

fictie op de vlaamse televisie : een kwantitatief onderzoek van het aanbod, de programmering en de consumptie

daniël biltereyst

INLEIDING

Uit recentelijk gepubliceerde analyses van het programma-aanbod van de BRTN en VTM (o.a. De Bens 1991; Milo 1991) blijkt dat vooral fictie en amusement in het algemeen, een steeds meer nadrukkelijke rol zijn gaan spelen in de programmering van de Vlaamse televisiestations. Deze ontwikkeling, die zich ook in het buitenland afspeelt (Biltereyst 1991a; X 1990), wordt vaak afgeschilderd als typerend voor de oprukkende homogenisering van het televisieaanbod en aldus ervaren als een nefast gevolg van het heersende systeem van mededinging.

In dit artikel gaan we dieper in op de betekenis en de rol van de programmacategorie fictie voor de Vlaamse televisie. Meer specifiek houden we ons in dit onderzoek bezig met de vraag welke (verschillende) functie(s) fictie vervult in het aanbod van de BRTN en VTM, welk (verschillend) programmeringsbeleid ze terzake voeren en welke publieke impact dit resorteert. Een dergelijke vraagstelling eist dat we hier een gecombineerde methode toepassen, waarbij de 'klassieke' aanbod/programmeringsanalyse wordt gekoppeld aan het onderzoek van de (mate van) consumptie. Deze weinig gebruikte methode is van belang om systematisch inzicht te verwerven in de publieke respons of impact van de verschillende soorten programma's.

De hierna volgende, louter kwantitatieve analyse van het aanbod en de consumptie van fictie (1) dient daarom beschouwd te worden als een eerste noodzakelijke terreinverkenning om een beter inzicht te verwerven in de relatie tussen een belangrijk onderdeel van het televisieaanbod (i.e. fictie) en de respons van het publiek.

De relevantie van dit onderzoek, dat zich concentreert op één programmacategorie, bevindt zich aldus in eerste instantie op het culturele vlak : fictie is immers een programmacategorie die op een verleidelijke wijze de aandacht en de betrokkenheid van de toeschouwer naar zich toe weet te halen en aldus spectaculair gestalte geeft aan een imaginaire wereld met specifieke waardensystemen.

Bovendien gaat het hier ook om een numeriek belangrijke categorie : ongeveer één derde van de globale kijktijd van de Vlaamse tv-consument gaat op aan fictie, terwijl de zenders er een iets kleiner aandeel van hun globale zendtijd aan spenderen.

Ook op algemeen heuristisch vlak kan het erg nuttig zijn om zich in de toekomst meer te gaan toespitsen op één categorie, daarbij gebruik makend van een verfijnd analytisch instrumentarium. Dit is vooral het geval voor categorieën zoals 'fictie' en 'amusement', die inhoudelijk vaak zo ruim gedefinieerd en (soms) negatief normatief geladen zijn, dat erg voorzichtig moet worden omgesprongen met de interpretatie van de onderzoeksresultaten. Een programmacategorie zoals 'fictie' bijvoorbeeld behelst op zich een erg bont gamma van programma's, verschillend van formaat, frequentie, herkomst, opzet, doelpubliek en (artistieke) kwaliteit. Deze kritiek is zeer zeker van toepassing op de hele discussie omtrent de verarming van het televisieaanbod en de beeldcultuur in het algemeen - een discussie waarin fictie een centrale rol speelt (2). De concentratie op deze programmacategorie is daarom tenslotte nuttig om de argumentatie, opgevoerd in het kader van dit cultuur- en televisiedebat, beter te stofferen en, waar nodig, te nuanceren.

METHODIEK

Onderzoeksopzet

Het materiaal voor dit onderzoek bestaat uit het totale fictieaanbod, vertoond op de Vlaamse televisiezenders tijdens het jaar 1990. In dat jaar maakten de verschillende Vlaamse zenders een eerste balans op van één jaar commerciële televisie. Vooral bij de BRT(N) werd een programmatorisch tegenoffensief aangekondigd en uitgevoerd (zie o.a. Cammaer 1991). Hierbij kwam de klemtoon steeds meer te liggen op de versterking van de aantrekkingskracht van de prime time.

Dit onderzoek spitst zich toe op fictieprogramma's met het ruime publiek als doelgroep (3). Programma's voor een specifiek publiek (zoals voornamelijk jeugdfilms en -series) worden hier niet in de analyse betrokken, omdat deze vanuit een geheel andere logica worden geprogrammeerd. De vraag hoe breed 'programmeerbare' fictie aangewend werd om een zo ruim

mogelijk publiek aan te spreken, staat hierbij centraal.

Onder 'fictie' verstaan we hier zowel series (een reeks fictieprogramma's met eenzelfde naam, maar die per aflevering een ander verhaal brengen), serials (een reeks fictieprogramma's met een doorlopend narratief karakter), tv-films (eenmalige fictieproducties, vervaardigd voor de televisie), alsook bioscoopproducties, vertoond op de televisie.

Voor deze analyse werd gebruik gemaakt van de databank van de BRTN-Studiedienst. Hier werden gegevens verzameld over o.a. de duur, de waardering en de kijkdichtheid van ieder uitgezonden programma van de BRTN-TV1, -TV2 en VTM. Bovendien werden alle programma's voorzien van een Escort-code (4), waardoor men ook gegevens kan verzamelen over de aard van het programma. In dit onderzoek zullen wij vooral aandacht besteden aan de frequentie, de vorm, het genre, de herkomst en de taal van het fictieaanbod.

Deze werkwijze heeft niet alleen het voordeel van de perfecte representativiteit (de analyse is niet beperkt tot een steekproef van een aantal weken) en de werkeconomische efficiëntie; ze was ook enigzins noodzakelijk om de gegevens van het aanbod stelselmatig in verband te brengen met die van de consumptie (i.e. kijkcijfers).

Naast deze evidente voordelen kan deze werkwijze wel enige problemen opleveren m.b.t. de validiteit van de door de BRTN-medewerkers ingevoerde codes per programma (zie Cammaer 1991; Gerritzen & Van de Ven 1991). Een steekproef gaf echter aan dat de betrouwbaarheid hiervan hoog was. De ervaring van de professionele codeurs heeft hier zeker toe bijgedragen.

In deze analyse onderscheiden we drie tijdsblokken, met daarin centraal de zgn. 'prime-time', bepaald van 19.00 u tot 22.29 u (5). Het onderzochte globale tijdsblok (van 12.00 u tot 01.00 u) dekte alle fictieprogramma's.

