Veel auteurs lijken het definitieprobleem te vermijden en definiëren educatieve televisie aan de hand van termen als

⁹ Kirkorian en Anderson, 188.; S. L. Calvert en J. A. Kotler, "The Children's Television Act: Can media policy make a difference?," *Applied Developmental Psychology* 24 (2003): 375-380, 375-376.

¹⁰ Kirkorian en Anderson, 188.; Calvert en Kotler, "The Children's Television Act," 375-376.; Deborah L. Linebarger en Deborah K. Wainwright, "Learning while Viewing: Urban Myth or Dream Come True?," in *20 Questions about Youth and the Media*, ed. Sharon R. Mazzarella (New York: Peter Lang Publishing, Inc., New York, 2007), 181-182.

¹¹ Kirkorian en Anderson, "Learning from educational media," 188-189.; Linebarger en Wainwright, 181-182.

*academic skills, social skills, teaching, development, benefit, cognitive, emotional, knowledge.*¹² Anderen hanteren een definitie die net als de definitie van de CTA algemeen, zo niet algemener is. Bijvoorbeeld Lawler definieert educatieve televisie als programma's die bedoeld zijn voor een breed publiek met de intentie kennis te verbreden of andere bronnen van informatie te verstrekken.¹³ In de definitie van Lawler is educatieve televisie dus niet alleen bedoeld voor kinderen maar voor alle leeftijdsgroepen. Ook Kirkorian et. al. hanteren net als Lawler een brede definitie: "*Television programmes designed with a specific goal to teach academic or social skills.*"¹⁴ In de definities van Lawler en Kirkorian et. al. wordt dus geen specifieke doelgroep gedefinieerd. In die zin is de definitie van de CTA concreter.

Een tweede probleem met het definiëren van educatieve televisie is dat er niet duidelijk gedefinieerd is op welke gebieden men educatie aan wil bieden. Dit is met name het geval bij de definitie van Lawler. De definities van de CTA en Kirkorian et. al. zijn in dit geval concreter te noemen. Zij benoemen richtlijnen met betrekking tot de doelstelling en leergebieden al blijft de specifieke content nog onduidelijk. Door het ontbreken van duidelijkheid met betrekking tot de specifieke content van een educatief programma is het lastig om een onderscheid te maken tussen wat wel en geen educatief programma is. Educatie is mogelijk op vele verschillende vlakken en deze verschillende leergebieden kunnen onmogelijk worden samengevat in één simpele uitleg. Een programma kan dan al snel als educatief bestempeld worden als er iets van te leren is.

Om toch een onderscheid te maken in wat wel en geen educatieve televisie is, wordt door de auteurs gesproken over de kwaliteit van een educatief programma, waarbij kwaliteit wordt opgevat als zijnde effectief. Effectief in de zin dat er door programmamakers rekening gehouden wordt met de bestaande inzichten over de wijze waarop de over te dragen kennis zo kan worden aangeboden dat de kijker deze gemakkelijk kan begrijpen en kan toepassen. Zo definiëren Kirkorian en Anderson educatieve televisie aan de hand van 'wie' er invulling geeft aan het programma en 'hoe' er invulling wordt gegeven aan het programma: "[...] *these programs not only have educational advisors but also work from a written, formal curriculum and from educational theory.*"¹⁵ Kirkorian en Anderson noemen hier de manier waarop in SESAME STREET en DORA THE EXPLORER kennis is gebruikt over hoe kinderen leren, als

¹² K. J. Donnelly, "Educational Programming," in *The Television Genre Book*, ed. Glen Creeber (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009), 131-133.; Calvert en Kotler, "Lessons from children's television."

¹³ Lawrence J. Lawler, "Educational Television and its Role in developing Countries," *International Review of Education* 11, 3 (1965): 326-336, 326-327.

¹⁴ Kirkorian et. al., 47.

¹⁵ Kirkorian en Anderson, 189.

voorbeeld van effectieve educatieve programma's.¹⁶ In dit afstudeeronderzoek zal dan ook geanalyseerd worden in hoeverre kennis van 'educational theory' te herkennen is in de vorm en inhoud van de programma's.

Door de definities van de CTA en Kirkorian et. al. te combineren ontstaat een definitie die zowel doelgroep als doelstelling en leergebied(en) van een educatief programma benoemt. Deze definitie zal het uitgangspunt van dit onderzoek vormen en is als volgt geformuleerd: educatieve programma's zijn programma's die er op gericht zijn de kijker op eniger wijze positief te ontwikkelen, dat kan zijn op cognitief/intellectueel/emotioneel/sociaal vlak, of de kijker meer specifiek schoolvaardigheden of sociale vaardigheden aan te leren.

Verschillende vormen van educatieve kindertelevisie

Auteurs als Fisch, Strasburger et. al. en Calvert en Kotler, maken een duidelijk onderscheid tussen *academic* (schoolvaardigheden) en *social* (pro-sociaal) *learning*. Deze twee vormen van educatieve kindertelevisie kunnen worden gecombineerd in één programma. De educatieve programma's die gericht zijn op schoolvaardigheden, zoals bijvoorbeeld SESAME STREET, trainen kinderen in het verbeteren van vaardigheden met betrekking tot bijvoorbeeld rekenen, lezen, schrijven en taal. De pro-sociale televisieprogramma's bevatten één of meer positieve sociale boodschappen en stimuleren positieve veranderingen in het sociale en persoonlijke gedrag van kinderen.¹⁷ Educatieve programma's, gericht op schoolvaardigheden zijn vrij duidelijk te definiëren maar voor de pro-sociale programma's is dit moeilijker omdat zij breed geïnterpreteerd (kunnen) worden. Dit blijkt onder andere uit de definitie van Strasburger et. al. Zij definiëren pro-sociale televisieprogramma's als: "[...] *that which is 'socially desirable and which in some way benefits other persons or society at large.'*"¹⁸

Door een onderscheid te maken in *academic* en *social* kan de term educatieve televisie op een breder scala aan leergebieden betrekking hebben. Wat kinderen kunnen leren van een programma kan dan op verschillende zaken betrekking hebben. *Academic* programma's hebben een positieve uitwerking op gebied van schoolvaardigheden.¹⁹ Effecten van pro-sociale televisie bij pre-school kinderen zijn onder andere terug te zien in hun gedrag; vriendelijkheid en algemene positieve interactie, altruïsme en samenwerking, zelfbeheersing,

¹⁶ Kirkorian en Anderson, 189.

¹⁷ Fisch, "Children's learning from television," 10-12.; Calvert en Kotler, "Lessons from children's television," 277.; V. C. Strasburger et. al., *Children, Adolescents, and the Media* (Thousand Oaks CA: Sage Publications, Inc., 2009), 117.

¹⁸ Strasburger et. al., 117.

¹⁹ Fisch, "Children's learning from television," 10.; Calvert en Kotler, "Lessons from children's television," 277.

vertraging van bevrediging, vermindering van stereotypen.²⁰ Pro-sociale televisie kan kinderen tevens vaardigheden aanleren om met emoties en stemmingen om te gaan.²¹ Strasburger et. al. geven daarnaast aan dat uit verschillende onderzoeken is gebleken dat de emotionele en sociale vaardigheden van kinderen verband houden met hun schoolvaardigheden. ”*Children who have difficulty paying attention in class, getting along with their peers, and controlling their own negative emotions of anger and distress do less well in school.*”²²

Naast het onderscheid tussen *academic* en *social* programma’s, wordt er door Kirkorian en Anderson nog een onderscheid gemaakt: formele educatieve programma’s en informele educatieve programma’s. Formele educatieve programma’s zijn programma’s die bedoeld zijn voor gebruik binnen scholen. Informele programma’s zijn programma’s die uitgezonden worden op televisie. Het belangrijkste verschil tussen formele en informele educatieve televisieprogramma’s zit volgens Kirkorian en Anderson in de perceptie van het kind. Informele televisieprogramma’s zijn bedoeld om door het kind te worden beschouwd als entertainment en in veel mindere mate als educatief.²³ Het is immers de bedoeling dat het kind zelfstandig de keus maakt om naar het programma te kijken en het ook leuk vindt om te (blijven) kijken.

Het onderscheid tussen formeel en informeel is een belangrijk onderscheid om te onthouden in het kader van de analyse van GREEN-KIDS en MR. BLOOM’S NURSERY. Beide programma’s vallen onder de categorie informele programma’s omdat ze geproduceerd zijn voor de televisie en niet voor het gebruik binnen scholen. Entertainment en educatie worden dus wellicht met elkaar verweven om het programma voor kinderen aantrekkelijk te maken om naar te kijken. Het is daarom mogelijk dat educatieve boodschappen verstopt zitten in elementen die op het eerste gezicht misschien niet als educatief wordt beschouwd.

2.3 Kenmerken van educatieve kindertelevisie

Aansluiting zoeken bij de belevingswereld van kinderen

In verschillende onderzoeken naar de invloed van televisie op kinderen wordt de conclusie getrokken dat kinderen iets kunnen leren van televisieprogramma’s en dat met name de

²⁰ Fisch, “Children’s learning from television,” 12.; Calvert en Kotler, ‘Lessons from children’s television,’ 277.

²¹ Strasburger et. al., 118-119.

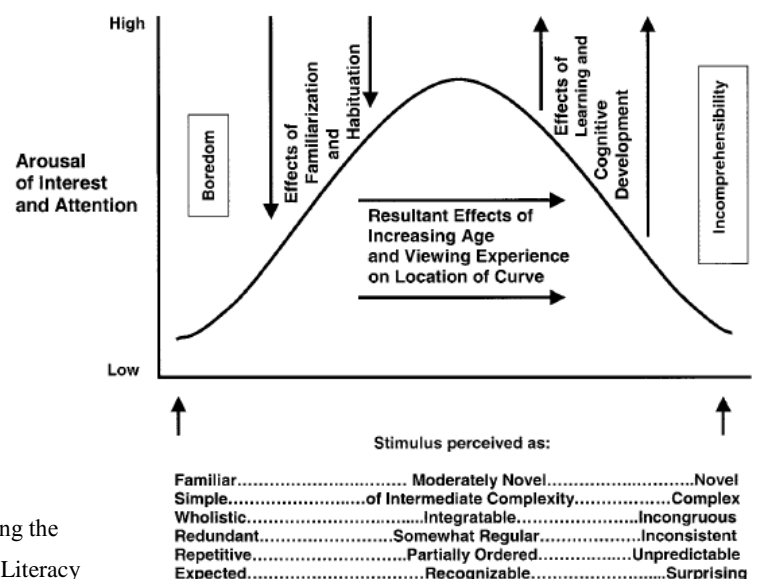
²² Strasburger et. al., 117.

²³ Kirkorian en Anderson, 189.

educatieve kinderprogramma's een positieve impact kunnen hebben op kinderen.²⁴ Maar sommige programma's, zo wordt benadrukt door onder andere Fisch, Vom Orde en Kirkorian et. al., zijn effectiever dan andere programma's. Dat wil zeggen dat kinderen van deze programma's meer kunnen leren. De effectiviteit van een programma wordt bepaald door bepaalde programmakenmerken en productietechnieken.²⁵

Deze programmakenmerken en productietechnieken hebben betrekking op de mate waarin rekening wordt gehouden met wat de aandacht van een kind trekt en wat een kind begrijpt. Om iets te kunnen leren van een televisieprogramma moeten kinderen namelijk, onder andere volgens Fisch, Valkenburg en Kirkorian et. al., Stipp en Linebarger en Piotrowski, aandacht besteden aan het programma en het programma kunnen begrijpen. Om de mate van aandacht en begrip te vergroten zal het programma aansluiting moeten zoeken bij de mediavorkeuren van de beoogde doelgroep. Deze mediavorkeuren worden op hun beurt in grote mate bepaald door het cognitieve ontwikkelingsniveau (kennis en begrip) van de doelgroep.²⁶ Kinderen ontwikkelen namelijk vooral aandacht voor programma's die zij kunnen begrijpen. Zij vermijden de programma's die zij niet begrijpen, die te bekend of te gemakkelijk zijn of juist te nieuw of te moeilijk.²⁷

In afbeelding 1 van Rice, Huston en Wright, is aangegeven hoe de aandacht van kinderen geregeld kan worden. Aan de hand van dit figuur maken Rice, Huston en Wright duidelijk hoe bepaalde stimuli de aandacht van kinderen kan vergroten waardoor de kijker meer zal leren.



Afbeelding 1: Linebarger, D. L. et. al. "Effects of Viewing the Television Program Between the Lions on the Emergent Literacy Skills of Young Children." *Journal of Educational Psychology* 96 (2004): 297-308. (98)

²⁴ Fisch, "Children's Learning from Educational Television," Preface.; Stipp, 363.; Calvert en Kotler, "Lessons from children's television," 277.; Vom Orde, 39.; Kirkorian et. al., 47.

²⁵ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 50-51.; Vom Orde, 40.

²⁶ Patty Valkenburg, *Beeldschermkinderen* (Amsterdam: Boom, 2008), 30-32.; Kirkorian et. al. 50-51.; Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; D. L. Linebarger and J. T. Piotrowski, "Structure and Strategies in Children's Educational Television: The Roles of Program Type and Learning Strategies in Childrens Learning," *Child Development* 81 (2010): 1582-1597, 1582.; Stipp, 363.

²⁷ Valkenburg, 30-32.; Linebarger en Piotrowski, 1582.

Aandacht voor een programma ontstaat niet alleen door begrip maar ook door een voorkeur voor een bepaalde programma inhoud en vormgeving. Deze voorkeur wordt volgens Valkenburg bij kinderen grotendeels bepaald door hun leeftijd en hun ontwikkelingsniveau. De ontwikkelingspsychologie is echter een ander vakgebied dan mediastudies, waar binnen dit onderzoek plaatsvindt, en hier wordt zodoende ook slechts op ingaan vanuit een mediatheoretische benadering.

Deze mediatheoretische benadering wordt geboden door Valkenburg. Zij geeft in *Beeldschermkinderen* inzicht in de stand van zaken met betrekking tot onderzoek en theorievorming over kinderen en media. Aan de hand van enkele theorieën over de ontwikkeling van kinderen zet Valkenburg uiteen hoe kinderen zich ontwikkelen tot mediaconsumenten met een voorkeur voor bepaalde programma's. Hierbij haalt zij twee belangrijke theorieën aan die met name in de jaren zeventig werden gevolgd: het reactieve model van televisiekijken (aandacht wordt bepaald door opvallende programmakenmerken) en het actieve model van televisiekijken (begrip leidt tot aandacht en voorkeuren).²⁸

Zowel jonge als oudere kinderen hebben volgens Valkenburg een bepaalde voorkeur voor mediaproducten en deze voorkeuren verschillen sterk van elkaar. Een belangrijke verklaring voor deze sterke verschillen in voorkeur bij kinderen van verschillende leeftijden is volgens Valkenburg te vinden in de gematigde discrepantietheorie: *“Deze theorie [...] voorspelt dat een gematigd niveau van programmamoeilijkheid de voorkeur heeft bij kinderen van een bepaalde leeftijd, en dat dit niveau toeneemt naarmate kinderen ouderen worden.”*²⁹ De grootste verschillen in mediavorkeuren zijn zichtbaar tussen de leeftijdscategorieën nul tot twee jaar, twee tot vijf jaar, vijf tot acht jaar, acht tot twaalf jaar.³⁰ In tabel 1 is samengevat welke voorkeuren volgens Valkenburg horen bij welke leeftijdscategorie.³¹ Deze voorkeuren worden betrokken in de analyse van GREEN-KIDS en MR. BLOOM'S NURSERY om te bekijken in welke mate het programma aansluiting zoekt bij zijn doelgroep.

²⁸ Valkenburg, 30-32.

²⁹ Valkenburg, 31-32.

³⁰ Valkenburg, 30.

Daarnaast benoemd Valkenburg ook verschillen in mediavorkeuren bij jongens en meisjes. Hier ga ik echter niet op in omdat de programma's die in dit onderzoek centraal staan voor zowel jongens als meisjes bedoeld zijn en deze verschillen in dit geval niet relevant zijn.

³¹ Valkenburg, 32-53. In deze tabel zijn de voorkeuren die Valkenburg noemt samengevat. De tabel is niet afkomstig van Valkenburg.

Tabel 1

Leeftijdscategorie	Mediavorkeuren
Nul tot twee jaar	Felle kleuren, liedjes, muziek, bewegende objecten
Twee tot vijf jaar	Vertrouwde contexten, andere peuters en kleuters, simpele en vriendelijke fantasiefiguren
Vijf tot acht jaar	Gecompliceerde karakters, avontuurlijke contexten, verbale humor, conceptuele ongerijmdheid, kwaadaardige en sociaal onacceptabele humor, entertainment boven educatie (actie, geweld, binaire karakters, narratief simplisme)
Acht tot twaalf jaar	Kieskeurigheid, realistische thema's, sociale relaties, leeftijdsgenoten, entertainment voor volwassenen

Valkenburg benoemt daarnaast nog een aantal auditieve, visuele en inhoudskenmerken die met name door jongere kinderen als aantrekkelijk worden ervaren en de aandacht voor media inhoud stimuleren (zie afbeelding 3). Deze kenmerken worden eveneens meegenomen in de analyse van GREEN-KIDS en MR. BLOOM'S NURSERY om te bekijken in hoeverre bepaalde kenmerken worden toegepast om mogelijk aansluiting te zoeken bij de doelgroep.

Auditieve kenmerken	Visuele kenmerken	Inhoudskenmerken
animatiedialoog	animatiefiguur	betekenisvolle dialoog
animatiestem	baby	betekenisvol taalgebruik
applaus/gejuich	beweging figuur: gematigd	eten/snoep
auditieve herhaling	beweging figuur: snel	letters/cijfers
babygeluid	cameratechniek	spelen/spel
gekke geluiden	cartoonfiguur	verbale humor
gelach	dansen	
kinderstemmen	dier	
muziek	fysieke humor	
volwassen vrouwenstem	heldere kleuren	
zingen	kind	
	knuffelende personen	
	speelgoed	
	transformatie	
	vervolgning	
	visueel special effect	
	visuele herhaling	
	visuele verrassing	
	volwassen vrouw	

Afbeelding 2: Valkenburg, P. *Beeldschermkinderen*. Amsterdam: Boom, 2008. (35)

Kenmerken van effectieve educatieve programma's

Omdat de mate van aandacht en begrip een allesbepalende rol spelen in het leerproces van kinderen zijn de specifieke kenmerken van effectieve educatieve programma's er op gericht de mate van aandacht en begrip te vergroten.³² Deze kenmerken van effectieve educatieve programma's zullen hieronder beschreven worden. Het betreft hier kenmerken van educatieve programma's voor kinderen.

De aandacht van kinderen kan door het inzetten van bepaalde content worden vastgehouden. Fisch geeft bijvoorbeeld aan dat het in de eerste plaats belangrijk is dat kinderen geboeid worden. Dit kan door aantrekkelijke elementen als humor, mysterie en spelletjes in te zetten. Hierbij moet echter wel rekening worden gehouden met de leeftijd van de beoogde doelgroep en het type humor dat kinderen van een bepaalde leeftijd leuk of grappig vinden.³³ De aandacht van kinderen kan daarnaast worden vergroot door formele kenmerken in te zetten zoals bepaalde cameratechnieken, geluiden en beeldmateriaal dat boeiend is en uit actie bestaat. Ook bij het regisseren van de aandacht door middel van formele kenmerken moet rekening worden gehouden met leeftijd en levenservaring van de beoogde doelgroep.³⁴

Het is dus belangrijk dat kinderen een programma kunnen begrijpen. Het vergroten van het begrip kan volgens Fisch en Kirkorian et. al. worden bereikt door de content van het programma, met name de educatieve content, te presenteren in een taal die begrijpelijk is voor de beoogde leeftijdscategorie.³⁵ Het is daarnaast van belang dat de presentatievorm duidelijk, direct en expliciet is. Stipp voegt hier aan toe dat ook de context waarbinnen de boodschap gepresenteerd wordt begrijpelijk moet zijn en door kinderen geaccepteerd moet worden. Aansluitend hierop wordt benadrukt dat de moeilijkheidsgraad van de content gelijk moet zijn aan het kennisniveau en niveau van ontwikkeling van de beoogde leeftijdscategorie. Onderwerpen moeten dan ook geselecteerd worden op basis van wat past bij de interesses en ervaringen van de doelgroep en de onderwerpen moeten tevens relevant zijn voor het leven van de doelgroep. Zo is leren lezen en tellen relevant voor het leven van jonge kinderen omdat dit hen voorbereidt op school.³⁶

³² Ik wil hierbij benadrukken dat het benoemen van deze kenmerken slechts ingezet wordt ten behoeve van de analyse van de programma's GREEN-KIDS en MR. BLOOM'S NURSERY. Dit onderzoek richt zich in geen geval op het meten van de effectiviteit van een programma. Aan de hand van deze kenmerken zal een analysemodel gevormd worden waarmee effectieve educatieve kenmerken van programma's onder de aandacht kunnen worden gebracht.

³³ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.

³⁴ Kirkorian et. al., 50-51.

³⁵ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 50-51.

³⁶ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 50-51.; Stipp, 363.

Fisch benadrukt dat met bovenstaande aspecten rekening moet worden gehouden bij zowel de verhaallijn alsook de educatieve content. Om de educatieve content gemakkelijker te kunnen verwerken moet er een context gecreëerd worden die voor kinderen gemakkelijk te begrijpen is. Dit kan bijvoorbeeld door een verhaal in te zetten waarbinnen de educatieve content wordt behandeld. De narratieve en educatieve content worden op die manier met elkaar verweven. Binnen de content moet gebruik gemaakt worden van personages die gezien worden als competent en intelligent en waarmee kinderen zich kunnen identificeren.³⁷

Het is daarnaast belangrijk dat afleveringen of segmenten gericht zijn op het overbrengen van slechts een klein aantal ideeën die door middel van herhaling versterkt kunnen worden. Herhaling is zowel effectief binnen een aflevering alsook binnen een segment. Door middel van herhaling verbetert het begrip en ontstaat de mogelijkheid om ‘verder te leren’. Herhaling kan tevens de overdracht van datgene wat geleerd wordt via televisie naar de echte wereld vergroten. Het is daarbij van belang dat kinderen leren om bepaalde geleerde concepten toe te kunnen passen op verschillende situaties. Dit kan worden bereikt door verbindingen tussen conceptueel gerelateerde segmenten expliciet te maken. Het herhalen van een les met verschillende voorbeelden bevordert de flexibiliteit van de mentale representatie van een kind waardoor een kind de les kan toepassen in het echte leven.³⁸

Tot slot geeft Fisch aan dat het belangrijk is om kinderen aan te moedigen actief mee te doen aan de educatieve elementen en hen te motiveren hetgeen zij geleerd hebben mee te nemen in activiteiten buiten het programma. Kinderen aanmoedigen kan bijvoorbeeld door spelletjes in te zetten waar kinderen vanuit de positie van de kijker aan mee kunnen doen.³⁹ Vom Orde voegt hier aan toe dat personages die direct tot de kijkers spreken een extra motivatiefactor kunnen vormen voor het actief deelnemen aan de content. Het bekend raken met het programma alsook de directe interactie met personages zorgen er voor dat kinderen de neiging hebben meer inspanning te leveren en deel te nemen aan de activiteit waarvoor het programma ze uitnodigt.⁴⁰

Deze programmakenmerken en productietechnieken bieden een analysemodel aan de hand waarvan de effectieve educatieve kenmerken van kinderprogramma's geanalyseerd kunnen worden.

³⁷ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 50-51.; Vom Orde, 41.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Fisch, 'Children's learning from television,' 13.

⁴⁰ Vom Orde, 41.

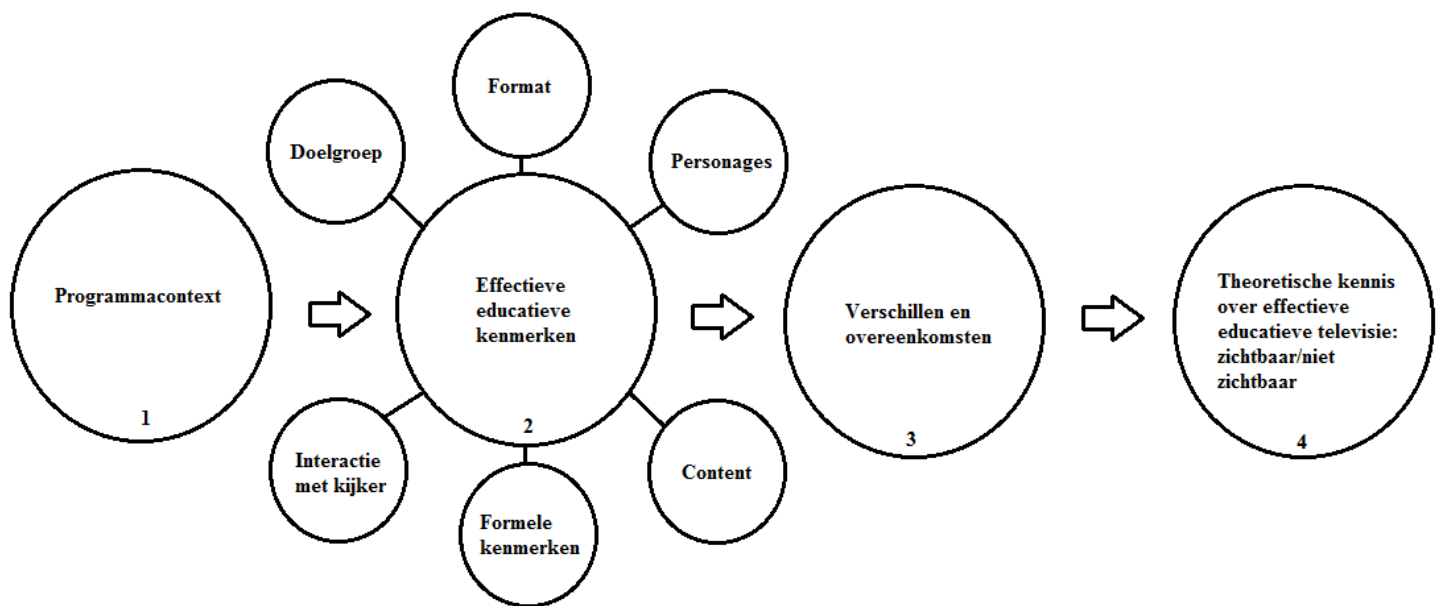
2.4 Analysemodel

Om de centrale vraagstelling van dit onderzoek te kunnen beantwoorden, zijn twee educatieve kinderprogramma's geanalyseerd. De resultaten van deze analyse worden besproken in hoofdstuk drie. De programma's zijn geanalyseerd aan de hand van een analysemodel (afbeelding 4). De eerste stap in de analyse bestaat uit het beschrijven van het onderzoeksmateriaal. Hierbij wordt gekeken naar de specifieke programmacontext: omroep en programma. Vervolgens wordt in stap twee gekeken naar de educatieve kenmerken van het programma en of deze effectief zijn vormgegeven. De effectieve educatieve kenmerken van educatieve kinderprogramma's, zoals benoemd in paragraaf 2.3, zijn meegenomen in het analysemodel en samengevoegd tot zes hoofdcategorieën. Hierbij dient te worden opgemerkt dat de doelgroep is opgenomen in de analyse omdat verschillende doelgroepen op verschillende manieren moeten worden aangesproken. Bij een analyse van effectieve educatieve kenmerken is het dus van belang te weten wat de doelgroep van het programma is. Iets dat wel effectief is voor zesjarigen hoeft dat namelijk niet te zijn voor twaalfjarigen. De te analyseren categorieën zijn voor het analysemodel als volgt geformuleerd:

- Doelgroep: in welke mate wordt aansluiting gezocht bij de doelgroep?
- Format: wat zijn educatieve kenmerken van het format en in hoeverre zijn deze kenmerken volgens de bestaande theorie van Fisch en Kirkorian et. al. effectief te noemen voor de beoogde doelgroep?
- Personages: wat zijn educatieve kenmerken van de personages en in hoeverre zijn deze personages volgens de bestaande theorie van Fisch en Kirkorian et. al. effectief te noemen voor de beoogde doelgroep?
- Interactie met kijker (presentatie): in welke mate is er sprake van interactie met de kijker en in hoeverre is deze interactie volgens de bestaande theorie van Fisch en Kirkorian et. al. effectief te noemen voor de beoogde doelgroep?
- Formele kenmerken: wat zijn formele kenmerken en in hoeverre zijn deze formele kenmerken volgens de bestaande theorie van Fisch en Kirkorian et. al. effectief te noemen voor de beoogde doelgroep?
- Content: wat zijn educatieve kenmerken van de narratieve en/of educatieve content en in hoeverre is de content volgens de bestaande theorie van Fisch en Kirkorian et. al. effectief vormgegeven voor de beoogde doelgroep?

In stap drie wordt gekeken naar verschillen en overeenkomsten tussen de, volgens de theorie, educatieve kenmerken van de twee programma's en of deze effectief zijn vormgegeven. Op basis van de eerste drie stappen wordt tot slot een uitspraak gedaan over de mate waarin theoretische kennis met betrekking tot effectieve educatieve televisie zichtbaar is in de vorm en inhoud van de twee programma's.

Afbeelding 3: Duinsbergen, C.
Analysemodel. Universiteit Utrecht, 2013.



3. Analyse

In dit hoofdstuk worden de programma's MR. BLOOM'S NURSERY en GREEN-KIDS geanalyseerd aan de hand van het in paragraaf 2.4 gepresenteerde analysemodel. Voorafgaand aan de analyse zal het onderzoeksmateriaal worden besproken. Hierbij zal de omroep alsook het programma worden besproken om de programmacontext te verduidelijken. Vervolgens wordt in de volgende twee paragrafen gekeken naar de volgens de theorie effectieve educatieve kenmerken van de programma's. Hierbij moet worden opgemerkt dat de analyse van de 'doelgroep' verweven is met de overige categorieën te weten: format, personages, interactie met de kijker, formele kenmerken, content. Zoals in paragraaf 2.4 aangegeven betreft 'doelgroep' de mate waarin aansluiting wordt gezocht met de beoogde doelgroep. Dit gebeurt aan de hand van verschillende kenmerken en zal duidelijk worden door de analyse heen.

De twee programma's worden los van elkaar geanalyseerd. In paragraaf 3.2 wordt gekeken naar de volgens de theorie effectieve educatieve kenmerken van MR. BLOOM'S NURSERY, in paragraaf 3.3 wordt dezelfde analyse uitgevoerd voor GREEN-KIDS. Het hoofdstuk wordt afgesloten met paragraaf 3.4 waarin de verschillen en overeenkomsten in de volgens de theorie effectieve educatieve kenmerken tussen beide programma's worden besproken.

3.1 Onderzoeksmateriaal

Mr. Bloom's Nursery

MR. BLOOM'S NURSERY is een educatief kinderprogramma dat wordt uitgezonden op, en geproduceerd is door, het speciale kinderkanaal BBC CBeebies (hierna; 'CBeebies'). Dit kanaal richt zich volledig op jonge kinderen en educatie en is onderdeel van de Britse publiek omroep BBC. Het publieke omroepmodel wordt gekenmerkt door een aantal klassieke eigenschappen waaronder de eigendomsstructuur en de specifieke wijze van financiering. Bij de eigendomsstructuur wordt uitgegaan van de publieke omroep als omroep die al dan niet rechtstreeks in handen van de staat is. Daarnaast zijn er echter ook situaties waarbij de publieke omroep niet in handen is van één overheid maar waar sprake is van een samenwerkingsverband tussen kleinere omroepen die in handen zijn van lokale overheden.⁴¹ Op het gebied van financiering worden publieke omroepen gekenmerkt door gedeeltelijke

⁴¹ T. Coppens and I. Devroe, "Publieke omroep en maatschappelijke identiteit," in *Identiteiten, functies en dysfuncties*, ed. A. van den Brande (Gent: Academia Press 2002), 329-354, 331-332.

financiering door de overheid “*of rechtstreeks door het publiek via het kijk- en luistergeld*”.⁴² Binnen financiering door de overheid of het publiek is echter veel variatie zichtbaar.⁴³ Publieke omroepen worden, zo benadrukt onder andere van Zoonen, echter niet alleen gefinancierd door de overheid of door het publiek, maar zij ontvangen tevens reclame-inkomsten.⁴⁴ Volgens Coppens en Devroe hebben de publieke omroepen, afhankelijk van de nationale context, in ieder geval met elkaar gemeen dat zij enerzijds bepaalde opdrachten meekrijgen en dat hen anderzijds beperkingen worden opgelegd.⁴⁵ Zo zijn publieke omroepen verplicht om een belangrijk deel van hun programmering te besteden aan informatie, cultuur en educatie.⁴⁶ Naast het feit dat publieke omroepen rekening moeten houden met hun specifieke opdracht moeten zij tevens rekening houden met kijkcijfers, want zoals Van Zoonen opmerkt is de missie van de publieke omroep niet geslaagd als er niemand naar de omroep kijkt.⁴⁷

Omdat CBeebies onderdeel uitmaakt van de BBC is CBeebies verplicht om een diverse programmering aan te bieden die voldoet aan de specifieke opdracht die de BBC als omroep meekrijgt: “*To enrich people's lives with programmes and services that inform, educate and entertain.*”⁴⁸ De website van CBeebies laat zien dat CBeebies volledig ontwikkeld is en werkt vanuit deze specifieke opdracht. De programma's van CBeebies worden gekenmerkt door diverse educatieve boodschappen en de website functioneert volledig als aanvulling op deze programma's en biedt kinderen diverse activiteiten waarmee kinderen ‘verder kunnen leren’. Zo kunnen kinderen op de website terecht voor spelletjes, liedjes, kleurplaten of verhaaltjes die gerelateerd zijn aan de televisieprogramma's.⁴⁹ Deze activiteiten zijn bedoeld om kinderen te vermaken en hen tegelijkertijd iets te leren. Waar een programma ophoudt gaat de website verder met activiteiten waar kinderen zelf mee aan de slag kunnen.