Indicatoren voor de consumptie

Om enig inzicht te krijgen in de consumptie van de verschillende soorten fictieprogramma's maken we gebruik van een tweetal indicatoren.

Een eerste, evenwel met voorzichtigheid te gebruiken indicator is de *gemiddelde kijkdichtheid*. Hierbij wordt het gemiddelde berekend van de kijkcijfers van een groep programma's. Een belangrijk nadeel van deze indicator is dat hij geen rekening houdt met de uiteenlopende lengte of zendtijd van de afzonderlijke programma's: een langspeelfilm van anderhalf uur tijdens de prime time weegt in deze optiek evenveel als een sitcom aflevering van 25 minuten tijdens de late avond. Dit voorbeeld toont aan dat deze indicator zich niet alleen weinig aantrekt van de lengte van de afzonderlijke programma's, maar ook dat hij zich niet inlaat met de afzonderlijke tijdsblokken (gekenmerkt door een verschillende kijkdichtheid). Het is daarom aangewezen om deze indicator enkel te gebruiken binnen

een strikt omschreven en niet te breed tijdsblok (vnl. prime-time).

Een tweede indicator, die voor een groot deel tegemoet komt aan deze moeilijkheden, heeft betrekking op de *relatie zendtijd/kijktijd* (zie o.a. Poesmans 1982; Straubhaar 1984). Hier wordt rekening gehouden met het aandeel van een bepaald programma in de globale zendtijd en in de globale kijktijd. Meer specifiek wordt de relatie gelegd tussen enerzijds het aandeel van een bepaald programma binnen de globale zendtijd, en anderzijds het aandeel van de kijkdichtheid ervan binnen de globale kijktijd. Binnen deze methode wordt voor ieder programma de kijkdichtheid vermenigvuldigd met de lengte ervan. Op deze manier gaat een langer programma verhoudingsgewijs ook meer wegen in de verwerking dan een korter programma.

Deze indicator legt in die zin de relatie tussen de zendtijd van een bepaald programma en zijn publieke impact of de blootstelling eraan. Voor deze kwantitatieve analyse van de consumptie van fictie zullen we dan ook vooral gebruik maken van deze indicator (6).

RESULTATEN

Globaal aanbod en opsplitsing per tijdsblok

In 1990 zonden de drie Vlaamse televisiestations gezamenlijk 2.167 uur fictie uit, waarmee zowat 30,08 % van de globale zendtijd werd gevuld. De Vlaamse kijker had hiermee de keuze uit bijna 6 uur fictie per dag. Het was vooral de commerciële zender, die hiervan het leeuwenaandeel voor haar rekening nam: VTM (1.230 uur) programmeerde meer fictie dan BRT(N)-TV1 (755 uur) en -TV2 (182 uur) samen. Bij de commerciële omroep was het relatieve belang van dramaprodukties binnen de globale zendtijd ook veel groter: hier bestond zowat 42,15 % van het totale aanbod uit fictie, terwijl dat bij TV1 25,9 % en bij TV2 13,27 % bedroeg. Voor de openbare omroep samen betekent dit een aandeel van 22,77 %. Hierbij vergeten we evenwel dat een ander belangrijk aandeel van het fictieaanbod, m.n. dat deel bestemd voor de jeugd, hier niet in verrekend werd. Indien we fictie als geheel nemen, dan is dat goed voor 30,96 % van het globale BRT(N)-TV-aanbod.

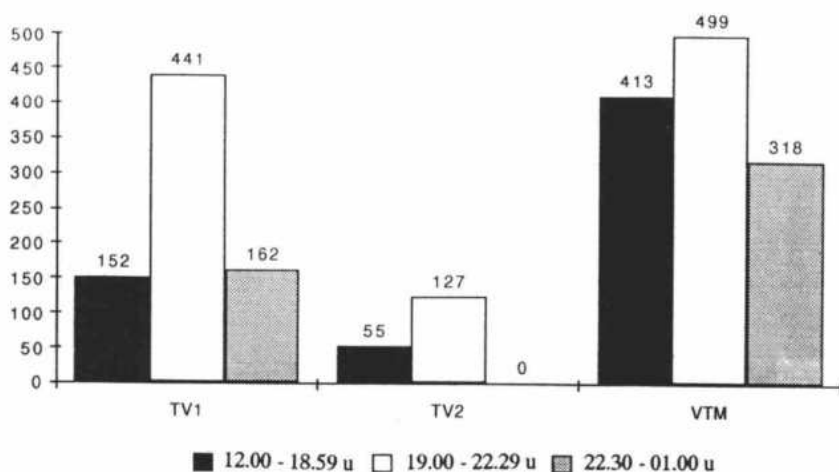
Fictie is hiermee ook de belangrijkste programmacategorie, zowel voor VTM als voor de BRTN-zenders. Bij de commerciële televisie wordt fictie in numerieke belangrijkheid gevolgd door licht amusement (26,85 %) en nieuws/informatie (20,58 %). Bij de twee netten van de BRTN-TV samen zijn dit nieuws/informatie (23,26 %), sport (13,04 %) en licht amusement (11,4 %).

Wanneer we *het globale fictieaanbod per tijdsblok* bekijken, dan is het opvallend dat TV1, TV2 en VTM duidelijk verschillende accenten leggen

voor wat de verdeling van dat globale aanbod betreft (zie grafiek 1). Terwijl VTM tijdens ieder tijdsblok veel drama programmeert, concentreert het fictieaanbod zich op TV1 vooral tijdens de prime time. Tijdens dit druk bekeken tijdsblok bedroeg het aandeel van drama-producties bij beide zenders zelfs bijna evenveel (voor VTM : 499 uur of 41,57 % van het prime time aanbod; TV1 : 441 uur of 36,6 %) (zie ook tabel 1).

Bij VTM fungeert fictie dus niet alleen als een belangrijke publiekstrekker (cf. het hoge aandeel tijdens ieder blok), maar tegelijk ook als goedkoop opvulsel tijdens de namiddag en de vroege vooravond. Rekening houdend met de verschillende tijdsblokken hecht TV1 relatief gezien erg veel belang aan drama, meer specifiek voor de versterking van de prime time : het eerste net van de openbare omroep voerde het aandeel ervan op van een gemiddelde van 25,9 % naar 36,6 %. Op TV2 blijft het aandeel van deze programmacategorie beperkt; tijdens het tijdsblok van 19.00 u tot 22.29 u merken we zelfs een lichte daling op (12,21 %).