⁴² Coppens and Devroe, 332.; D. Broeders and I. Verhoeven, “Kiezen uit overvloed. Sociaal-culturele ontwikkelingen in vraag en aanbod in het medialandschap,” in *Trends in het medialandschap: vier verkenningen*, ed. W. B. H. J. van de Donk, D. W. J. Broeders and F. J. P. M. Hoefnagel (Amsterdam: Amsterdam University Press 2005), 67-122, 77.; Rik Otten, *Achter televisie: omroepmarkten en –structuren in West-Europa* (Antwerpen-Apeldoorn: Garant, 2011), 119.

⁴³ Coppens and Devroe, 332.

⁴⁴ L. van Zoonen, *Media, cultuur en burgerschap: een inleiding* (Apeldoorn-Antwerpen: Het Spinhuis, 2004), 41.; Otten, 119.

⁴⁵ Coppens and Devroe, 333.

⁴⁶ K. Brants, “Opgejaagd door Cerberus: De moeizame mediatisering van de politieke communicatie,” in *Journalistieke cultuur in Nederland*, ed. J. Bardeol et. al. (Amsterdam: Amsterdam University Press 2002), 85-100, 92.; Broeders and Verhoeven, 77-78.

⁴⁷ Van Zoonen, 41.

⁴⁸ “Mission and Values” BBC – Inside the BBC, 03-07-2013, http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/mission_and_values/.

⁴⁹ “CBeebies home” BBC, 03-07-2013, <http://www.bbc.co.uk/cbeebies/>.

Volgens CBeebies is alles op de website ontwikkeld vanuit de gedachte dat kinderen leren terwijl zij zich tegelijkertijd vermaken.⁵⁰ In samenwerking met verschillende experts heeft CBeebies zeven leergebieden opgesteld: communicatie, wiskunde, creatief zijn, uitvinden, lichamelijke ontwikkeling, goed voelen, lezen en schrijven.⁵¹ Deze leergebieden komen overeen met de *academic* en *social skills* waar educatieve programma's zich op richten. De programma's van CBeebies zijn gericht op één of meerdere leergebieden waarbij *academic skills* gecombineerd worden met *social skills*. De experts waar CBeebies mee samenwerkt vormen een team van “[...] *professionals with more hands-on childcare experience*”.⁵² Samen met deze experts werkt CBeebies aan de ontwikkeling van de activiteiten op de website en wordt bepaald welke activiteiten en programma's gekoppeld kunnen worden aan één of meerdere leergebieden.⁵³

De website biedt daarnaast ook informatie voor ouders met betrekking tot de activiteiten die de website biedt, voor welke leeftijd de activiteit geschikt is en aan welke leergebieden de activiteiten kunnen bijdragen. De website biedt ouders tevens een helpende hand met betrekking tot opvoeding, ontwikkeling van hun kind en problemen bij hun kind. Aan de hand van artikelen kunnen ouders meer informatie krijgen over bijvoorbeeld slaapproblemen bij kinderen of voorbereiding op school.⁵⁴

MR. BLOOM'S NURSERY maakt onderdeel uit van de dagelijkse programmering van CBeebies. Het programma is geproduceerd door CBeebies en richt zich op wat kinderen allemaal kunnen leren van het verzorgen van planten en groenten. Het programma is gemaakt voor kinderen in de leeftijdscategorie drie tot en met tien jaar en richt zich op de door CBeebies benoemde leergebieden 'goed voelen' en 'uitvinden/ontdekken'.⁵⁵

⁵⁰ “Grown-ups” BBC – CBeebies, 03-07-2013,

<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/>;

“About Grown-ups” BBC – Cbeebies, 03-07-2013,

<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/about/about-grownups>.

⁵¹ “Meet the experts” BBC – Cbeebies, 03-07-2013, <http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/about/meet-the-experts>.; “For teachers” BBC – Cbeebies, 03-07-2013, <http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/about/for-teachers>.

⁵² BBC, “Meet the experts.”

Team van experts: Caroline Gee (receptie leraar), Catherine Shorrocks (maatschappelijk werk, gezinsondersteuning), Contact A Family (kinderen met handicap), Dawn Kelly (kindergezondheid, ontwikkeling, psychologie, ouderschap), Daycare Trust (kinderzorg/-kwesties), Emma Loughran (coördinator speciaal onderwijs), English Federation for Disabled Sport, Geraldine Hills (handicaps en onderwijs), Jacqueline Harding (ontwikkeling van kinderen en ouderschap), Karen Emery (gezondheid), Lucy Cooke (gezondheid, eetvoorkeuren/-gewoonten van kinderen), Lydia Plowman (hoogleraar educatie, jonge kinderen en digitale media), Shaureen Howell (ouderparticipatie), Monica McCaffrey (omgang met personen met handicap), Naomi Sherwood (pediatrie), Sally Payne (ergotherapeut)

⁵³ BBC, “Teachers.”

⁵⁴ BBC, “Grown-ups.”

⁵⁵ “Mr. Bloom's Nursery” BBC – Cbeebies, 03-07-2013, <http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/shows/mr-blooms-nursery>.

‘Uitvinden/ontdekken’ is een leergebied dat zich volgens CBeebies richt op de kennis en het begrip van de wereld om ons heen. Het kan aspecten als ontdekken, ontwerpen, dingen maken of verschillende culturen behandelen. ‘Goed voelen’ is een leergebied dat zich richt op het creëren van een positief zelfbeeld alsook positief beeld van anderen. Dit leergebied behandelt aspecten als de houding, emoties, zelfverzekerdheid, gedrag en respect.⁵⁶ Deze leergebieden vallen vooral onder de pro-sociale televisieprogramma’s.

De doelstelling van MR. BLOOM’S NURSERY wordt door CBeebies als volgt geformuleerd: *“Get inspired by the world around them and learn about nature. Get their hands dirty finding out about fun ways to nurture and care for their environment. Sharpen and develop their observational skills through inspiring situations throughout the show [...]”*.⁵⁷

Green-Kids

Het educatieve kinderprogramma GREEN-KIDS, is een programma van RTL Telekids en wordt uitgezonden op RTL 8. RTL is een Nederlandse commerciële televisiezender. Op twee oktober 1989 werd RTL Véronique gelanceerd en inmiddels is RTL uitgegroeid tot een allround mediabedrijf. Naast de vijf televisiezenders (RTL 4, 5, 7, 8 en RTL Lounge) bezit RTL een nieuwsorganisatie, een radiozender en een zich steeds verder uitbreidende digitale media tak. RTL omschrijft zichzelf als een trendsettend allround mediabedrijf met een leidende positie in de Nederlandse consumenten- en adverteerdermarkt.⁵⁸ De doelstelling van RTL wordt door RTL als volgt omschreven: *“Het optimaal bedienen van de kijkers en gebruikers van interactieve media en adverteerders door het aanbieden van hoogwaardige en onderscheidende programmering en services. Om dit te kunnen bereiken, stimuleren we de creativiteit, het talent en de professionaliteit van al onze medewerkers binnen een motiverende werkomgeving in een resultaatgerichte, winstgevende onderneming.”*⁵⁹

Het commerciële omroepmodel, zoals ook van toepassing is bij RTL, is anders dan het publieke omroepmodel veel vrijer te noemen volgens Brants, Broeders en Verhoeven.⁶⁰ Volgens Brants, die deze omroepen als amusementsmedia bestempelt, moeten zij *“[...] vooral een groot publiek of een financieel aantrekkelijke doelgroep bereiken, want voor commerciële omroepen geldt immers als ‘bottom line’ dat zij programma’s maken om daar publiek mee te*

⁵⁶ BBC, “For teachers.”

⁵⁷ BBC, “Mr. Bloom’s Nursery.”

⁵⁸ “Code RTL” RTL - Over RTL Nederland, 04-07-2013, <http://media.rtl.nl/media/experience/rtlnederland/codertl.pdf>.

⁵⁹ RTL, “Code RTL.”

⁶⁰ Brants, 92.; Broeders and Verhoeven, 77-78.

trekken dat zij aan adverteerders kunnen aanbieden.”⁶¹ De commerciële omroep is volledig aangewezen op één financieringsbron, namelijk reclame inkomsten. De commerciële omroep zal zich hier als onderneming dan ook op moeten richten. Zonder adverteerders zijn er immers geen inkomsten.⁶² Omdat commerciële omroepen gericht zijn op het trekken en behouden van een publiek is programmering volgens Van Zoonen een belangrijk onderdeel van de commerciële omroep.⁶³ De programmering van commerciële omroepen hangt volgens Van Zoonen volledig af “*van de vraag hoe de meeste (en de ‘beste kijkers’ in adverteerdertermen) worden getrokken en hoe een zo groot mogelijk en/of specifiek mogelijk marktaandeel wordt gehaald. Commerciële zenders zijn er alleen om het publiek aan zich te binden en stemmen hun programmeringstrategieën daar dan ook op af*”.⁶⁴ Volgens Van Zoonen laten commerciële omroepen zich volledig leiden door de kijkcijfers.⁶⁵

De speciale kinderzender RTL Telekids biedt op doordeweekse dagen verschillende kinderprogramma’s voor jonge kinderen. Deze programma’s worden door RTL omschreven als ‘kwalitatief’ kindervermaak. De doelgroep van RTL Telekids bestaat uit kinderen in de leeftijdscategorie drie tot en met acht jaar. De Telekids programma’s zijn volgens RTL programma’s waar ouders hun kinderen met een gerust hart naar kunnen laten kijken. “[...] *want alle programma’s zijn zonder geweld en Nederlands of Nederlands gesproken.*”⁶⁶ RTL vindt het belangrijk dat kinderen beschermd worden tegen mogelijke schadelijke invloeden van televisie en neemt vrijwillig deel aan het bestuur van het NICAM (Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media). Dit instituut is verantwoordelijk voor de coördinatie van Kijkwijzer. Kijkwijzer is een classificatie systeem dat jonge televisiekijkers probeert te beschermen tegen schadelijke invloeden. Ook houdt RTL zich bezig met het op een verantwoorde wijze maken van reclame door actief te zijn in SPOT en de Nederlandse Reclame Code te hanteren.⁶⁷

GREEN-KIDS is een educatief programma van Telekids en wordt geproduceerd door het productiehuis van RTL, RTL Productions. GREEN-KIDS wordt gepresenteerd op de website van GREEN-KIDS als een “*Educatief programma waarin de interesse voor de natuur wordt gewekt [...]*”.⁶⁸ Over de specifieke doelstelling of inhoud van het programma wordt geen informatie gegeven. Kinderen kunnen op de website van GREEN-KIDS vooral terecht

⁶¹ Brants, 92.

⁶² Broeders and Verhoeven, 77.; Otten, 119.

⁶³ Van Zoonen, 38.

⁶⁴ Ibidem.

⁶⁵ Ibidem, 41.

⁶⁶ RTL, “Code RTL.”

⁶⁷ Ibidem.

⁶⁸ “Green-Kids” Green-Kids, 04-07-2013, <http://www.green-kids.nl/>.

voor het bekijken van de afleveringen, het stellen van een vraag aan de GREEN-KIDS reporter, het bestellen van bepaalde producten of ideeën opdoen voor activiteiten in de natuur.⁶⁹ De website van Telekids omschrijft GREEN-KIDS als volgt: “*Green-Kids is een leerzaam programma over de natuur wat het beste aansluit bij kinderen vanaf 7 jaar. De vragen en informatie die ze in dat programma krijgen sluit het beste aan bij hun belevingswereld.*”⁷⁰

De specifieke doelstelling van GREEN-KIDS is vooral duidelijk geworden vanuit het stageonderzoek. De doelstelling van GREEN-KIDS bestaat uit kinderen in aanraking laten komen met de natuur en hen naar buiten te laten gaan.⁷¹

Een extra aandachtspunt bij GREEN-KIDS is, zoals ook aangegeven in de inleiding, de sponsoring. Sponsoring is volgens Van Maren “[...] *de financiële of materiële bijdrage aan een project, een programma of een persoon op het gebied van sport, cultuur, entertainment of een maatschappelijk doel, in ruil voor toegang tot het exploitierbare, commerciële potentieel dat is geassocieerd met het betreffende project, programma of de betreffende persoon.*”⁷² Televisie sponsoring kent een aantal verschillende uitingsvormen.⁷³ In GREEN-KIDS zijn twee van deze uitingsvormen te herkennen. Het programma wordt door drie sponsors gesponsord: De 12 Landschappen, Landschapsbeheer Nederland en Praxis. Bij Praxis is sprake van *product placement* en tevens een vorm van *billboarding* (alleen de naam komt in de aftiteling, geen logo). Praxis heeft een eigen GREEN-KIDS productenlijn die in de het programma geïntegreerd is. Bij de activiteiten die de kinderen met Lodewijk ondernemen wordt gebruik gemaakt van deze producten: gieters, emmertjes, verschillende zaadjes om groenten te kweken. De producten vormen tevens de prijs die gewonnen wordt in het finalespel van de speurcross. De producten worden vaak gepresenteerd aan de hand van de gele Praxis krat met daarop het Praxis logo.

De 12 Landschappen en Landschapsbeheer Nederland zijn voor de ‘normale’ kijker minder zichtbaar in het programma. Voor de kijker is slechts de naamsvermelding in de aftiteling zichtbaar; een vorm van *billboarding*. De 12 Landschappen en Landschapsbeheer Nederland zijn echter veel meer aanwezig in het programma dan zichtbaar is. Aan de hand van het eerder uitgevoerde stageonderzoek is gebleken dat deze twee sponsors zeggenschap hebben over de invulling van het programma en dan specifiek de items. De 12 Landschappen en Landschapsbeheer Nederland bepalen deels welke onderwerpen er in de items behandeld

⁶⁹ Green-Kids, “Green-Kids.”

⁷⁰ “Leeftijdsadvies” RTL Telekids, 04-07-2013, <http://www.rtl.nl/programma/telekids/leeftijdsadvies/>.

⁷¹ Interview Marcel Rix, 20-02-2013.

⁷² K. van Maren, *Communicatie dossier: sponsoring* (Alphen aan den Rijn-Diegem: Kluwer, 2001), 12.

⁷³ Van Maren, 34. Voor de niet behandelde uitingsvormen van sponsoring verwijs ik naar Van Maren.