Grafiek 1 : Fictieaanbod per zender en per tijdsblok (in uren)



Tabel 1 : Aandeel fictie per zender (voor globale zendtijd, tijdens prime time, %)

	Globale zendtijd	Prime time
TV1	25,90	36,60
TV2	13,27	12,21
VTM	42,27	41,57
Globaal	30,08	30,97

Wat de *respons van de kijkers* betreft is het bekend dat fictie in het algemeen een populaire programmacategorie is. Dit blijkt vooral uit een vergelijking met andere categorieën : fictie haalt hier doorgaans hogere kijkdichtheden dan de meeste andere categorieën. Ook wanneer we de verhouding zendtijd/kijktijd beschouwen (zie tabel 3) dan blijkt dat fictie in het algemeen meer kijktijd oplevert (32,31 %) dan dat de Vlaamse stations er zendtijd aan spenderen (30,08 %).

In dit artikel zijn we echter vooral op zoek naar de onderlinge verschillen in het gebruik en de rol van fictie voor de Vlaamse zenders. Zo presenteren we in tabel 2 de gemiddelde kijkdichtheid voor alle fictieprogramma's per zender, opgesplitst per tijdsblok. Hieruit blijkt duidelijk dat de gemiddelde kijkdichtheid opmerkelijk hoger ligt bij VTM, en dat deze ook gevoelig stijgt tijdens de prime time. Onderaan de tabel worden de gemiddelde kijkdichtheden voor fictie vermeld over alle tijdsblokken heen.

De gegevens in tabel 3 (waar de verhouding wordt weergegeven tussen het aandeel in de zendtijd en dit in de kijktijd) leren ons dat TV1 25,9 % van haar zendtijd uittrok voor fictie, wat 29,7 % van de kijktijd voor haar net opleverde. Ook bij TV2 lag die verhouding positief voor de kijktijd. Bij VTM echter bracht fictie, verhoudingsgewijs, minder op aan kijktijd (37,13 %) dan aan zendtijd (42,27 %). Deze opmerkelijke vaststelling heeft vooral te maken met het feit dat VTM globaal genomen heel wat meer fictie uitzendt, vooral tijdens minder druk bekeken tijdsblokken (voornamelijk tijdens de namiddag en de vroege vooravond) (zie grafiek 1), waardoor het aandeel in de globale kijktijd aanzienlijk zal dalen.

Tabel 2 : Gemiddelde kijkdichtheid voor fictieprogramma's per zender en per tijdsblok (%)

	TV1	TV2	VTM
12.00 - 18.59 u	2,68	2,40	4,77
19.00 - 22.29 u	9,50	8,03	13,80
22.30 - 01.00 u	3,79	0,00	5,03
Globaal tijdsblok	6,77	5,34	8,11

Tabel 3 : Relatie zendtijd/kijktijd per zender (%)

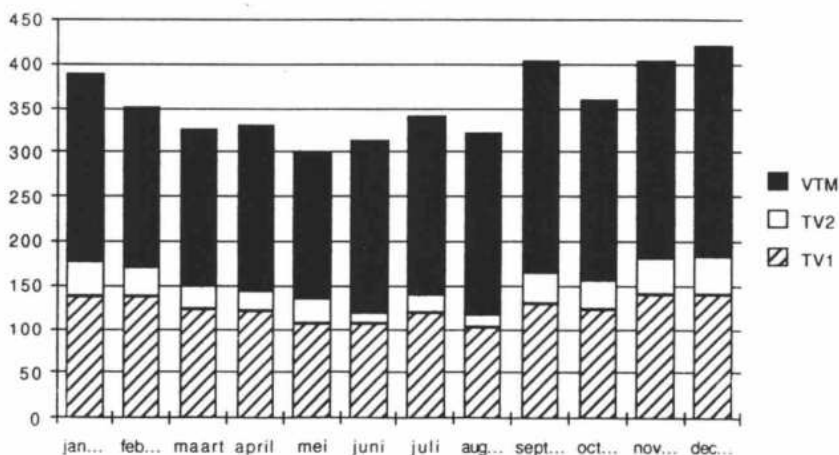
	Per zender		Over alle zenders heen	
	Zendtijd	Kijktijd	Zendtijd	Kijktijd
TV1	25,90	29,70	10,50	10,08
TV2	13,27	15,75	2,50	1,69
VTM	42,27	37,13	17,08	20,54
			Som 30,08	32,31

Wanneer we echter dezelfde indicator aanhouden, maar de globale zendtijd/kijktijd voor de drie zenders samen beschouwen, dan krijgen we een meer genuanceerd beeld van de voorkeur van de Vlaamse kijker. Vooral voor VTM ligt de verhouding dan veel gunstiger: ruim 17% van de globale zendtijd voor de Vlaamse televisiestations (i.e. TV1, TV2 en VTM samen) werd gevuld met fictie van de commerciële zender, terwijl meer dan 20% van de totale kijktijd van de toeschouwers uitging naar fictie op VTM. Voor de BRT(N)-zenders ligt deze verhouding licht negatief. Dit betekent dat wanneer de kijker fictie bekeek, dat hij/zij in twee op de drie gevallen afstemde op VTM.

Dagelijkse en maandelijkse schommelingen

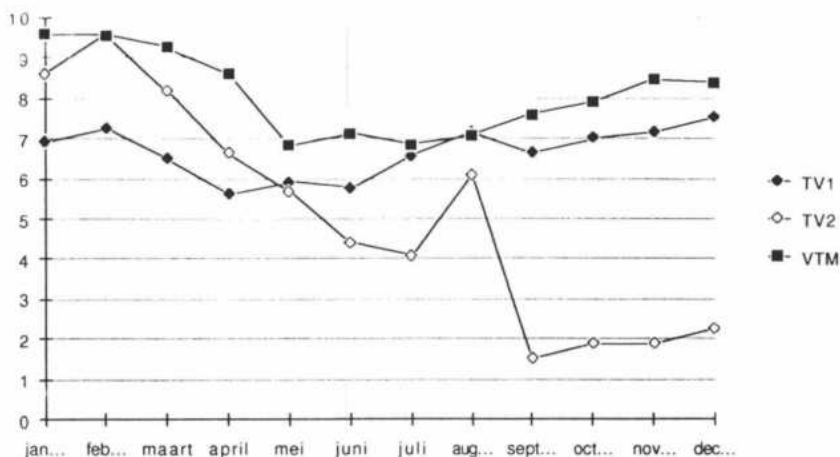
Het programmatorische belang van fictie valt ook op, wanneer we de maandelijkse en dagelijkse schommelingen in de analyse betrekken. Algemeen kan gesteld worden dat de Vlaamse televisiezenders fictie reserveren voor die periodes (maanden en dagen), die gekenmerkt worden door een hoge kijkdichtheid of programmaconsumptie.

Grafiek 2: Aantal minuten fictie per dag (opgesplitst volgens zender en per maand)



Uitgedrukt in de verschillende *weekdagen*, vormt vooral het weekend (en met name op vrijdag en zaterdag) de periode waarin veel fictie wordt geprogrammeerd, zowel door TV1 als door VTM. Wat de *maandelijkse schommelingen* betreft zijn het vooral de herfst- en wintermaanden, die gekenmerkt worden door een verhoging van het drama-aanbod. Het zomerseizoen (hier van de maand mei t.e.m. augustus) is traditioneel een periode waarin de kijkdichtheden gevoelig dalen; niet toevallig zakt ook hier het aanbod fictie, om vervolgens weer te stijgen tijdens de maand september. Om hiervan een gecorrigeerd beeld weer te geven presenteren we in grafiek 2 niet de globale cijfers van het maandelijkse aanbod in 1990, maar berekenden we het (gemiddeld) aantal minuten fictie per dag, opgesplitst per maand.

Grafiek 3 : Maandelijks evolutie in de kijkdichtheid per zender (%)



De *respons van de kijkers* hierop (uitgedrukt in kwantitatieve kijkdichtheidscijfers) verloopt niet (geheel) recht evenredig met deze schommelingen in het aanbod. Klassieke seizoensgebonden factoren spelen hierbij een doorslaggevende rol. Veel hangt echter ook af van de concrete programmering van specifieke programma's, inzonderheid van series en serials.

In grafiek 3 presenteren we de evolutie in de gemiddelde kijkdichtheid voor fictieprogramma's (over alle tijdsblokken heen). Hieruit blijkt dat de maanden mei en juni, evenals de zomermaanden, effectief gekenmerkt worden door beduidend lagere kijkdichtheden (schommelend rond 7 voor VTM en 6 voor TV1). De gemiddelde kijkdichtheden stijgen vervolgens slechts heel geleidelijk om een toppunt te bereiken tijdens de maanden

november en december. Opmerkelijk in deze grafiek is de scherp neergaande trend in de evolutie van de kijkdichtheden voor fictie op TV2. Deze daling tijdens de maand september kan volledig worden toegeschreven aan het feit dat de populaire Australische reeks 'Buren' bij het begin van september verplaatst werd naar TV1 en opgevolgd werd door een duidelijk minder geapprecieerde Amerikaanse soap ('Mooi en Meedogenloos') (7).

Oorsprong en taal

Een cruciaal discussiepunt in verband met het hoge en groeiende aanbod van fictie heeft betrekking op de herkomst ervan. Meer specifiek wordt vaak geopperd dat vooral commerciële zenders vanuit een inherente markteconomische logica op zoek gaan naar goedkope en populaire ontspanningsprogramma's en aldus hoofdzakelijk Amerikaanse series en serials programmeren (zie o.a. Noam 1991).

In grafiek 4 en tabel 4 gaan we dieper in op de herkomst van het fictieaanbod op de Vlaamse zenders. In deze analyse betrekken we zowel de belangrijkste import-, als de directe buurlanden. Meer specifiek weerhouden we de volgende regio's, landen en landengroepen :

- Vlaanderen
- Nederland
- Verenigde Staten
- Australië
- Groot-Brittannië
- Duitsland (in 1990 : West-Duitsland)
- Frankrijk
- Andere Europese landen
- Andere landen

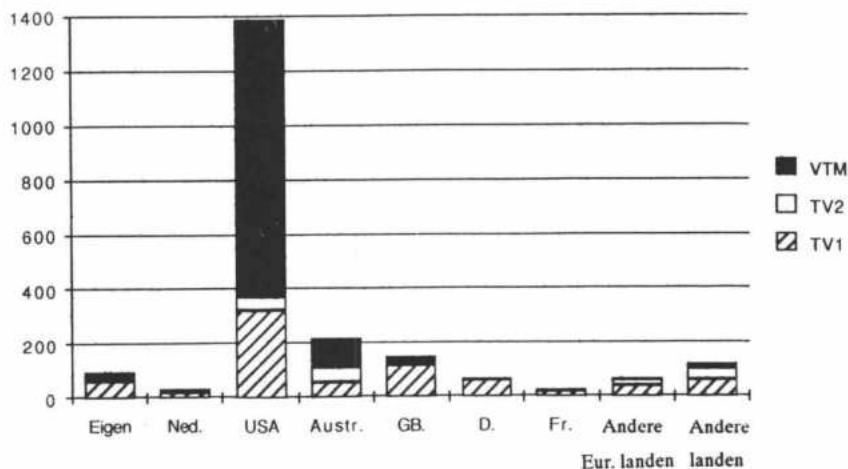
Grafiek 4, waar een visuele voorstelling wordt gegeven van het *globale drama-aanbod* per zender (uitgedrukt in uren), bevestigt de gekende en vooropgestelde suprematie van het Noordamerikaanse drama : in 1990 zonden de Vlaamse zenders meer dan 1.390 uur VS-drama uit, goed voor ruim 64 % van het globale fictieaanbod. Hiermee bevond Vlaanderen zich bij de Europese koplopers voor wat de 'amerikanisering' van het fictieaanbod betreft (Biltereyst 1991a).

Van dit Amerikaanse aanbod nam VTM alleen al meer dan 1.018 uur voor zijn rekening, goed voor 82,77 % van haar volledige fictieoutput. De daarop volgende belangrijkste importlanden waren Australië (globaal 220 uur, waarvan meer dan de helft gebracht door de commerciële zender), Groot-Brittannië (ruim 150 uur, waarvan 115 uur door TV1) en Duitsland (67 uur, hoofdzakelijk gebracht door TV1). Het aandeel van eigen

Vlaamse producties bedraagt 93 uur, waarvan 62 uur voor TV1 en 28 uur voor VTM.

Door in tabel 4 het aanbod volgens het land van herkomst op te splitsen *per tijdsblok* (uitgedrukt in percentuele aandelen per zender) krijgen we een meer genuanceerd inzicht in het concrete programmeringsbeleid van de verschillende zenders.