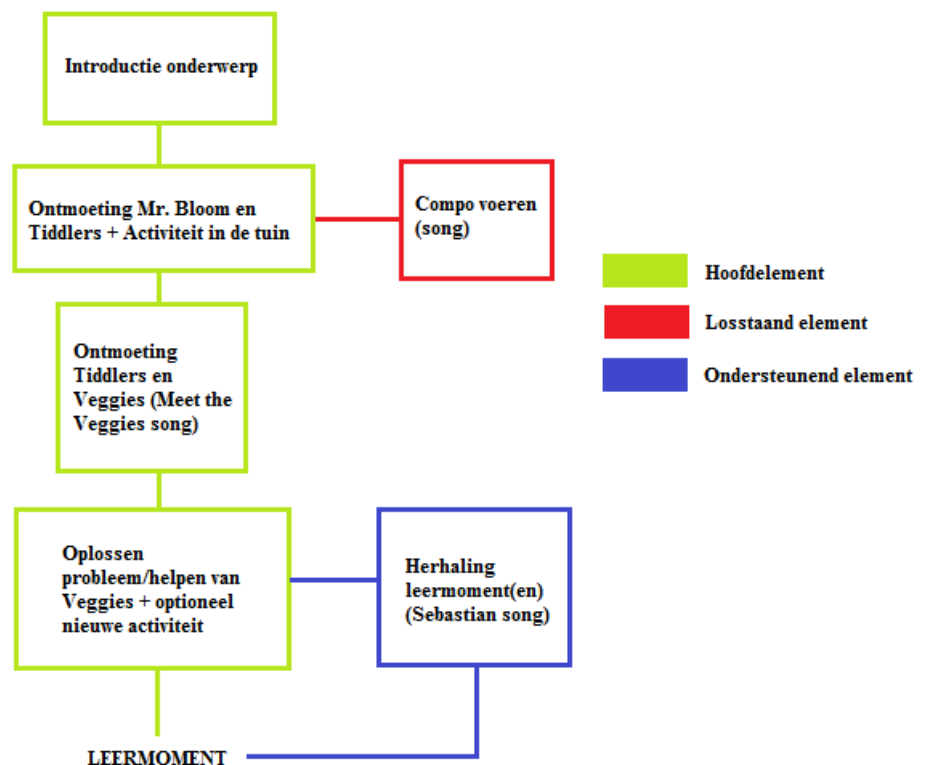
worden. Dit zijn onderwerpen die gerelateerd zijn aan een bepaald landschap en behandeld worden in de items door een medewerker van Landschapsbeheer Nederland.⁷⁴ In principe kan er worden gezegd dat er bij De 12 Landschappen en Landschapsbeheer Nederland dus ook sprake is van product placement omdat zij de landschappen onder de aandacht willen brengen; de landschappen zijn hun product.

3.2 Analyse Mr. Bloom's Nursery

Format

Bij de productie van MR. BLOOM'S NURSERY wordt gebruik gemaakt van een vast format waarin, los van de leader, zes verschillende elementen te onderscheiden zijn. Elk element heeft een eigen functie en gezamenlijk werken ze naar natuurgerelateerd en een pro-sociaal leermoment toe. In afbeelding 4 is weergegeven hoe de zes elementen samenwerken en functioneren binnen de aflevering. Zoals in de afbeelding te zien is zijn er vier hoofdelementen te herkennen die cruciaal zijn voor het bereiken van het pro-sociale leermoment. Daarnaast zijn

er twee elementen die afwijken van de hoofdlijn. Het betreft hier het losstaande element dat een natuurgerelateerde boodschap bevat en het ondersteunende element dat het leermoment ondersteunt en ook bevordert door middel van herhaling. Ter verduidelijking van afbeelding 4 zal ik de verschillende elementen beschrijven aan de hand van voorbeelden uit de aflevering *Scared*.



Afbeelding 4: Duinsbergen, C. *Opbouw elementen Mr. Bloom's Nursery*. Universiteit Utrecht, 2013.

⁷⁴ Interview Marcel Rix, 20-02-2013.

De aflevering *Scared* begint met de Veggies (verschillende poppen die groenten voorstellen) die in de schuur bespreken waar ze bang voor zijn. Hiermee wordt het centrale onderwerp van de aflevering geïntroduceerd, namelijk 'bang zijn'. Vervolgens ontmoet Mr. Bloom in de tuin de Tiddlers (de drie kinderen die meedoen aan de aflevering), Mr. Bloom vertelt de kinderen dat zijn kool wordt opgegeten door vogels en dat zijn vogelverschrikker niet meer werkt bij het verjagen van vogels. Samen met de kinderen maakt Mr. Bloom een nieuwe vogelverschrikker. Aan de hand van deze activiteit leren de kinderen hoe ze een kool (en eventueel andere planten en groenten) kunnen beschermen tegen vogels. Deze activiteit wordt gevolgd door het Compo lied. Dit element is in iedere aflevering hetzelfde en bestaat uit het aanvullen van de composthoop onder begeleiding van een lied. Dit element leert kinderen over het belang van een composthoop. Vervolgens ontmoeten de Tiddlers de Veggies. Dit gebeurt aan de hand van een lied dat iedere aflevering hetzelfde is en waarin Mr. Bloom de Veggies los van elkaar voorstelt. Nadat de Tiddlers de Veggies hebben ontmoet bespreken de Tiddlers, Mr. Bloom en de Veggies waar ze bang voor zijn en helpen ze elkaar van hun angsten af te komen. Ze komen tot de conclusie dat iedereen ergens bang voor is, dat het niet erg is om bang te zijn en dat je, je angsten kunt bespreken met anderen. De aflevering wordt afgesloten met het lied van Sebastian. Sebastian is één van de Veggies en hij zingt een lied waarin hij belangrijke fragmenten uit de aflevering herhaalt. Deze fragmenten benadrukken de leermomenten (natuurgerelateerd en pro-sociaal).

Zoals zichtbaar wordt aan de hand van afbeelding 4 en de beschrijving van de elementen is er sprake van de volgende lijn in de aflevering: het pro-sociale leermoment wordt geïntroduceerd, er wordt uitgebreid naar een natuurgerelateerd leermoment, het pro-sociale leermoment ontwikkelt zich en wordt vervolgens bereikt. Een belangrijk element is het ondersteunende element. Dit element herhaalt fragmenten uit de aflevering en benadrukt de leermomenten. Hierin is de productietechniek te herkennen die door Fisch, Kirkorian et. al. en Vom Orde genoemd wordt als zijnde effectief. Herhaling versterkt namelijk de boodschap, verbetert begrip en bevordert het 'verder leren' en de overdracht.⁷⁵ Herhaling is in de aflevering niet alleen terug te zien in het ondersteunende element. Het centrale onderwerp, 'bang zijn', wordt binnen de aflevering meerdere malen herhaald door verschillende contexten toe te passen, namelijk door het onderwerp te relateren aan de natuur maar ook aan persoonlijke situaties. Omdat dit vooral betrekking heeft op de content van het programma zal dit nader worden toegelicht onder het kopje 'content'. Het is duidelijk dat de elementen in de

⁷⁵ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 51.; Vom Orde, 41.

aflevering een samenhangend geheel vormen en dat er sprake is van een betekenisvolle opbouw.

Personages

In het programma worden verschillende personages ingezet die verschillende functies vervullen. Deze functies hebben zowel betrekking op het verloop van het de aflevering alsook de relatie met de kijker. Het hoofdpersonage is Mr. Bloom. Mr. Bloom is het leidende personage in het programma en vervult twee rollen ten opzichte van de andere personages: ouder/verzorger en leraar. Mr. Bloom is de ouder/verzorger van de Veggies en weet alles over de verzorging van planten, bloemen en groenten. Mr. Bloom kenmerkt zich door zijn altijd aanwezige humor. Hij speelt met toonhoogtes en stemmetjes en is erg fysiek aanwezig. Hij uit zich met name door zijn fysieke humor. Zo beweegt hij vaak overdreven langzaam of snel en maakt opvallende grootse gebaren. Zijn rol als verzorger van planten en groenten wordt zichtbaar in zijn tuinman kleding. Mr. Bloom is, zoals Fisch, Kirkorian et. al. en Vom Orde zouden zeggen, een competent alsook intelligent personage. Hij weet namelijk alles over het verzorgen van planten en groenten. Echter, de aflevering *Scared* laat zien dat Mr. Bloom bang is voor theepotten en dat hij hulp nodig heeft om over zijn angst heen te komen. Dit maakt dat Mr. Bloom niet op alle vlakken competent en intelligent is. Mr. Bloom biedt daarnaast geen mogelijkheid tot de door de auteurs belangrijk bevonden mogelijkheid tot identificatie.⁷⁶ Dit heeft vooral te maken met de leeftijd van Mr. Bloom en de rol van leraar/ouder. Kinderen zullen zich hier waarschijnlijk niet in kunnen herkennen.

Dat Mr. Bloom geen mogelijkheid biedt tot identificatie hoeft geen probleem te zijn omdat de Tiddlers, de drie kinderen die meedoen aan de aflevering, wel de mogelijkheid bieden tot identificatie en daarnaast in bepaalde mate competent en intelligent zijn omdat zij antwoord kunnen geven op vragen die Mr. Bloom stelt, bijvoorbeeld over de rol van bijen in de natuur. De Tiddlers vallen gezien hun verschijning (jonge kinderen) binnen de leeftijdscategorie van de kijker en zijn in de aflevering zichzelf. Hierdoor zullen de jonge kijkers zich waarschijnlijk gemakkelijk herkennen in deze alledaagse kinderen. Zoals aangegeven bestaat de doelgroep van Mr. Bloom's Nursery uit kinderen in de leeftijdscategorie drie tot en met tien jaar. De Tiddlers zijn echter wel kinderen uit de bovenste laag van deze doelgroep. Hele jonge kijkers zullen zich dus mogelijk minder gemakkelijk herkennen in de Tiddlers.

⁷⁶ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 50-51.; Vom Orde, 41.

De belangrijkste personages, zowel met betrekking tot het narratief als de relatie met de kijker, zijn de Veggies. De Veggies hebben een belangrijke rol in het programma omdat zij het centrale onderwerp alsook leermoment van de aflevering bepalen en omdat zij identificatiemogelijkheden bieden voor verschillende typen kinderen en zodoende een breed publiek aanspreken. De Veggies vormen een groep van zes verschillende groenten (poppen) die kunnen bewegen en praten. Omdat de Veggies de fysieke en visuele kenmerken hebben van groenten is het ondenkbaar dat identificatiemogelijkheden ontstaan aan de hand van het uiterlijk van Veggies. Toch bestaat er bij deze personages de mogelijkheid tot identificatie. De belangrijkste factor hiervoor is de persoonlijkheid van de Veggies. Iedere Veggie bezit een persoonlijkheid die typerend kan zijn voor een type kind: bijvoorbeeld rustige kinderen, uitbundige kinderen, kinderen die eerst doen en dan pas nadenken, kinderen met een levendige fantasie, roekeloze kinderen, hele jonge kinderen.⁷⁷ Verschillende kinderen krijgen hierdoor de mogelijkheid om zich te kunnen identificeren met één van de Veggies.

Hoewel er bij de Veggies zeker identificatiemogelijkheden bestaan zijn de personages niet allemaal intelligent of competent. Het ontbreken van intelligentie of competentie lijkt hier echter wel een bepalende factor te zijn voor de mogelijkheid tot identificatie. Kinderen kunnen zich waarschijnlijk juist goed identificeren met de Veggies omdat de Veggies nog niet alles weten en over nog niet veel vaardigheden beschikken. De meeste Veggies worden juist gekenmerkt door ontbrekende eigenschappen zoals geduld of onhandigheid/onvoorzichtigheid die vaak kenmerkend zijn voor kinderen.

Een tevens interessant aspect van de Veggies is dat er niet alleen is nagedacht over persoonlijkheden die aantrekkelijk en herkenbaar zijn voor de doelgroep maar dat er ook is nagedacht over de visuele en auditieve kenmerken van de Veggies. De Veggies worden namelijk gekenmerkt door het feit dat zij animatiefiguren zijn die kunnen praten, hun bewegingen zijn gematigd of juist snel en ze hebben heldere kleuren. Daarnaast zijn ze een vrij realistische weergave van de werkelijkheid. De mimiek van de Veggies geeft de Veggies een zachte en kinderlijke uitstraling en maakt tegelijkertijd de emoties van de Veggies duidelijk. Op auditief gebied wordt er gespeeld met verschillende stemmetjes, toonhoogtes en geluiden. De Veggies worden daarnaast gekenmerkt door hun voorliefde voor knuffelen. Voorgaande visuele en auditieve kenmerken zijn kenmerken die door Valkenburg benoemd worden als kenmerken die de aandacht trekken van kinderen of hun specifieke voorkeur

⁷⁷ De karaktereigenschappen worden benoemd op de website van de MR. BLOOM'S NURSERY. Zonder de wetenschap van deze karaktereigenschappen is het lastig om deze te koppelen aan verschillende typen kinderen.

krijgen.⁷⁸ Het is echter wel opvallend dat dit vooral kenmerken zijn die betrekking hebben op kinderen van een zeer jonge leeftijd; met name de leeftijdscategorie tot en met vijf jaar. MR. BLOOM'S NURSERY is bedoeld voor kinderen tot en met 10 jaar wat zou kunnen betekenen dat oudere kinderen zich minder snel aangetrokken voelen tot deze personages. Dit wordt binnen MR. BLOOM'S NURSERY echter wel opgelost door de het inzetten van de Wee MacGregors die ook onderdeel uitmaken van de Veggies. Wanneer we de kenmerken en mediavorkeuren van Valkenburg naast bijvoorbeeld de Wee MacGregors leggen zijn wel enkele overeenkomsten te zien met betrekking tot wat iets oudere kinderen aantrekkelijk vinden. De Wee MacGregors worden gekenmerkt door hun brutaliteit, ze opereren als een clan en veroorzaken vaak onheil in het schuurtje van Mr. Bloom.⁷⁹ Deze kenmerken sluiten beter aan bij de mediavorkeuren van kinderen in de leeftijdscategorie vijf tot en met acht jaar. Valkenburg geeft aan dat deze groep avontuurlijke contexten en kwaadaardige en sociaal onacceptabele humor aantrekkelijk vindt. De Wee MacGregors zijn bijvoorbeeld kwaadaardig omdat ze spullen afpakken van de andere Veggies en deze verstoppen op een hoge plek in de schuur. Deze situatie zou als kwaadaardige humor en avontuurlijk kunnen worden beschouwd.

Twee andere belangrijke personages zijn Sebastian (ook onderdeel van de Veggies) en Compo. Deze personages hebben niet direct tot doel om een bepaalde leeftijdscategorie zich te kunnen laten identificeren met een personage. De twee personages vervullen vooral een rol met betrekking tot het verloop van de aflevering of hebben een specifieke functie binnen een element. Zoals eerder aangegeven zingt Sebastian aan het eind van iedere aflevering een lied waarin hij gebeurtenissen en leermomenten herhaalt om vervolgens leermomenten te benadrukken. De rol van Compo bestaat vooral uit het aankondigen van bepaalde gebeurtenissen zoals bijvoorbeeld de aankomst van de Tiddlers of het Compo lied. Compo vervult daarnaast enkele praktische rollen binnen de setting. Zo functioneert Compo als opbergruimte maar verzorgt hij ook props voor Mr. Bloom en de Tiddlers.

Interactie met de kijker

Tussen de verschillende personages is continu sprake van interactie. De Veggies sporen elkaar aan, reageren op elkaar en helpen elkaar. Mr. Bloom functioneert vooral als het personage die de andere personages bij elkaar brengt, zoals bijvoorbeeld de Tiddlers en de Veggies. Ook neemt Mr. Bloom de leiding in bepaalde situaties en helpt de andere personages. Daarnaast is er tussen Mr. Bloom en de Tiddlers geregeld sprake van vragen en

⁷⁸ Valkenburg, 32-53.

⁷⁹ BBC, "Mr. Bloom's Nursery."

wedervragen om zo bepaalde leermomenten te herhalen en te benadrukken. Mr. Bloom zorgt ervoor dat de Tiddlers nadenken over bepaalde situaties door te vragen wat zij geleerd of gedaan hebben.

Interactie tussen de personages en de kijker ontbreekt grotendeels aangezien de conversatie wordt gevoerd tussen Mr. Bloom, de Veggies en de Tiddlers. Geen van de personages richt zich hierbij op de kijker. De interactie tussen de personages en de kijker is echter een aspect dat door Fisch en Vom Orde als belangrijk wordt bevonden om kijkers aan te moedigen tot meedoen en hen ‘verder te laten leren’.⁸⁰ De gebeurtenissen in MR. BLOOM’S NURSERY beperken zich tot wereld van Mr. Bloom en de Veggies waardoor contact met de kijker niet mogelijk is. Alleen tijdens de liedjes richt Mr. Bloom zich tot de camera en dus tot de kijker. Het ontbreken van interactie met de kijker heeft waarschijnlijk te maken met het ontbreken van een duidelijke presentator. Een presentator richt zich namelijk op de kijker en betreft deze direct bij het programma. Het ontbreken van een presentator zorgt bij MR. BLOOM’S NURSERY wel voor een vrij gesloten narratief waardoor de kijker niet afgeleid wordt van het narratief en gemakkelijker zijn aandacht bij de les houdt. De interactie tussen Mr. Bloom en de Tiddlers kan echter wel zorgen voor actief meedoen van de kijker. De vragen die Mr. Bloom stelt aan de Tiddlers worden wellicht ook beantwoord door de kijker in zijn eigen omgeving. Door het ontbreken van interactie tussen personages en kijker wordt het wel moeilijker om kinderen aan te moedigen om deel te nemen aan het programma en dat wat ze geleerd hebben tijdens het kijken mee te nemen buiten het programma. Dit lijkt echter te zijn opgelost door middel van de CBeebies/MR. BLOOM’S NURSERY website. Een directe verwijzing naar de website ontbreekt echter in het programma waardoor er een vraagteken gezet kan worden bij de wetenschap van de kijker met betrekking tot de website.

Formele kenmerken

Onder het kopje ‘personages’ is beschreven dat er vooral sprake is van personages die aantrekkelijk worden gevonden door jonge kinderen. Dit is ook het geval wanneer we de vormgeving van MR. BLOOM’S NURSERY bekijken. De setting van het programma bestaat uit twee ruimtes: de tuin van Mr. Bloom en de schuur van Mr. Bloom. Zowel de schuur als de tuin worden gekenmerkt door bepaalde visuele kenmerken. Zo wordt er gebruik gemaakt van verschillende opvallende kleuren, verschillende vormen, een fantasievolle inrichting en een combinatie van nep en echt (bijvoorbeeld nep planten en bloemen en echte planten en

⁸⁰ Fisch, “Children’s learning from television,” 13.; Vom Orde, 41.

bloemen). Het kleurgebruik bestaat vooral uit veel verschillende en heldere kleuren. Hierdoor ontstaat een vrolijke en kinderlijke setting. Verschillende kleuren worden in sommige situaties gecombineerd met het gebruik van verschillende vormen. Zo is er bijvoorbeeld sprake van een activiteit waarbij gieters in verschillende kleuren en verschillende vormen worden gebruikt: in de vorm van een theepot of bijvoorbeeld een dier.

Zowel de tuin als het schuurtje zijn wat rommelig. In de tuin zijn bijvoorbeeld versieringen (slingers, vlaggetjes, molentjes) en slingerend tuingereedschap te zien. Het gebruik van verschillende versieringen en een combinatie van nep en echt geeft de tuin niet alleen een rommelige maar tegelijkertijd ook een fantasievolle uitstraling. Dit wordt met name versterkt door de aanwezigheid van Compo. Wanneer het Compo liedje is afgelopen produceert Compo zeepbellen, lichtstralen en geluiden. De visuele kenmerken van het programma geven het programma een fantasievolle uitstraling en lijkt daardoor vooral aantrekkelijk voor jongere kinderen. Zoals Valkenburg aangeeft bestaan de voorkeuren van jongere kinderen uit veel kleur, fantasiefiguren en bewegende objecten.⁸¹ De voorkeuren van oudere kinderen lijken hier minder in te zijn verwerkt.

De elementen van het programma bestaan vooral uit activiteiten en liedjes. De keuze voor liedjes lijkt vooral gericht op jonge kinderen. Jonge kinderen hebben namelijk een voorkeur voor liedjes zo benadrukt Valkenburg.⁸² De activiteiten lijken een ander doel te hebben. Zoals aangegeven probeert het programma kinderen te informeren over manieren om het milieu te verzorgen. De activiteiten die Mr. Bloom en de Tiddlers ondernemen kunnen kijkers ook in hun eigen omgeving ondernemen: bijvoorbeeld het maken van een vogelverschrikker of het bouwen van een bijenhuisje. Het eerder aangekaarte probleem met betrekking tot de ontbrekende presentator wordt dus ook deels opgelost door activiteiten in te zetten die kijkers mogelijk kunnen aanmoedigen.

Content

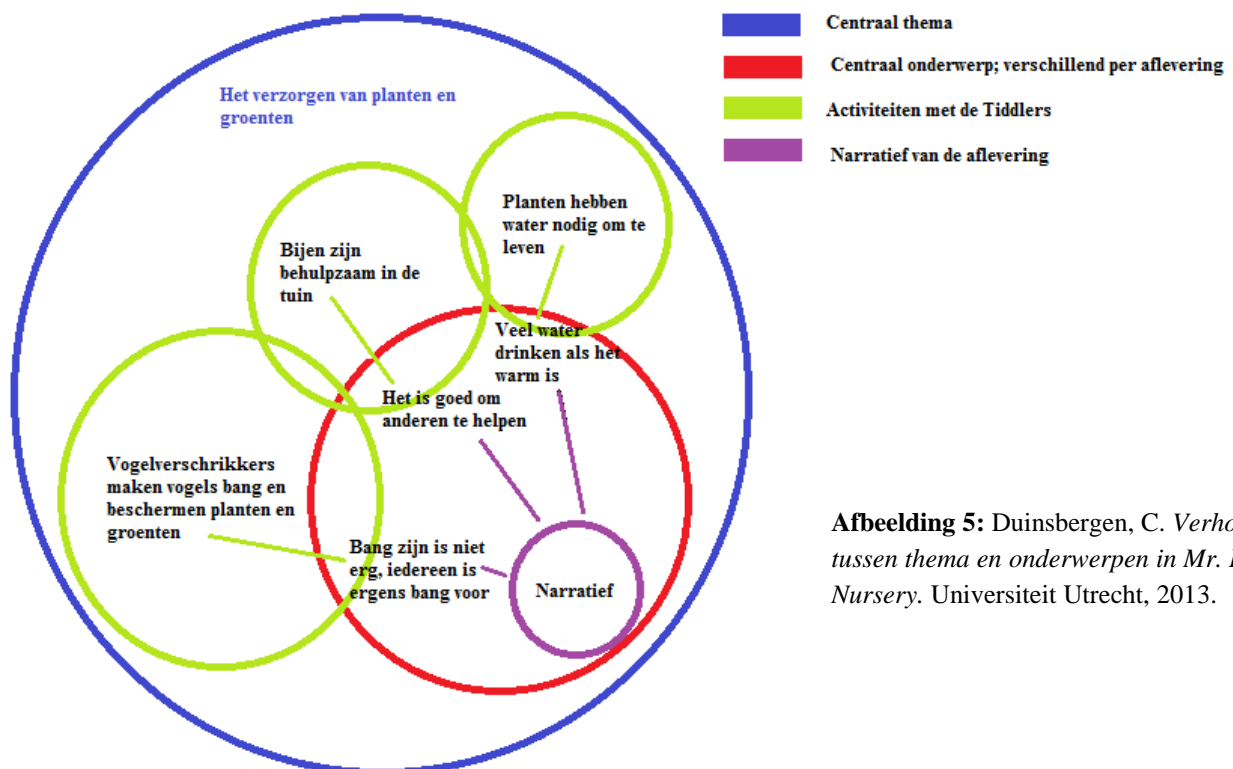
MR. BLOOM'S NURSERY lijkt op het eerste gezicht een kinderprogramma dat zich richt op het leren over de natuur, meer specifiek het verzorgen van planten en groenten. Hoewel het programma kinderen inderdaad meer leert over het verzorgen van planten en groenten bevat het programma ook een pro-sociale boodschap. Bij het uitzetten van het format is duidelijk geworden dat er naar een pro-sociaal leermoment wordt toegewerkt. Dit leermoment is vooral gericht op het bevorderen van sociaal en persoonlijk gedrag.

⁸¹ Valkenburg, 32-53.

⁸² Ibidem.

Het verzorgen van planten en groenten vormt het centrale thema van het programma en heeft betrekking op het programma in zijn totaliteit. Het programma is gemaakt rondom dit thema en dit thema bepaalt dan ook de vormgeving van het programma. De pro-sociale boodschap heeft betrekking op het centrale onderwerp van een aflevering. Iedere aflevering is gemaakt rondom één centraal onderwerp dat per aflevering verschillend is. De onderwerpen hebben betrekking op sociale situaties, persoonlijke gevoelens of ontwikkelingen waar kinderen in hun dagelijkse leven mee te maken kunnen krijgen. Zo worden er onderwerpen behandeld als: bang zijn, verantwoord leven (veel drinken als het warm is) of behulpzaam zijn. Zoals eerder beschreven kunnen kijkers binnen de doelgroep zich goed identificeren met de verschillende Veggies. Doordat met name de Veggies met deze situaties te maken krijgen, leren kinderen hoe ze hun gedrag in bepaalde situaties kunnen aanpassen.

Het thema van MR. BLOOM'S NURSERY en de in de afleveringen behandelde onderwerpen lijken in eerste instantie een complex geheel te vormen. Thema en onderwerp lijken te verschillend om tot een samenhangend leermoment te komen. Echter, de basis van ieder onderwerp kan gerelateerd worden aan een situatie of aspect van de natuur waardoor er een leermoment ontstaat waarin kijkers meer leren over het verzorgen van planten en groenten en daarnaast meer leren over zichzelf. Omdat dit nog steeds vrij abstract klinkt zal de complexe relatie uitlegd worden aan de hand van enkele voorbeelden en een model waarin de relatie tussen thema en onderwerp verduidelijkt wordt: zie afbeelding 5 voor model.



Afbeelding 5: Duinsbergen, C. *Verhouding tussen thema en onderwerpen in Mr. Bloom's Nursery*. Universiteit Utrecht, 2013.

Zoals afbeelding 5 laat zien is het thema (verzorgen van planten en groenten) overkoepelend en bepaalt het thema in de eerste plaats de vormgeving van het programma. In iedere aflevering wordt daarnaast een onderwerp behandeld dat niet direct gerelateerd is aan de natuur. Deze onderwerpen kunnen zijn: bang zijn, verantwoord leven, behulpzaam zijn. Het onderwerp wordt behandeld aan de hand van een narratief rondom de Veggies (en is dus impliciet aan het thema gerelateerd). De onderwerpen zijn daarnaast expliciet gerelateerd aan het thema door middel van de activiteiten. Deze activiteiten zijn in de basis gelijk aan het onderwerp zoals behandeld binnen het narratief maar krijgt nu vorm aan de hand van een natuurgerelateerde activiteit (zie tabel 2).

Tabel 2

Onderwerp	Activiteit
Bang zijn	Vogelverschrikkers maken vogels bang
Verantwoord leven	Planten hebben water nodig
Behulpzaam zijn	Bijen zijn behulpzaam in de tuin

Zoals eerder aangegeven bevat een aflevering zowel een natuurgerelateerd leermoment alsook een pro-sociaal leermoment. Aan de hand van afbeelding 5 is duidelijk gemaakt dat deze twee educatieve boodschappen een bepaalde relatie met elkaar onderhouden. Er is sprake van een samenhang tussen thema, onderwerp, narratief en activiteit. Hierdoor ontstaat een situatie waarin narratieve content met educatieve content is verweven. De samenhang van narratieve content en educatieve content wordt met name door Fisch benadrukt als middel om het begrip van de educatieve boodschap te vergroten.⁸³ Dit is precies wat in MR. BLOOM'S NURSERY gebeurt. Door narratieve content met educatieve content te verweven stellen programmamakers cognitieve middelen beschikbaar, aldus Fisch⁸⁴ Kinderen krijgen in MR. BLOOM'S NURSERY een bepaalde context aangeboden die het gemakkelijker maakt om de boodschappen te begrijpen.

Begrip ontstaat daarnaast ook door het inzetten van geschikte onderwerpen en een klein aantal ideeën.⁸⁵ De moeilijkheidsgraad van de onderwerpen die behandeld worden in MR. BLOOM'S NURSERY lijken geschikt voor de doelgroep. In de eerste plaats omdat ze betrekking hebben op vrij algemene sociale of persoonlijke situaties en ontwikkelingen waar

⁸³ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.

⁸⁴ Ibidem.

⁸⁵ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 50-51.; Stipp, 363.; Vom Orde, 41.

kinderen mee te maken kunnen krijgen. De onderwerpen zijn daarom waarschijnlijk herkenbaar voor kinderen waardoor ze gemakkelijker geaccepteerd worden.

In de tweede plaats worden de onderwerpen behandeld door in te zoomen op een specifieke situatie en een specifiek personage. Het onderwerp wordt dermate verkleind dat kinderen weinig informatie hoeven te verwerken maar waarbij wel de volledige boodschap overkomt. Bijvoorbeeld in de aflevering *Bounce* wordt aan de hand van één situatie uitgelegd dat het belangrijk voor mensen is om veel water te drinken. Het personage Colin wil het record hoogspringen verbeteren. Wanneer hij door de warmte oververhit raakt moet hij water drinken. Er wordt hier gefocust op één situatie (springen) en één persoon (Colin). Er wordt verder geen uitleg gegeven over wat er bijvoorbeeld gebeurt met het lichaam tijdens het sporten of wanneer het warm is. De boodschap is simpel en duidelijk en wordt geïllustreerd aan de hand van Colin. Omdat Colin zich, ondanks het feit dat hij een Veggies is, gedraagt als een mens is het voor kinderen tevens gemakkelijk om de situatie op zichzelf te projecteren en te begrijpen dat zowel mensen als planten water nodig hebben.

Zoals aangegeven worden de onderwerpen behandeld aan de hand van een narratief (in voorgaande uitleg het springen van Colin) maar ook aan de hand van een activiteit die de Tiddlers ondernemen met Mr. Bloom. In de aflevering *Bounce* wordt een verband gelegd tussen water drinken wanneer het warm is en planten water geven. De Tiddlers kiezen ieder een eigen gieter en gaan samen met Mr. Bloom de planten die last hebben van de zon water geven. Het onderwerp wordt hier dus nogmaals behandeld (herhaling) maar in een andere context. Het herhalen van een les aan de hand van verschillende voorbeelden wordt door Fisch, Kirkorian et. al. en Vom Orde eveneens genoemd als zijnde effectief.⁸⁶

3.3 Analyse Green-Kids

Evenals voor het programma MR. BLOOM'S NURSERY is ook voor GREEN-KIDS een analyse gemaakt van enkele afleveringen. Daarnaast zijn in de analyseresultaten enkele resultaten verwerkt van een interview dat is afgenomen met Marcel Rix, de redacteur van GREEN-KIDS. Dit interview geeft meer inzicht in bepaalde aspecten die niet geheel duidelijk worden in de analyse van de afleveringen. Dit betreft met name de educatieve doelstelling van het programma. Uiteraard is het van belang om op te merken dat deze extra informatie niet aanwezig is bij de resultaten van MR. BLOOM'S NURSERY.

⁸⁶ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 51.; Vom Orde, 41.

Format

GREEN-KIDS is een dagelijks programma waarin gebruik wordt gemaakt van een vast format maar waarbij wel drie verschillende soorten afleveringen in een week te onderscheiden zijn. Voor nu noemen we deze afleveringen type A, type B en type C. Op een vaste dag per week worden deze typen uitgezonden (zie tabel 3).

Tabel 3

Maandag tot en met donderdag	Type A
Vrijdag	Type B
Zaterdag/zondag	Type C

Type A wordt het meest ingezet, namelijk vier keer per week, en bestaat uit twee vaste elementen. De aflevering begint met een bepaald onderwerp dat behandeld wordt. Het betreft hier een natuurgerelateerd onderwerp waarover informatie wordt gegeven door de presentator (hierna; 'Lodewijk') en een expert. Er worden daarnaast één of meer activiteiten ondernomen die gerelateerd zijn aan het onderwerp. Deze activiteiten zijn verweven met de informatie de Lodewijk en de expert geven; het wisselt elkaar af en houdt verband met elkaar. Het behandelen van een specifiek onderwerp wordt gevolgd door een etappe van de speurcross, het tweede element van de aflevering.

Aflevering type B is het type dat één keer per week wordt uitgezonden. In dit type worden drie elementen ingezet. De aflevering begint met de Groenste klas van Nederland. In dit element bezoekt Lodewijk een basisschool uit Nederland om te bekijken hoe groen deze school is. De Groenste klas van Nederland wordt gevolgd door de GREEN-KIDS reporter. De GREEN-KIDS reporter is een kindreporter in de leeftijd negen á tien jaar die op locatie een antwoord probeert te vinden op een ingezonden kijkersvraag. Na de GREEN-KIDS reporter volgt de finale etappe van de speurcross.