Grafiek 4 : Herkomst van het fictieaanbod per zender (in uren per jaar)



Tabel 4 : Herkomst van het fictieaanbod per zender en per tijdsblok (%)

	Tijdsblok 12.00 - 18.59 u			Tijdsblok 19.00 - 22.29 u		
	TV1	TV2	VTM	TV1	TV2	VTM
Vlaanderen/eigen	12,43	0,00	0,00	10,50	3,76	5,88
Nederland	0,00	0,00	0,00	3,82	2,60	2,60
USA	48,80	58,78	81,92	35,75	12,56	79,23
Australië	0,25	0,00	15,40	11,79	45,06	7,04
Groot-Brittannië	9,97	0,00	2,00	10,21	6,94	1,73
Duitsland	2,00	0,00	0,00	3,31	0,00	0,28
Frankrijk	0,94	0,00	0,00	13,40	3,96	0,00
Andere Eur. landen	1,20	0,00	0,00	6,20	14,40	1,22
Andere landen	24,40 (*)	41,22 (**)	0,68	5,00	10,72	2,00

(*) hoofdzakelijk Brazilië (voor 20,07 %)

(**) hoofdzakelijk Japan (voor 41,21 %)

	Tijdsblok 22.30 - 01.00 u		Gobaal Tijdsblok		
	TV1	VTM	TV1	TV2	VTM
Vlaanderen/eigen	0,00	0,00	8,25	1,57	2,26
Nederland	0,00	0,00	2,22	1,82	1,05
USA	57,47	89,85	42,91	26,44	82,77
Australië	0,00	3,96	6,90	31,54	9,05
Groot-Brittannië	34,47	2,44	15,33	4,85	2,14
Duitsland	1,13	0,00	8,20	2,77	0,00
Frankrijk	1,16	0,50	2,59	0,00	0,24
Andere Eur. landen	2,27	0,84	5,24	11,14	0,64
Andere landen	3,47	2,41	8,36	19,87	1,85

Eén van de meest in het oog springende bevindingen hier is zeker dat de commerciële zender over alle tijdsblokken heen het minst gevarieerde aanbod - wat de herkomst en de taal betreft - levert : VTM zendt over heel de dag hoofdzakelijk *Amerikaans* en, meer specifiek, Engelstalig drama uit. In 1990 bedroeg het aandeel *Angelsaksische fictie* er zomaar liefst 95,85 %, terwijl dat bij TV1 en TV2 beduidend lager lag (resp. 68,95 en 64 %). Buiten Nederlandse en Britse fictie (resp. 1,05 en 2,14 %) brengt VTM geen of erg weinig Europese producties. Vooral tijdens het tijdsblok van 12.00 u tot 18.59 u (voor het tweede VTM-nieuws) brengt de commerciële zender bijna uitsluitend Angelsaksische programma's (99,32 %, waaronder bijna 82 % uit de VS). Dit bevestigt de bevinding dat VTM dit soort fictie vooral tijdens dit tijdsblok gebruikt als goedkoop opvulsel (Tracey 1988 : 22) en vervolgens ook aanwendt als locomotief voor de avondprogrammatie. In dit geval werden bij voorkeur soaps (o.a. 'Dallas' en 'Santa Barbara') vertoond. Tijdens de prime time daalt dit aandeel verhoudingsgewijs voor alle zenders tot ongeveer 88 % (bijna 80 % uit de VS), om vervolgens opnieuw toe te nemen tijdens de late avond. Vooral bij TV1 is die laatste stijging in het aanbod opmerkelijk (57,47 %) (8).

Een andere bevinding is dat *dramaproducties in de eigen taal* (Vlaamse en Nederlandse fictieprogramma's) bij alle zenders hoofdzakelijk gereserveerd worden voor de drukst bekeken momenten : tijdens de prime time (zie tabel 4), tijdens het weekend (i.e. vrijdag, zaterdag en zondag) en tijdens de herfst- en wintermaanden (bijna geen eigen drama tijdens de periode mei - augustus). Het centrale belang van Nederlands gesproken drama valt nog meer op, wanneer we de gebruikte taal mee in rekening nemen : na Angelsaksisch drama (voor VTM was dat 95,85 %, voor TV1 : 68,95 % en voor TV2 : 64 %) vormen de Nederlandstalige producties de belangrijkste groep (resp. 3,31 %, 10,47 % en 3,39 %). Dramaproducties in een andere taal vinden in Vlaanderen (en zeker bij de commerciële zender) bijna geen afzet meer.

Tabel 5 : Herkomst van fictieaanbod : relatie zendtijd/kijktijd (Globaal tijdsblok, %)

	TV1		TV2		VTM	
	Zt	Kt	Zt	Kt	Zt	Kt
Vlaanderen	8,25	13,24	1,57	1,10	2,26	5,96
Nederland	2,22	2,90	1,82	2,50	1,05	2,04
USA	42,91	37,85	26,44	13,06	82,77	77,84
Australië	6,90	11,59	31,54	64,52	9,05	10,64
Groot-Brittannië	15,33	11,61	4,85	2,12	2,14	1,44
Duitsland	8,20	10,64	2,77	0,56	0,00	0,00
Frankrijk	2,59	2,98	0,00	0,00	0,24	0,18
Andere Eur. landen	5,24	7,56	11,14	4,15	0,64	0,36
Andere landen	8,36	1,63	19,87	11,99	1,85	1,54

Zt : % in totale zendtijd per zender

Kt : % in totale kijktijd per zender

Wanneer we geen rekening zouden houden met de aanwezigheid van drama in de eigen taal, dan wordt het relatief verminderde aanbod van Amerikaanse fictie tijdens de *prime time* (zie hoger en zie tabel 4) weggewerkt, zeker voor VTM : zonder Nederlandstalig drama bedraagt het aandeel Amerikaanse fictie op VTM dan 86,5 % en 41,7 % voor TV1.

De *prime time* lijkt m.a.w. voorbehouden aan eigen en Noordamerikaans drama.

De reden waarom de Vlaamse zenders eigen en Nederlandstalig drama reserveren voor de *prime time* heeft uiteraard te maken met de *consumptie en de populariteit* ervan (cf. tabellen 5 en 6, grafiek 5).