Aflevering type C wordt net als type B één keer per week uitgezonden. Dit type heeft tweeënhalf keer de lengte van de andere types en kenmerkt zich door herhaling en een compilatie. De aflevering begint met de willekeurige herhaling van een behandeld onderwerp van maandag/dinsdag/woensdag/donderdag. Vervolgens wordt de GREEN-KIDS reporter van vrijdag herhaalt. De aflevering wordt afgesloten met een compilatie van alle etappes van de speurcross van de betreffende week. Aflevering type C is in dit opzicht een interessante aflevering. Zoals Fisch, Kirkorian et. al. en Vom Orde benadrukken is herhaling belangrijk om het begrip te verbeteren en om 'verder te leren'. Herhaling is zowel effectief binnen een

aflevering als binnen een segment.⁸⁷ In GREEN-KIDS is er vooral sprake van herhaling binnen een week. Hierbij kan de vraag gesteld worden of herhaling hier nog effectief is omdat er niet op korte termijn wordt herhaalt (binnen een aflevering of zelfs segment) maar er enkele dagen overheen gaan. Het lijkt er hier dan ook op dat herhaling niet vanuit educatief oogpunt wordt toegepast maar vooral een strategische zet is om een aflevering op te vullen.

De verschillende elementen zijn binnen een aflevering niet expliciet aan elkaar verbonden. De behandeling van een onderwerp en de speurcross worden slechts aan elkaar verbonden door de aanwezigheid van Lodewijk en het overkoepelende thema van het programma. De speurcross vormt hierop een uitzondering. De verschillende etappes van de speurcross verbinden de afleveringen aan elkaar waardoor het programma een serieel karakter krijgt. Dit seriële karakter is echter wel in strijd met de doelstelling van het programma. Uit het stageonderzoek is gebleken dat GREEN-KIDS gericht is op kinderen naar buiten laten gaan. De speurcross lijkt echter als doel te hebben kijkers terug te krijgen bij de volgende aflevering. Dit heeft waarschijnlijk te maken met kijkercijferbelang en ook sponsors. Wanneer kinderen naar de televisie blijven kijken gaan zij niet naar buiten waardoor het doel van het programma niet bereikt wordt.⁸⁸

In het vervolg van de analyse van GREEN-KIDS zal niet gesproken worden over de verschillende soorten afleveringen maar worden de elementen los van elkaar benoemd. Tussen de elementen is namelijk geen duidelijke samenhang of opbouw zichtbaar; met uitzondering van de speurcross. Er is vooral sprake van een vast format wanneer er naar een totale week gekeken wordt.

Personages

In GREEN-KIDS is niet zozeer sprake van personages omdat er personen in het programma voorkomen die zichzelf zijn en geen rol spelen. In geval van GREEN-KIDS zal dan ook niet gesproken worden over personages maar over personen. De belangrijkste persoon in het programma is Lodewijk. Lodewijk is de presentator van het programma en vervult drie rollen: een leidende rol, rol van leraar en de rol van leerling. Lodewijk is de persoon die zich richt tot zowel de kijkers alsook de andere personages in het programma. Zo begint en eindigt Lodewijk iedere aflevering door de kijkers te verwelkomen en de kijkers gedag te zeggen. De kijkers worden direct aangesproken en door Lodewijk betrokken bij het programma. In de aflevering neemt Lodewijk het GREEN-KIDS team, bestaande uit drie kinderen die meedoen

⁸⁷ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 51.; Vom Orde, 41.

⁸⁸ Gebleken uit interview met Marcel Rix.

aan het programma, mee op pad en vertelt hen dingen over de natuur in de rol van leraar. Lodewijk weet echter niet alles en valt hierbij terug op de expert en neemt zodoende dus ook de rol van leerling op zich. Een belangrijk kenmerk van effectieve personages is volgens Fisch, Kirkorian et. al, en Vom Orde intelligentie en competentie. De auteurs vinden daarnaast ook identificatiemogelijkheden erg belangrijk.⁸⁹ Omdat Lodewijk soms terug valt op de expert verzwakt hij in zijn rol van leraar. De expert daarentegen is allesweter die overal een vraag op heeft. De expert is een persoon die iedere aflevering anders is. De expert vertelt Lodewijk en het GREEN-KIDS team meer over een bepaald onderwerp of landschap en beantwoordt alle vragen van Lodewijk en het GREEN-KIDS team. Identificatiemogelijkheden zijn minimaal bij de expert omdat kinderen zich waarschijnlijk niet zullen herkennen in een volwassen persoon. Dit is tevens het geval bij Lodewijk. Het ontbreken van identificatiemogelijkheden bij de expert en Lodewijk wordt gecompenseerd door het aanwezige GREEN-KIDS team en het speurcross team.

Het GREEN-KIDS team bestaat uit drie kinderen die met Lodewijk op avontuur gaan; zij komen voor in de behandeling van een onderwerp. De kinderen vallen binnen de leeftijdscategorie van het programma (circa negen jaar) en zijn dus herkenbaar voor de kijker waardoor er de mogelijkheid ontstaat tot identificatie. Echter, het GREEN-KIDS team is per aflevering anders waardoor het voor de kijker moeilijk kan zijn om vertrouwd te raken met het GREEN-KIDS team. Herkenning en het vertrouwd raken met personages en het programma is volgens Vom Orde echter wel een belangrijke motivatiefactor met betrekking tot het actief meedoen/bezig zijn met de content.⁹⁰ Het speurcross team, bestaande uit drie kinderen die met Lodewijk deelnemen aan de speurcross, wisselt slechts per week. Er zal bij het speurcross team sneller sprake zijn van herkenning. De combinatie van herkenning en een met de doelgroep vergelijkbare leeftijdscategorie vergroot de mogelijkheid tot identificatie en is mogelijk een motivatiefactor voor kijkers. Het personage dat wellicht het meest aansluit bij wat Fisch, Kirkorian et. al. en Vom Orde als effectief en belangrijk beschouwen is de GREEN-KIDS reporter. De reporter is een kind van ongeveer tien jaar en valt daarmee nog net binnen de leeftijdscategorie van de doelgroep. De reporter gaat op pad om op locatie een antwoord te vinden op een ingezonden kijkersvraag. De reporter wordt gekenmerkt door enthousiasme en leergierigheid. De reporter wilt graag meer te weten komen over een onderwerp. De reporter zou daarom als intelligent en competent kunnen worden beschouwd. Omdat de reporter

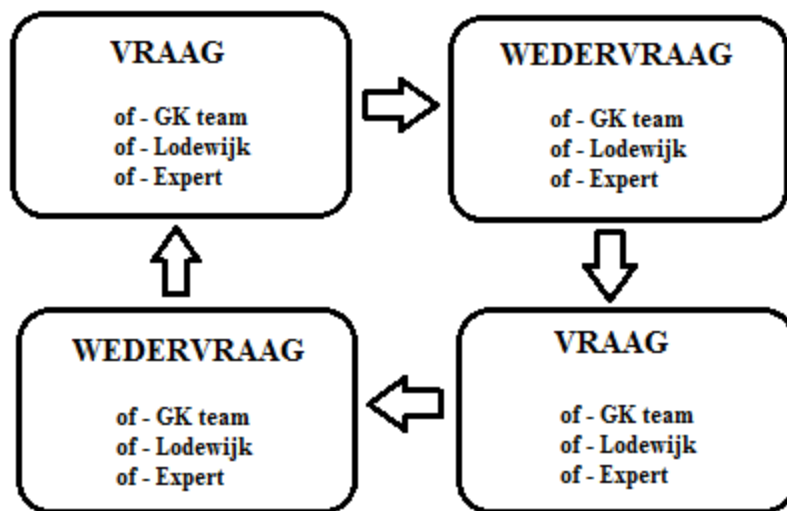
⁸⁹ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.; Kirkorian et. al., 51.; Vom Orde, 41.

⁹⁰ Vom Orde, 41.

binnen de leeftijdscategorie van de doelgroep valt en binnen een seizoen vaker te zien is waardoor herkenning ontstaat biedt de reporter ook identificatiemogelijkheden.

Interactie met kijker

In GREEN-KIDS is sprake van interactie tussen personen binnen de aflevering alsook interactie tussen personen binnen de aflevering en de kijker. Interactie tussen personen binnen de aflevering wordt vooral gekenmerkt door vragen en wedervragen (zie afbeelding 6).



Afbeelding 6: Duinsbergen, C. *Interactie model binnen de aflevering*. Universiteit Utrecht, 2013.

Het GREEN-KIDS team, Lodewijk en de expert worden in het element waarin een onderwerp wordt behandeld vooral ingezet om nieuwe informatie los te krijgen. In willekeurige volgorde stellen het GREEN-KIDS team, Lodewijk en de expert vragen aan elkaar die beantwoord worden. Dit is een heel constante factor in de items. Omdat er constant vragen worden gesteld ontstaat er voor kijkers de mogelijkheid na te denken over vragen en antwoorden waardoor er indirect interactie ontstaat met de kijker. Er is daarnaast ook sprake van directe interactie met de kijker. De directe interactie wordt in gang gezet door de reporter en door Lodewijk aan het begin en eind van een aflevering. Interactie tussen de reporter/Lodewijk en de kijker wordt gekenmerkt door een motivatie en aanmoediging. Lodewijk vertelt kijkers aan het begin van een aflevering waar de aflevering over gaat en betreft de kijkers bij het programma. Aan het begin van zowel een element als de aflevering motiveert Lodewijk de kijker om deel te nemen en hetgeen wat de kijker geleerd heeft mee te nemen in zijn eigen omgeving. Zo verwijst Lodewijk naar de website van het programma. Hier kunnen kijkers ideeën opdoen met betrekking tot activiteiten in de natuur. Dit wordt door Fisch en Vom Orde benadrukt als

effectief kenmerk.⁹¹ De reporter betreft de kijkers eveneens bij het programma en moedigt de kijker aan om een vraag in te zenden die de reporter kan gaan beantwoorden.

Formele kenmerken

GREEN-KIDS wordt op de website van RTL Telekids omschreven als een stoer en spannend programma.⁹² Deze stoere en spannende uitstraling is duidelijk zichtbaar in de vormgeving van elementen, animaties, verschillende cameratechnieken en het gebruik van muziek. De verschillende elementen van GREEN-KIDS hebben de vorm van activiteiten en spellen. Deze activiteiten en spellen, die met name zichtbaar zijn in de elementen waarin een onderwerp behandeld wordt en de speurcross, lijken vooral bedoeld om te laten zien wat kinderen zelf kunnen ondernemen na het kijken van de aflevering. De activiteiten en spellen worden continu afgewisseld met het verkrijgen van informatie over een bepaald onderwerp. Er is hier dus zowel sprake van meer leren over de natuur als mede een aanmoediging tot overdracht van het geleerde naar de echte wereld. De kijker leert welke activiteiten hij/zij zelf kan ondernemen in de natuur en wordt aangemoedigd om naar buiten te gaan; wat de doelstelling van het programma is. Het inzetten van spelletjes wordt door Fisch benadrukt als een aantrekkelijk element voor kinderen.⁹³

De activiteiten komen vooral voor in de elementen waarin een onderwerp behandeld wordt en zijn niet altijd stoer of spannend te noemen. Het stoere en spannende karakter van het programma is vooral zichtbaar in de speurcross. In de speurcross staan de spellen centraal. Op crossfietsen crossen de kinderen door ruige locaties als bossen en duinen van spel naar spel. Hierbij kan gedacht worden aan schatgraven, het eten van gefrituurde sprinkhanen of het opzetten van een legertent. Door cameratechnieken en animaties in te zetten wordt de speurcross voor de kijker nog spannender gemaakt. Aan de hand van kleine camera's die bevestigd zijn aan de kinderen worden beelden geproduceerd die schokkerig zijn en het point of view van het GREEN-KIDS team laten zien. Kijkers worden hierdoor mogelijk meegenomen in de spanning en het avontuur van de speurcross. Tijdens de verschillende spellen wordt een digitale klok in beeld gebracht die afloopt. De kijkers zien de tijd verstrijken waarbinnen het speurcross team een spel moeten voltooien en worden op deze manier eveneens betrokken bij het programma en de speurcross.

⁹¹ Fisch, "Children's learning from television," 13.; Vom Orde, 41.

⁹² "Programma's" RTL Telekids, 04-07-2013, <http://www.rtl.nl/programma/telekids/programmas/greenkids.xml>.

⁹³ Fisch, "Children's learning from television," 12-13.

Zowel tijdens de speurcross als tijdens de elementen waarin een onderwerp behandeld wordt is er muziek te horen die probeert aan te sluiten bij het spannende en stoere karakter van het programma. Zo is er in de speurcross regelmatig top 40 muziek te horen en worden de elementen waarin een onderwerp behandeld wordt begeleid door mysterieuze en spannende muziekjes om een bepaalde sfeer te creëren. Wanneer het GREEN-KIDS team bijvoorbeeld in een schuur op zoek gaat naar een uilennest is er een griezel-achtige muziek te horen. Om het programma herkenbaar te maken voor de kijker is er tijdens de leader van het programma het GREEN-KIDS lied te horen.

De vormgeving van GREEN-KIDS laat zien dat er veel aantrekkelijke kenmerken worden ingezet om de aandacht van de kijker te trekken en te behouden. Het gebruik van spel en activiteiten alsook het inzetten van aantrekkelijke formele kenmerken als cameratechniek, beeldmateriaal dat uit actie bestaat en muziek sluit volledig aan bij de effectieve kenmerken die Fisch en Kirkorian et. al. noemen.⁹⁴ Daarnaast lijkt de vormgeving goed aan te sluiten bij de mediavorkeuren van de doelgroep. De doelgroep van GREEN-KIDS bestaat uit kinderen van zes tot en met negen jaar.⁹⁵ GREEN-KIDS kenmerkt zich door avontuurlijke contexten, actie, narratief simplisme, sociale relaties en leeftijdsgenoten. Dit zijn mediavorkeuren die volgens Valkenburg passen bij kinderen in de leeftijdscategorie vijf tot en met twaalf jaar.⁹⁶

Content

Deze doelstelling van GREEN-KIDS is, zoals ook aangegeven in de paragraaf ‘onderzoeksmateriaal’, met name duidelijk geworden in het stageonderzoek aan de hand van het interview met de redacteur (Marcel Rix). De omschrijving van RTL Telekids geeft vooral het idee dat kinderen door naar GREEN-KIDS te kijken meer leren over de natuur. Dit is echter niet de specifieke doelstelling van het programma. Rix omschrijft de doelstelling van het programma als volgt: “[...] *het is niet educatief in de zin van we gaan nu iets leren maar we gaan nu naar wat leuks kijken waar we toevallig ook nog wat over leren. Ons doel blijft natuurlijk altijd dat we kinderen naar buiten willen laten gaan, dat we kinderen in aanraking willen laten komen met de natuur om hun heen [...]*”⁹⁷ De educatieve boodschap van het programma bestaat dus vooral uit het stimuleren van bepaald gedrag of een bepaalde houding. “[...] *het moet de kinderen stimuleren om naar buiten te gaan. En om daadwerkelijk gewoon*

⁹⁴ Fisch, “Children’s learning from television,” 12-13.; Kirkorian et. al., 50-51.

⁹⁵ Interview Marcel Rix, 20-02-2013.

⁹⁶ Valkenburg, 32-53.

⁹⁷ Interview Marcel Rix, 20-02-2013.

weer lekker te gaan spelen. We willen ze gewoon weg hebben achter hun computers en tv. En gewoon dat ze lekker weer de natuur in gaan.”⁹⁸

De inhoud van het programma is dan ook gericht op het aandragen van ideeën met betrekking tot activiteiten die kinderen kunnen ondernemen in de natuur en aspecten van de natuur waar kinderen zelf naar op zoek kunnen.⁹⁹ Het programma draagt vooral een pro-sociale educatieve boodschap uit. Het programma is niet zozeer gericht op het onthouden van informatie met betrekking tot de natuur maar probeert bij te dragen aan nuttige en zinvolle hobby's.¹⁰⁰ De educatieve boodschap komt vooral tot uiting in de elementen waarin een bepaald onderwerp behandeld wordt en de speurcross. Hier wordt namelijk een breed scala aan activiteiten en spellen getoond wordt waarmee kinderen mogelijk op ideeën worden gebracht.