Wanneer we rekening houden met het aandeel van Vlaamse producties in de zendtijd en in de kijktijd, dan is het opvallend dat dit soort fictie aanzienlijk meer kijktijd oplevert (voor TV1 was dat 13,24 % en voor VTM : 5,96 %) dan dat men er zendtijd in heeft geïnvesteerd (resp. 8,25 % en 2,26 %) (tabel 5). Ook voor Nederlands drama ligt deze relatie positief. Opvallend is hier ook het succes van Australische dramaproducties, zowel op TV2 (series zoals 'Zonen en Dochters' en 'Buren'), TV1 (o.a. 'Buren') als op VTM (o.a. 'Flying Doctors'). Voor fictie uit de VS, Groot-Brittannië en andere Europese landen is die relatie eerder negatief.

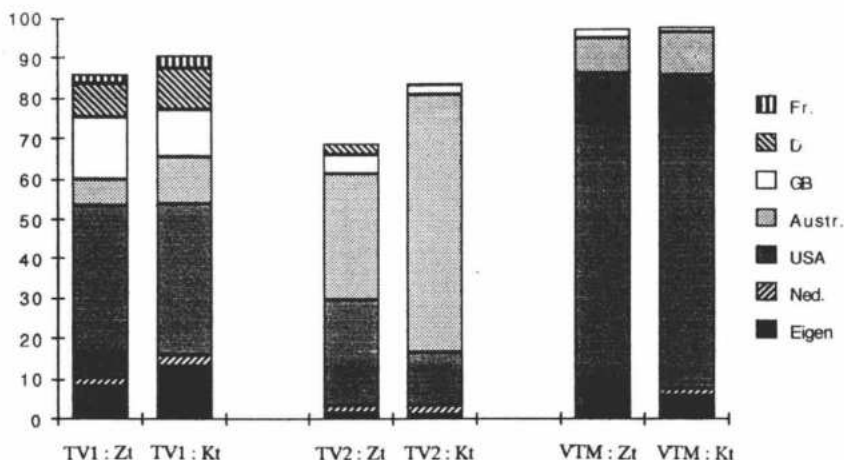
Tabel 6 : Gemiddelde kijkdichtheden voor fictie volgens herkomst en tijds de prime time (%)

	TV1	TV2	VTM
Vlaanderen	15,90	4,80	23,40
Nederland	9,18	6,45	20,30
USA	7,93	3,31	12,90
Australië	11,40	9,74	16,00
Groot-Brittannië	8,04	2,00	9,75
Duitsland	9,13	0,97	0,00
Frankrijk	9,47	0,00	8,40

De categorieën 'Andere Europese landen' en 'Andere landen' werden niet in deze tabel opgenomen.

Deze bevindingen worden ook bevestigd door de gegevens in tabel 6, waar we de gemiddelde kijkdichtheid presenteren van fictieprogramma's tijdens de prime time. Met uitzondering van TV2 (10) is eigen drama duidelijk het meest bekeken : bij TV1 (met series zoals 'Langs de Kade', 'Alfa Papa Tango' en 'FC de Kampioenen') bedroeg de kijkdichtheid gemiddeld 15,9 %, terwijl dat bij VTM (vooral 'Bompa' en 'Benidorm') zelfs rond 23 % schommelde. Nederlandse series haalden gemiddeld een kijkdichtheid van 9,18 % bij TV1 ('Zeg'ns Aa') en 20,3 % bij VTM (cf. 'Medisch Centrum West'). De hoger vernoemde Australische series scoorden ook hier erg hoog.

Grafiek 5 : Relatie kijktijd/zendtijd volgens de belangrijkste importlanden (%)



Categorieën 'Andere Europese landen' en 'Andere landen' werden niet in deze grafiek opgenomen.

Zt : % in totale zendtijd per zender

Kt : % in totale kijktijd per zender

Een erg opvallende bevinding is zeker dat Amerikaanse fictie volgens de door ons berekende consumptie-indicatoren eerder laag of negatief scoort, zeker in vergelijking met fictie van andere herkomst en vooral bij de BRT(N)-zenders. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de openbare omroep in 1990 geen sterke Amerikaanse series heeft weten te bemachtigen, deels door de aankooppolitiek van VTM. Toch moet bij de interpretatie van deze indicator ook rekening gehouden worden met het feit dat het aanbod Noordamerikaanse fictie tegelijk immens en heterogeen is, ook tijdens de prime time. De rol van VS-drama is eveneens erg gevarieerd : het levert niet enkel grote publiekstrekkingen ('Dallas', 'Miami Vice'), maar speelt ook een aanvullende rol.

Desondanks blijft de zgn. ruwe blootstelling aan Amerikaanse fictie hoog, zoals ook blijkt uit grafiek 5, waar we voor iedere zender het aandeel van de verschillende import-landen in de kijktijd (Kt) en in de zendtijd (Zt) visueel weergeven.

Serie-karakter

Een ander veel besproken aspect m.b.t. de aankoop- en programmeringspolitiek is zeker ook de frequentie van de dramatische programma's. Belangrijk hierbij is dat vooral langlopende reeksen en vooral serials erg aantrekkelijke, handige en efficiënte middelen zijn om een trouw publiek aan de zender te binden. Volgens critici zouden vooral commerciële zenders deze programmafrequentie verkiezen.

Voor deze analyse houden we rekening met eenmalige producties (waaronder tv-films en bioscoopproducties), series en serials (zie 'Onderzoek-opzet'). Deze laatste categorieën kunnen verder worden opgedeeld volgens uiteenlopende frequenties (zie tabel 7, linker kolom).

Wanneer we het globale fictieaanbod analyseren volgens de frequentie, dan is het duidelijk dat VTM iets meer gebruik maakt van reeksen (66,5 %) dan de BRT(N)-zenders (TV1 : 53,77 %; TV2 : 60,94 %). Wanneer de openbare zenders reeksen programmeerden waren het vooral serials, liefst meermaals per week (TV1 : 12,47 %; TV2 : 60,57 %; VTM : 9,78 %). VTM specialiseerde zich in wekelijkse series (41,95 %), terwijl vooral TV1 zich toelegde op eenmalige producties (46,23 %). Dit laatste uit zich ook in de programmering van bioscoopproducties : in 1990 bestond 30,79 % (232 uur) van het gehele TV1 fictieaanbod uit speelfilms. De helft daarvan werd geprogrammeerd op vrijdag. Bij TV2 bestond zowat

27 % van het fictie aanbod uit bioscoopproducties. Bij VTM bedroeg dit aandeel bijna 24 % (goed voor 295 uur), voornamelijk vertoond op zondag en vrijdag.