Het thema van het programma is de natuur, meer specifiek kinderen aanraking brengen met vele diverse aspecten van de natuur. Dit thema kan nog verder gespecificeerd worden. Het programma richt zich namelijk specifiek op de Nederlandse natuur omdat kinderen dan de mogelijkheid hebben zelf op zoek te gaan naar wat ze in het programma hebben gezien.¹⁰¹ Alle onderwerpen, activiteiten en spellen gaan dan ook over een bepaald aspect van de Nederlandse natuur of spelen zich af op een bepaalde locatie in de Nederlandse natuur. Wat opvalt aan met name is dat de specifieke informatie over een bepaald onderwerp met name bestaat uit feitjes en weetjes. Een onderwerp wordt niet in zijn totaliteit behandeld maar er worden slechts enkele aspecten belicht van een onderwerp, bijvoorbeeld waar uilen hun nesten bouwen of welke uilensporen er zijn. In de speurcross worden per spel verschillende kleine onderwerpen behandeld. Kinderen leren in korte tijd veel over verschillende dingen. Ze moeten bijvoorbeeld namen van bloemen bij de juiste foto zetten (spel) of ze krijgen wat meer informatie over de omgeving voordat ze aan een spel beginnen. Het behandelen van een klein aantal ideeën wordt met name door Fisch als effectief kenmerk beschouwt.¹⁰² Bij GREEN-KIDS is dit een bewuste keuze die echter geen verband houdt met effectiviteit, hetgeen deze effectiviteit niet wegneemt, zo is gebleken uit het stageonderzoek. De keuze om een onderwerp kleinschalig te behandelen is zowel een praktische keuze, in verband met de lengte van het programma en de ruimte die beschikbaar is, als een keuze die

⁹⁸ Interview Marcel Rix, 20-02-2013.

⁹⁹ Interview Marcel Rix, 20-02-2013.

¹⁰⁰ Zo is gebleken in het stageonderzoek.

¹⁰¹ Interview Marcel Rix, 20-02-2013.

¹⁰² Fisch, “Children’s learning from television,” 12-13.

te maken heeft met het willen behouden van de diversiteit in het programma.¹⁰³ Het is daarnaast ook nog maar de vraag of deze razendsnelle overgang van onderwerp naar onderwerp, met name bij de speurcross, zou blijven hangen bij kinderen. Dit is echter geen problematisch aspect omdat het programma niet gericht is op het onthouden van de informatie over de natuur. Veel belangrijker zijn de locaties en de activiteiten in het programma. Deze zijn namelijk bedoeld om kinderen te laten zien wat zij zelf kunnen vinden in de natuur en wat zij zelf kunnen ondernemen in de natuur. Deze educatieve boodschap is in de gehele aflevering terug te vinden. Het feit dat kinderen in groepen van drie activiteiten ondernemen is daarnaast bedoeld om kinderen positief sociaal gedrag aan te leren, namelijk dat sociale relaties belangrijk zijn en dat het leuk is om gezamenlijk een activiteit te ondernemen.¹⁰⁴

Naast het overtuigende pro-sociale karakter van het programma zijn er ook bepaalde aspecten die wijzen op *academic learning*. Kinderen worden continu aangespoord om zelf na te denken en vragen te stellen waardoor bepaalde cognitieve vaardigheden worden getraind.

Er is geen duidelijk narratief in GREEN-KIDS. Zoals onder het kopje ‘format’ duidelijk werd is er binnen een aflevering geen sprake van samenhang tussen de verschillende elementen. De verschillende elementen behandelen verschillende onderwerpen en zijn anders vormgegeven. Wel worden er bepaalde lijnen getrokken tussen personages die voor herkenning kunnen zorgen. Zo komt Lodewijk terug in de verschillende elementen van de aflevering en is er steeds sprake van een team van kinderen dat uit drie kinderen bestaat. De educatieve content is wel verspreid over twee losstaande delen. Het lijkt vooral de bedoeling dat kijkers vanuit het diverse aanbod van ideeën die worden aangedragen zelf een selectie maken.

3.4 Vergelijking tussen Mr. Bloom’s Nursery en Green-Kids

In deze paragraaf zullen de twee onderzochte programma’s nader worden vergeleken, waarbij de overeenkomsten en verschillen tussen beide programma’s aan bod komen. Tevens zal hier een relatie worden gelegd naar de theorie, zoals in hoofdstuk twee van dit onderzoek is beschreven. Hierbij wordt met name gekeken naar de mate waarin het programma aansluit bij de theorie over effectieve educatieve programma’s. Dit zal worden gedaan door allereerst op hoofdlijnen de verschillen weer te geven in tabelvorm. Vervolgens zullen de overeenkomsten

¹⁰³ Interview Marcel Rix, 20-02-2013.

¹⁰⁴ Interview Marcel Rix, 20-02-2013. Hierbij moet worden opgemerkt dat dit een opvatting is van de redacteur die niet theoretisch onderbouwd is.

en verschillen per categorie worden uitgewerkt. In tabel 4 zijn de overeenkomsten en verschillen inzichtelijk gemaakt.

Tabel 4

Kenmerk	Mr. Bloom's Nursery	Green-Kids
Doelgroep	3-10	6-9
Format	Vast format bestaande uit zes elementen met een eigen functie die opbouwen tot een leermoment. Daarnaast wordt geregeld gebruik gemaakt van herhaling van educatieve boodschappen in zowel de aflevering als segmenten.	Sprake van een vast format, verdeeld in drie verschillende soorten aflevering. Deze afleveringen kennen een (beperkte) samenhang. Er is sprake van herhaling door bepaalde elementen ter herhalen aan de hand van één aflevering.
Personages	Veelzijdige personages die gekenmerkt worden door intelligentie en competentie en identificatiemogelijkheden door middel van uiterlijk, leeftijd en persoonlijkheden. De personages bezitten auditieve en visuele kenmerken die vooral aantrekkelijk zijn voor jonge kinderen.	Niet zozeer sprake van personages maar eerder van personen. De personen worden gekenmerkt door een bepaalde mate van intelligentie, competentie en mogelijkheid tot identificatie. Personen wisselen echter snel per aflevering waardoor herkenning en vertrouwd raken met de personages lastig wordt.
Interactie met de kijker	Interactie vindt vooral plaats tussen personages en is gericht op het overdragen van de pro-sociale boodschap en de natuurgerelateerde boodschap. Daarnaast worden in mindere mate cognitieve vaardigheden getraind. Er is geen duidelijke presentator te onderkennen. Mr. Bloom richt zich nooit direct op het publiek, maar altijd op andere personages.	Direct. De presentator richt zich op het begin en het einde van het programma direct op de kijker. Tevens richt de reporter zich regelmatig op de kijker. Daarnaast bestaat er interactie door het stellen van vragen door verschillende personages. Kijkers kunnen hier aan deelnemen en trainen cognitieve vaardigheden.

Formele kenmerken	<p>Visuele stijlkenmerken zijn kleurrijk, fantasierijk en vormen een combinatie van nep en echt. Daarnaast zijn er veel verschillende vormen te onderscheiden. Dit zijn stijlkenmerken die aantrekkelijk worden bevonden door kinderen, met name jonge kinderen.</p> <p>Er wordt geen gebruik gemaakt van speciale cameratechnieken.</p>	<p>Gekenmerkt door spel en activiteiten. De activiteiten houden verband met het onderwerp dat behandeld wordt. De spellen zijn vooral gericht op het uiten van het stoere en spannende karakter.</p> <p>Daarnaast wordt gebruik gemaakt van diverse cameratechnieken, animaties en muziek ter ondersteuning van het stoere en spannende karakter (bijvoorbeeld de speurcross). Dit zijn stijlkenmerken die aantrekkelijk worden bevonden door kinderen in de leeftijd vijf tot twaalf jaar.</p>
Content	<p>Educatieve content is duidelijk verweven met de narratieve content.</p> <p>De educatieve content bestaat uit een pro-sociale educatieve content en natuurgerelateerde educatieve content.</p>	<p>Educatieve content bestaat uit pro-sociale educatieve content. Er is niet zozeer sprake van een narratief.</p>

Doelgroep

Opvallend is dat GREEN-KIDS een beperkte doelgroep heeft in vergelijking met MR. BLOOM'S NURSERY. Zoals in hoofdstuk twee beschreven zal het programma aansluiting moeten vinden bij de mediavorkeuren van de beoogde doelgroep om de mate van aandacht en begrip bij de doelgroep te vergroten. Tevens staat daar beschreven dat de grootste verschillen in mediavorkeuren zichtbaar zijn tussen de leeftijdscategorieën nul tot twee jaar, twee tot vijf jaar, vijf tot acht jaar en acht tot twaalf jaar. MR. BLOOM'S NURSERY overlapt met haar doelgroep drie van de vier aangegeven categorieën, terwijl GREEN-KIDS twee van deze categorieën (deels) wil aanspreken. Het lijkt erop dat GREEN-KIDS, met haar beperktere doelgroep, hier een makkelijkere taak heeft dan MR. BLOOM'S NURSERY. In het verloop van deze paragraaf zal worden duidelijk worden in welke mate de programma's aansluiting zoeken bij de doelgroep.

Format

Zoals in het theoretisch kader beschreven, is het voor de effectiviteit belangrijk dat afleveringen gericht zijn op het overbrengen van een klein aantal ideeën die door middel van herhaling versterkt kunnen worden. Deze herhaling is zowel binnen een aflevering als binnen een segment effectief. Beide geanalyseerde programma's hebben een duidelijk format waarin herhaling is opgenomen, maar de manier waarop die herhaling vorm krijgt is anders. Bij MR. BLOOM'S NURSERY bestaat het format uit zes elementen die leiden tot een leermoment. Hierbij wordt geregeld gebruik gemaakt van herhaling van leermomenten (bijvoorbeeld het Sebastian lied). Alle herhalingen zijn specifiek gericht op het overbrengen van een educatieve boodschap in de aflevering zelf. Bij GREEN-KIDS wordt de week ingedeeld in drie verschillende soorten afleveringen die in vaste volgorde worden uitgezonden. In de afleveringen op zaterdag/zondag worden verschillende elementen uit de afleveringen van maandag tot en met vrijdag herhaald. Deze herhalingen zijn niet gericht op het herhalen van een educatieve boodschap, maar lijken tot doel te hebben om extra afleveringen te creëren om zodoende de week te kunnen vullen. Het herhalingselement bij GREEN-KIDS lijkt dus meer gestuurd vanuit een budget-oogpunt dan vanuit een educatief oogpunt. Er kan dus gesteld worden dat het gehanteerde format van MR. BLOOM'S NURSERY beter theoretisch onderlegd is dan het format van GREEN-KIDS.

Personages

Het gebruik van personages is in beide programma's heel verschillend. Waar MR. BLOOM'S NURSERY gebruik maakt van vaste terugkerende personages, is binnen GREEN-KIDS alleen de presentator een terugkerende factor. Het speurcross team keert wel terug binnen de afleveringen van een week maar wisselt wanneer de week voorbij is. Vanuit de theorie is reeds beschreven dat het voor de effectiviteit van educatieve televisie belangrijk is om personages te gebruiken die competent en intelligent zijn. Daarnaast is het belangrijk dat kinderen zich met de personages kunnen identificeren. De presentator van GREEN-KIDS kan als intelligent en competent worden beschouwd omdat hij veel kennis heeft over bepaalde natuurgerelateerde onderwerpen. Echter, in het programma wordt door de presentator wel regelmatig een vraag aan de expert gesteld, hetgeen het beeld van presentator als allesweter op bepaalde wijze verzwakt. De doelgroep kan zich daarnaast moeilijk inleven in de presentator aangezien de presentator een volwassen man is. De overige personages/personen zijn iedere aflevering en/of iedere week verschillend, waardoor het inleven in deze personages/personen wordt bemoeilijkt.

Bij MR. BLOOM'S NURSERY kan Mr. Bloom als competent en intelligent worden beschouwd. Echter, door zijn leeftijd is het voor de doelgroep moeilijk om zich te identificeren. De kijkers kunnen zich daarentegen wel makkelijk identificeren met de Veggies vanwege de persoonlijkheden van de Veggies. De Veggies hebben verschillende persoonlijkheden hetgeen de identificatiemogelijkheden vergroot; verschillende kinderen krijgen de mogelijkheid tot identificatie. De Veggies kunnen echter niet competent en intelligent worden genoemd. Het lijkt erop dat de makers van MR. BLOOM'S NURSERY personages hebben gecreëerd die óf competent en intelligent zijn (Mr. Bloom) óf waarmee kinderen zich kunnen identificeren (de Veggies). Samenvattend kan zodoende gesteld worden dat de gekozen personages binnen MR. BLOOM'S NURSERY meer op de theorie gebaseerd zijn dan de personages van GREEN-KIDS.

Interactie met de kijker

Zoals in hoofdstuk twee beschreven kan de effectiviteit van educatieve televisie tevens worden vergroot door interactie met de kijker. Het is belangrijk om kinderen aan te moedigen actief mee te doen aan de educatieve elementen en hen te motiveren hetgeen zij geleerd hebben mee te nemen in activiteiten buiten het programma. Dit aanmoedigen kan worden geëffectueerd door spelletjes in te zetten of doordat personages de kijker direct aanspreken. De interactie met de kijker is in beide programma's verschillend opgezet. Bij MR. BLOOM'S NURSERY ontbreekt de communicatie met de kijker grotendeels, terwijl de presentator van GREEN-KIDS de kijkers zowel aan het begin als aan het einde van iedere aflevering toespreekt. Daarnaast richt ook de reporter zich gedurende de aflevering regelmatig tot de kijker. Ook is door de makers van GREEN-KIDS interactie gecreëerd tussen de personages en de kijker door een vast item, waarin over en weer vragen worden gesteld door de expert, reporter en presentator. Bij MR. BLOOM'S NURSERY is grotendeels sprake van interactie tussen de personages. Hierbij worden kijkers mogelijk gestimuleerd om mee te denken waardoor toch enige vorm van interactie met de kijker ontstaat. Het ontbreken van directe interactie zorgt daarnaast voor een gesloten narratief hetgeen de aandacht van de kijker mogelijk beter vasthoudt. Op basis van interactie met de kijker als element van effectiviteit van educatieve televisie kan worden gesteld dat de makers van GREEN-KIDS en MR. BLOOM'S NURSERY dit beide op een andere manier invullen. Hierbij sluit GREEN-KIDS nauwer aan bij de theorie maar gezien de tevens interessante vormgeving van MR. BLOOM'S NURSERY is het lastig te bepalen welk programma hier op meest effectieve wijze vorm geeft aan de interactie met de kijker.

Formele kenmerken

Met betrekking tot formele aspecten van educatieve kenmerken is in het theoretisch kader reeds aangegeven dat het belangrijk is dat kinderen geboeid worden. Dit kan worden gerealiseerd door aantrekkelijke elementen in te zetten, maar ook door het inzetten van formele kenmerken, zoals bepaalde cameratechnieken, geluiden en beeldmateriaal. Beide programma's kennen een vaste vormgeving, waarbij GREEN-KIDS gebruik maakt van een vormgeving die een stoer en spannend karakter probeert uit te stralen. Dit gebeurt bijvoorbeeld aan de hand van cameratechnieken, animaties of muziek. Bij MR. BLOOM'S NURSERY wordt gebruik gemaakt van veel visuele kenmerken, zoals opvallende kleuren, verschillende vormen en een fantasievolle inrichting. Daarentegen wordt bij MR. BLOOM'S NURSERY geen gebruik gemaakt van speciale of spectaculaire cameratechnieken. Wel is er het Compo lied dat iedere aflevering terugkomt en zodoende voor herkenning zorgt bij de kijker. Zoals aangegeven verandert de setting van GREEN-KIDS regelmatig. Echter, de setting bestaat altijd uit een natuurlijke omgeving die wat ruig oogt en daarom aansluit bij het stoere en spannende karakter. Daarnaast wordt gebruik gemaakt van verschillende en ook spectaculaire cameratechnieken, zoals de camera's die bevestigd worden aan de kinderen tijdens de speurcross. Ook wordt enigszins gebruik gemaakt van visuele kenmerken, zoals een klok in het beeld tijdens de speurcross. De speurcross wordt begeleid door herkenbare muziek, zoals top-40. Ook wordt iedere aflevering hetzelfde GREEN-KIDS lied ingezet, welke voor de kijkers herkenbaar is. Op basis van een vergelijking van beide programma's op het aspect 'formele kenmerken', kan gesteld worden dat dit op verschillende manieren is opgezet. GREEN-KIDS kenmerkt zich door een stoere en actieve uitstraling en sluit op gebied van formele kenmerken goed aan bij de mediavorkeuren van de doelgroep. De makers van MR. BLOOM'S NURSERY richten zich met name op de visuele aspecten, zoals vormen en kleuren. Hieruit is ook duidelijk op te merken dat MR. BLOOM'S NURSERY zich ook richt op hele jonge kinderen en hierdoor niet de gehele doelgroep aanspreekt.

Content

De content dient volgens de theorie te bestaan uit zowel educatieve als narratieve content. Vanuit de theorie is reeds beschreven dat de content, en dan met name de educatieve content, gepresenteerd dient te worden in een taal die begrijpelijk is voor de beoogde doelgroep. De context waarbinnen de boodschap wordt gebracht dient niet alleen begrijpelijk te zijn maar ook geaccepteerd te worden door de doelgroep. Hierbij wordt benadrukt dat met voorgaande aspecten rekening gehouden moet worden bij zowel de verhaallijn als de educatieve content.

Om de educatieve content gemakkelijker te kunnen verwerken moet er een context gecreëerd worden die voor kinderen gemakkelijk te begrijpen is. Dit kan bijvoorbeeld door een verhaal in te zetten waarbinnen de educatieve content wordt behandeld. De narratieve en educatieve content worden op die manier met elkaar verweven.

Zoals in de analyse van MR. BLOOM'S NURSERY aangegeven kent het programma twee educatieve doelen. Namelijk, het leren over de natuur en het bevorderen van sociaal persoonlijk gedrag. Uit de nadere analyse van het programma komt naar voren dat thema, onderwerp, narratief en activiteit op een complexe wijze samenhangen. Deze complexe samenhang leidt er toe dat de educatieve en narratieve content zeer sterk met elkaar verweven zijn binnen de afleveringen van MR. BLOOM'S NURSERY. Bij GREEN-KIDS is er geen sprake van een duidelijk narratief. Educatieve boodschappen komen terug in de vorm van feitjes en weetjes. Er is hier dus geen sprake van het verweven van educatieve en narratieve content. Uit de vergelijking van beide programma's blijkt dat de makers van MR. BLOOM'S NURSERY veel meer aandacht besteden aan de wijze waarop de educatieve boodschap wordt overgebracht dan de makers van GREEN-KIDS. Door een grote verwevenheid van de educatieve content met de narratieve content lijkt de effectiviteit van de content bij MR. BLOOM'S NURSERY zodoende groter dan bij GREEN-KIDS.

4. Conclusie

In dit onderzoek zijn de verschillen in de in de theorie benoemde effectieve educatieve kenmerken tussen de programma's MR. BLOOM'S NURSERY (publiek) en GREEN-KIDS (commercieel) onderzocht. De probleemstelling die centraal stond was als volgt:

Welke verschillen in in de literatuur benoemde effectieve educatieve kenmerken zijn zichtbaar tussen de educatieve kinderprogramma's MR. BLOOM'S NURSERY van de publieke omroep BBC en GREEN-KIDS van de commerciële omroep RTL?

Er is literatuuronderzoek verricht om vast te stellen welke educatieve kenmerken de effectiviteit van een educatief kinderprogramma vergroten. Aan de hand van deze theorieën is een analysemodel ontwikkeld om de verschillen tussen effectieve educatieve kenmerken van televisieprogramma's in kaart te brengen en tevens een uitspraak te kunnen doen over de mate waarin theoretische kennis met betrekking tot effectieve educatieve televisie zichtbaar werd in de vorm en inhoud van de twee programma's. Om de verschillen tussen de commerciële en publieke omroep in kaart te brengen, is zowel een programma dat wordt uitgezonden op de commerciële oproep (GREEN-KIDS) als een programma dat wordt uitgezonden op de publieke omroep (MR. BLOOM'S NURSERY) geanalyseerd.

Uit de analyse komt naar voren dat MR. BLOOM'S NURSERY op de meeste kenmerken beter scoort dan GREEN-KIDS. Dat wil zeggen dat in MR. BLOOM'S NURSERY meer effectieve educatieve kenmerken herkend worden dan in GREEN-KIDS. Met name op het gebied van format, personages en content lijken de makers van MR. BLOOM'S NURSERY de kenmerken van effectieve educatieve kindertelevisie, zoals benoemd in de theorie, beter en zorgvuldiger te hebben verwerkt in het programma dan de makers van GREEN-KIDS. Zo maakt MR. BLOOM'S NURSERY op verschillende manieren gebruik van herhaling van educatieve boodschappen binnen een segment. Daarnaast biedt MR. BLOOM'S NURSERY personages die competent en intelligent zijn of personages waarmee kinderen zich kunnen identificeren. Hierbij zijn met name de Veggies belangrijk omdat hun uiteenlopende persoonlijkheden voor verschillende kinderen identificatiemogelijkheden bieden. Op gebied van content is in MR. BLOOM'S NURSERY een complexe samenhang zichtbaar tussen thema, onderwerp, narratief en activiteit met als gevolg dat educatieve en narratieve content zeer sterk met elkaar verweven zijn.

Op het gebied van interactie met de kijker wordt door beide makers een andere invulling gegeven. Zo is er bij GREEN-KIDS sprake van directe interactie met de kijker terwijl dit bij MR. BLOOM'S NURSERY ontbreekt of slechts op indirecte wijze plaatsvindt. Voordeel van het ontbreken van de directe interactie is dat er daardoor een gesloten narratief ontstaat dat de aandacht van de kijker mogelijk beter vasthoudt. Echter, valt met betrekking tot deze kenmerken moeilijk te oordelen in welk programma deze kenmerken beter zijn verwerkt om tot effectievere educatieve kindertelevisie te komen. GREEN-KIDS sluit nauw aan bij wat in de theorie als effectief wordt beschreven maar uit de analyse blijkt dat MR. BLOOM'S NURSERY op een totaal andere wijze kinderen bij het programma betreft waardoor mogelijk op een andere effectieve wijze interactie ontstaat.

Op gebied van formele kenmerken wordt door de makers van beide programma's aansluiting gezocht bij de doelgroep. Hierbij zijn overeenkomsten zichtbaar met kenmerken zoals benoemd door Valkenburg in hoofdstuk twee. GREEN-KIDS zet vooral spellen en activiteiten in en maakt gebruik van onder andere avontuurlijke contexten, sociale relaties en actie. Dit sluit volgens de theorie aan bij de mediavorkeuren van de doelgroep van GREEN-KIDS. MR. BLOOM'S NURSERY zet voornamelijk activiteiten en liedjes in en maakt gebruik van veel kleur, vormen en fantasievolle objecten en figuren. Dit sluit volgens de theorie aan bij de mediavorkeuren van jonge kinderen. De doelgroep van MR. BLOOM'S NURSERY bestaat uit zowel jongere als oudere kinderen. De formele kenmerken van MR. BLOOM'S NURSERY lijken zich echter vooral op de jongere kijkers te richten en waardoor niet de gehele doelgroep aangesproken wordt.

Samenvattend lijken de makers van MR. BLOOM'S NURSERY het programma beter doordacht te hebben vanuit de theorie van effectieve educatieve kindertelevisie dan de makers van GREEN-KIDS. Deze uitspraak kan worden onderbouwd aan de hand van de specifieke programmacontext van MR. BLOOM'S NURSERY. MR. BLOOM'S NURSERY is namelijk gemaakt vanuit de specifieke opdracht die CBeebies meekrijgt (informerend, educatief, entertainment). Deze opdracht geeft de makers de mogelijkheid om de focus te leggen op het vergroten van de effectiviteit van het programma, bijvoorbeeld door het inzetten van experts op het gebied van kinderen en ontwikkeling. Door theoretische kennis over effectieve educatieve televisie in te zetten vergroot CBeebies de educatieve mogelijkheden van het programma.

De omroep waar GREEN-KIDS wordt uitgezonden kent een andere doelstelling, die niet altijd goed aansluit bij de doelstelling van het programma. Daarnaast is de educatieve doelstelling van het programma gericht op het overbrengen van een educatieve boodschap die op veel manieren vorm kan krijgen. In geval van GREEN-KIDS lijkt niet de omroep maar

vooral de doelstelling van het programma de educatieve kenmerken te bepalen. De doelstelling van het programma bestaat uit kinderen naar buiten laten gaan. Dit kan bijvoorbeeld bereikt worden door verschillende activiteiten en spellen in te zetten die aantrekkelijk zijn voor de doelgroep en waardoor kinderen enthousiast worden gemaakt. Het is dus vooral van belang dat de mediavorkeuren van kinderen worden aangesproken. Effectieve educatieve kenmerken op gebied van formele kenmerken en interactie met de kijker zijn in dit geval belangrijk. Dit zijn dan ook precies de kenmerken die in GREEN-KIDS te herkennen zijn. Dit betekent echter niet dat GREEN-KIDS gebruik heeft gemaakt van theoretische kennis over effectieve educatieve televisie. Redacteur Marcel Rix geeft aan geen theoretische kennis toe te passen maar vooral uit te gaan van eigen ideeën met betrekking tot aansprekende televisie.

Dat GREEN-KIDS en MR. BLOOM'S NURSERY beide effectieve educatieve kenmerken bezitten geeft aan dat een effectief educatief programma gemaakt kan worden ongeacht de inzet van theoretische kennis; zoals bij GREEN-KIDS het geval is. Met name de educatieve doelstelling lijkt te bepalen welke educatieve kenmerken het programma bevat. In een vervolgonderzoek zou gekeken kunnen worden naar de educatieve kenmerken van een commercieel programma met een andere doelstelling. Daarnaast is het interessant om de invloed van de commerciële doelstelling van een omroep op de vorm en inhoud van een educatief televisieprogramma nader te onderzoeken. Op welke manier is de invloed van sponsors daadwerkelijk te meten? En hoe bepaalt het willen overbrengen van een commerciële boodschap de vorm en inhoud van een programma? Anderzijds is het interessant te achterhalen of het in het algemeen zo is dat publieke omroepen meer rekening houden met de theorie over effectieve kindertelevisie en meer specifiek voor Nederlandse programma's. Aan de hand van dit onderzoek kan slechts uitspraak worden gedaan over een programma van de Britse publieke omroep en een Nederlandse commerciële omroep.

Referentielijst

Literatuur

Brants, K. "Opgejaagd door Cerberus: De moeizame mediatisering van de politieke communicatie." In *Journalistieke cultuur in Nederland*, edited by J. Bardoel, Chris Vos, Frank van Vree and Huub Wijfjes, 85-100. Amsterdam: Amsterdam University Press 2002.

Broeders, D. and I. Verhoeven. "Kiezen uit overvloed. Sociaal-culturele ontwikkelingen in vraag en aanbod in het medialandschap." In *Trends in het medialandschap: vier verkenningen*, edited by W. B. H. J. van de Donk, D. W. J. Broeders and F. J. P. M. Hoefnagel, 67-122. Amsterdam: Amsterdam University Press 2005.

Calvert, S. L. and J. A. Kotler. "Lessons from children's television: The impact of the Children's Television Act on children's learning." *Applied Developmental Psychology* 24 (2003): 275-335.

Calvert, S. L. and J. A. Kotler. "The Children's Television Act: Can media policy make a difference?" *Applied Developmental Psychology* 24 (2003): 375-380.

Coppens, T. and I. Devroe, "Publieke omroep en maatschappelijke identiteit." In *Identiteiten, functies en dysfuncties*, edited by A. van den Brande, 329-354. Gent: Academia Press 2002.

Donnelly, K. J. "Educational Programming." In *The Television Genre Book*, edited by Glen Creeber, 131-133. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009..

Duinsbergen, C. "Onderzoeksverslag Green-Kids." Stageverslag Master, Utrecht: Universiteit Utrecht, 2013.

Fisch, S. M. "Children's learning from television: It's not just 'violence.'" *Television* 18 (2005): 10-14.

Fisch, S. M. *Children's Learning from Educational Television: Sesame Street and Beyond*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, 2004.

Kirkorian, H. L. and Daniel R. Anderson. "Learning from Educational Media." In *The Handbook of Children, Media, and Development*, edited by Sandra L. Calvert and Barbara J. Wilson, 188-213. Malden: Blackwell Publishing Ltd., 2011.

Kirkorian, H. L., E. A. Wartella and D. R. Anderson. "Media and Young Children's Learning." *Future of Children* 18, 1 (2008): 39-61.

Lawler, L. J. "Educational Television and its Role in developing Countries." *International Review of Education* 11, 3 (1965): 326-336.

Linebarger, D. L. and J. T. Piotrowski. "Structure and Strategies in Children's Educational Television: The Roles of Program Type and Learning Strategies in Children's Learning." *Child Development* 81 (2010): 1582-1597.

Linebarger, D. L. et. al. "Effects of Viewing the Television Program Between the Lions on the Emergent Literacy Skills of Young Children." *Journal of Educational Psychology* 96 (2004): 297-308.

Linebarger, Deborah L. and Deborah K. Wainwright. "Learning while Viewing: Urban Myth or Dream Come True?" In *20 Questions about Youth and the Media*, edited by Sharon R. Mazzarella, 181-182. New York: Peter Lang Publishing, Inc., New York, 2007.

Maren, K. van. *Communicatie dossier: sponsoring*. Alphen aan den Rijn-Diegem: Kluwer, 2001.

Orde, H. vom. "Children, learning, and educational TV." *Television* 25 (2012): 38-41.

Otten, R. *Achter televisie: omroepmarkten en -structuren in West-Europa*. Antwerpen-Apeldoorn: Garant, 2011.

Stipp, H. "How children can learn from Television." *Applied Developmental Psychology* 24 (2003): 363-365.

Strasburger, V. C., B. J. Wilson and A. B. Jordan. *Children, Adolescents, and the Media*. Thousand Oaks CA: Sage Publications, Inc., 2009.

Valkenburg, P. *Beeldschermkinderen*. Amsterdam: Boom, 2008.

Wartella, E. and M. Robb, “Historical and Recurring Concerns about Children’s Use of the Mass Media.” In *The Handbook of Children, Media, and Development*, edited by S. L. Calvert en B. J Wilson, 188-213. Malden: Blackwell Publishing Ltd. 2011.

Zoonen, L. van. *Media, cultuur en burgerschap: een inleiding*. Apeldoorn-Antwerpen: Het Spinhuis, 2004.

Websites

“About Grown-ups.” BBC – Cbeebies. 2013.

<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/about/about-grownups>.

“CBeebies home.” BBC. 2013.

<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/>.

“Code RTL.” RTL Nederland – Over RTL Nederland. 2013.

<http://media.rtl.nl/media/experience/rtlnederland/codertl.pdf>).

“For teachers.” BBC – Cbeebies. 2013.

<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/about/for-teachers>.

“Green-Kids.” Green-Kids. 2013.

<http://www.green-kids.nl/>.

“Grown-ups” BBC – CBeebies. 2013.

<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/>.

“Leeftijdsadvies.” RTL Telekids. 2013.

<http://www.rtl.nl/programma/telekids/leeftijdsadvies/>.

“Meet the experts.” BBC – CBeebies. 2013.

<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/about/meet-the-experts>.

“Mission and Values.” BBC – Inside the BBC. 2013.

http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howeare/mission_and_values/.

“Mr. Bloom’s Nursery.” BBC – CBeebies. 2013.

<http://www.bbc.co.uk/cbeebies/grownups/shows/mr-blooms-nursery>.

“Programma’s.” RTL Telekids. 2013.

<http://www.rtl.nl/programma/telekids/programmas/greenkids.xml>.

Afleveringen

RTL Productions. “Sea Life,” *Green-Kids*, 4, directed by Richard Verburgh, 25-06-2013 (Nederland: RTL Telekids, 2013). Television.

RTL Productions. “Uilenboerderij,” *Green-Kids*, 4, directed by Richard Verburgh, 27-06-2013 (Nederland: RTL, 2013). Television.

RTL Productions. “De groenste klas van Nederland - De kleine prins,” *Green-Kids*, 4, directed by Richard Verburgh, 27-06-2013 (Nederland: RTL, 2013). Television.

Hancock, Jon. “Scared”, *Mr. Bloom’s Nursery*, 1, directed by Helen Scott, 24-06-2013 (Great Britain: BBC CBeebies, 2013). Television.

Hancock, Jon. “Bounce”, *Mr. Bloom’s Nursery*, 1, directed by Helen Scott, 24-06-2013 (Great Britain: BBC CBeebies, 2013). Television.

Hancock, Jon. “Bees”, *Mr. Bloom’s Nursery*, 1, directed by Helen Scott, 24-06-2013 (Great Britain: BBC CBeebies, 2013). Television.

Interview

Interview met Marcel Rix (redacteur Green-Kids), afgenomen op 20-02-2013. Interviewer: Cassandra Duinsbergen. *Transcript op te vragen bij interviewer C. Duinsbergen*.