Tijdens de prime time (zie tabel 7 onder lemma 'P.t.') voltrekt zich een andere programmeringsstrategie, waarbij vooral TV1 haar output van reeksen (zowel series als serials) sterk opdrijft en zelfs een hoger aandeel bereikt dan VTM (resp. 62,2 % en 61,5 %). Toch blijven eenmalige fictie-producties voor alle zenders de belangrijkste categorie.

Ook wat het aanbod van eigen/nationale fictie betreft, neemt het beleid van de verschillende zenders een andere wending aan. Terwijl TV1 vooral de klemtoon legde op eigen wekelijkse series (27 uur) en eenmalige TV-producties (23 uur), spitste VTM zich in hoofdzaak toe op wekelijkse serials (20 uur).

Ook de aankoop van Noordamerikaanse fictie lag bij de openbare en de commerciële zender verschillend: VTM kocht hier in hoofdzaak wekelijkse series aan (51,83 % van de VS-import bij VTM), terwijl TV1 vooral beroep deed op (tv-) films (66,91 % van de VS-import bij TV1).

Tabel 7: Fictieaanbod volgens frequentie over alle tijdsblokken heen en tijdens de prime time (aandeel in %)

	TV1		TV2		VTM	
	Globaal	P.t.	Globaal	P.t.	Globaal	P.t.
Eenmalig	46,23	37,8	39,06	55,80	33,50	38,50
Series	21,81	29,2	0,15	0,20	42,33	36,20
Serials	31,96	33,0	60,79	44,00	24,17	25,30

Tabel 8: Gemiddelde kijkdichtheden voor fictie volgens frequentie en tijdens de prime time (%)

	TV1	TV2	VTM
Eenmalig	8,39	2,47	12,90
Serie : wekelijks	10,60	0,00	13,90
Serie : andere frequentie	6,30	1,30	10,30
Serial : 2/5 per week	10,20	9,74	17,90
Serial : wekelijks	8,05	1,30	14,60

Wat de *publieke respons* betreft is het duidelijk dat vooral serials, en meer in het bijzonder serials met een hogere frequentie dan één maal per week, de hoogste kijkdichtheidscijfers behalen (zie tabel 8 voor prime time dichtheden). Ook wanneer we gebruik maken van de relatie kijktijd/zendtijd blijkt dat vooral de serial een erg succesvolle formule is. Bij

VTM leveren de serials 25,3 % op van de zendtijd, terwijl men er 24,17 % aan zendtijd in investeert; bij TV2 is die balans nog veel gunstiger: 60,79 % van de zendtijd tegenover 78,78 % van de kijktijd.

Genres

Een laatste categorie die we in deze aanbods/programmeringsanalyse bekijken, heeft betrekking op de genres. Wanneer we gebruik maken van het Escort-categorieën systeem, dan dient er zich een zevental duidelijk omschreven genres aan (zie tabel 9, linker kolom). Alhoewel we ons voor dit deel van de analyse zullen baseren op de beschikbare gegevens, dient hier wel enig voorbehoud gemaakt te worden m.b.t. de codering. Fictieprogramma's zijn immers hoe langer hoe minder vatbaar in eenduidige genre-categorieën (9). De hierna volgende opdeling, gebaseerd op de beschikbare gegevens, dient daarom ook beschouwd te worden als (tegelijk) richtinggevend en voorlopig.

Uit tabel 9, waar we de relatie weergeven tussen de zendtijd en de kijktijd (binnen het globale tijdsblok), blijkt dat TV1 en VTM geen al te grote verschillen kennen voor wat de opsplitsing in genres betreft. Beide zenders spenderen het grootste deel van hun fictieaanbod aan de genres avontuur/actie (tussen 35 en 41 %), gevolgd door het genre soap/melodrama (tussen 26 en 34 %). Ook wat het aandeel van sitcoms betreft liggen beide concurrentiële zenders dicht bij elkaar (13 - 14 %). TV2 legt vooral de klemtoon op soap en tragedie.

Eén van de meest opmerkelijke genres is zeker 'soap/melodrama', die niet alleen behoort tot één van de meest uitgezonden genres; het is ook duidelijk één van de meest succesvolle. Dit genre brengt voor alle zenders meer op aan kijktijd dan aan zendtijd (zie tabel 9). Ook wat de gemiddelde kijkdichtheid betreft scoort soap het hoogst (zie tabel 10).

Tabel 9 : Relatie kijktijd/zendtijd voor fictie volgens genre (%)

	TV1		TV2		VTM	
	Zt	Kt	Zt	Kt	Zt	Kt
Comedy	13,01	12,34	3,77	3,84	14,12	16,52
Tragedie	16,07	11,58	27,57	13,72	11,54	10,10
Avontuur, actie	41,10	43,74	7,65	6,70	35,62	34,39
Historisch drama	2,48	2,34	2,30	0,66	0,00	0,00
Western	0,21	0,12	1,21	0,31	2,45	1,13
SF	1,05	0,49	0,15	0,04	1,49	1,20
Melodrama, soap	26,00	29,49	57,33	74,70	34,78	36,41

Zt : % in totale zendtijd per zender

Kt : % in totale kijktijd per zender

Alhoewel de verschuivingen naar de prime time toe niet erg spectaculair zijn (vgl. gegevens in tabel 9 en 10, onder lemma 'Zt'), kunnen we toch opmerken dat er bij alle zenders een lichte toename is van de populairste genres, m.n. actie/avontuur, comedy en (met uitzondering van TV2) soap/melodrama. Genres die weinig worden geprogrammeerd, lijken ook weinig publieke respons te krijgen (SF, western, historisch drama).

Wat de herkomst van de verschillende genres betreft, is het duidelijk dat Noordamerikaanse fictie vooral aangekocht wordt voor de genres actie/avontuur en soap/melodrama, zowel bij TV1 als bij VTM. Eigen drama speelt zich vooral af binnen de genres comedy en actie/avontuur.

Tabel 10 : Aanbod en gemiddelde kijkdichtheid voor verschillende genres tijdens de prime time (%)

	TV1		TV2		VTM	
	Kdh	Zt	Kdh	Zt	Kdh	Zt
Comedy	8,32	13,40	4,75	5,40	14,40	17,90
Tragedie	8,77	11,30	1,62	21,70	10,20	13,20
Avontuur, actie	9,22	45,10	3,95	11,00	13,20	37,10
Historisch drama	6,86	3,20	1,30	3,30	0,00	0,00
Western	0,00	0,00	1,20	1,70	6,44	1,20
SF	0,00	0,00	1,30	0,20	12,30	1,10
Melodrama, soap	10,50	27,00	9,22	56,70	15,80	29,50

Zt : % in totale zendtijd per zender tijdens prime time

Kdh : % Gemiddelde kijkdichtheid

CONCLUSIES

In dit onderzoek brachten we de analyse van het aanbod en de programmering samen met een onderzoek naar de mate van consumptie. Ondanks de vele gebreken van dit soort kwantitatief onderzoek, kregen we op deze manier een beter inzicht in de functie en de betekenis van fictieprogramma's voor de Vlaamse televisiestations.

Dit onderzoek bevestigt in het algemeen de centrale betekenis van fictie voor de Vlaamse zenders. Dit blijkt niet alleen uit de analyse van het ruwe aanbod, dat vooral het numerieke belang ervan aantoonde. Ook de kwantitatieve consumptie-indicatoren tonen aan dat fictie, zeker in vergelijking met andere categorieën, een publieksmaximaliserende werking heeft.

De programmatorische rol van fictie kan bestempeld worden als erg breed : het kan de gedaante aannemen van publiekstrekker, goedkoop pro-

grammatorisch opvulsel (vooral tijdens de namiddag en de late avond) en locomotief voor andere programma's (vnl. tijdens de vroege vooravond). Het gewicht en de functie van fictie nemen echter een andere gedaante aan per tijdsblok en per zender; de verschillende zenders leggen m.a.w. andere accenten in de keuze en de programmering. Vooral VTM bleek erg handig om al deze verschillende programmatorische capaciteiten van fictie aan te wenden.

Ondanks het overweldigende kwantitatieve aanbod was de fictieoutput van VTM tegelijk ook het minst gevarieerd: de commerciële zender zond bij voorkeur Noord Amerikaanse en Angelsaksische fictie uit, vergat hierbij anderstalig en vooral Europees drama en concentreerde zich op een paar specifieke genres. De BRT(N)-zenders boden een breder scala van fictieprogramma's aan: dit blijkt vooral uit de herkomst van de programma's en uit de vertoonde genres. Vooral TV2, dat echter weinig fictie programmeerde, had oog voor drama uit Europese en niet-Angelsaksische landen (cf. tabel 4).

Dit onderzoek, geconcentreerd op de ruime, intern heterogene en moeilijk vatbare categorie fictie (cf. 'Inleiding'), sluit zich in die zin ook aan bij de bevindingen van algemene programmeringsanalyses. Zo kan men stellen dat de BRTN-zenders, ook wat hun algemene fictieaanbod betreft, veel meer in de buurt lijken te komen van wat Ben Manschot (1988: 56, in navolging van Raymond Williams 1974) een 'public service-programmering' noemt: hier staat een breder, meer gevarieerd en geïntegreerd aanbod centraal.

Een verdere analyse nuanceert dit beeld echter gevoelig. Het onderzoek van de prime time toont immers aan dat tijdens dit centrale tijdsblok de twee concurrentiële netten TV1 en VTM in hun programmering van fictie heel wat overeenkomsten vertonen. Tijdens deze prime time voerde TV1 haar fictieoutput gevoelig op, ging zich toeleggen op populaire genres en concentreerde zich sterk op seriewerk. Ook op het vlak van de programmering van eigen dramatisch tv-werk gingen TV1 en VTM, geheel in de lijn van een logica van de mededinging (Biltereyst 1991a: 22-23), eenzelfde weg op tijdens de prime time. Het ziet er aldus naar uit dat de zgn. public service-programmering gaandeweg steeds meer plaats ruimt voor aantrekkelijke programmeringsstrategieën (Manschot 1988: 48). Toch is de diversiteit in het aanbod van TV1 (voor wat de herkomst betreft) ook tijdens de prime time beduidend ruimer (zie tabel 10).

De analyse m.b.t. de kwantitatieve consumptie eist vervolgens ook de aandacht op voor de publieke voorkeur voor verschillende vormen van fictie. Wat de genres betreft zijn dat vooral soaps, actie-series en comedies. Hetzelfde geldt voor de voorkeur voor serials. Kijken we naar de herkomst van de fictieprogramma's dan eisen vooral Amerikaanse series, maar ook Australische en eigen fictie de aandacht op. Een opmerkelijke bevinding in dit verband is zeker dat de publieke respons op Amerikaanse fictie niet

zo overweldigend is als vaak wordt vernoemd.

Toch mogen we hierbij niet uit het oog verliezen dat het aanbod van en de blootstelling aan VS-fictie (en fictie in het algemeen) erg groot blijven. Alleen daarom al dient in verder onderzoek dieper gepeild te worden naar de aard van de consumptie, om aldus beter greep te krijgen op de concrete en dagelijkse impact ervan (Biltereyst 1991b, 1992).

NOTEN

Met dank aan de BRTN-Studiedienst, in het bijzonder aan Dhr. Daniël Poesmans en Dhr. Herman Santy.

- (1) Voor theorievorming en een case-study rond kwalitatief receptieonderzoek in verband met fictie, zie Biltereyst 1991b en 1992.
- (2) In dit onderzoek houden we ons niet bezig met normatieve vraagstukken zoals b.v. de vraag of het grootste deel van het fictieaanbod 'pulp' of gestandaardiseerd seriewerk zou zijn.
- (3) In het Escort-systeem (zie verder in dit artikel) gaat het enkel om de code 'Doelgroep : 2000 : Algemeen publiek'.
- (4) Het Escort-categorieën systeem werd ontworpen in het kader van de EBU; 'Escort' staat voor : European System for Coding of Radio and Television Programmes.
- (5) Dit komt grosso modo overeen met wat in de VS de 'access prime time' en de 'prime time' genoemd wordt (Mousseau 1989). Om 19.00 u opent VTM zijn prime time met het nieuws, terwijl BRT-TV1 rond dat tijdstip een populaire soap programmeert (voor deze afbakening, zie ook Milo 1991 : 12)
- (6) Waarderingscijfers worden hier niet betrokken in de analyse. Eén van de redenen hiervoor was dat dergelijke gegevens voor VTM niet volledig beschikbaar waren.
- (7) De programmering van de succesvolle serie 'Buren' tijdens het jaar 1990 was overigens erg ongelukkig en eerder ondoordacht op lange termijn : tot midden maart '90 liep de serie na het journaal op TV1, waarna het verhuisde naar TV2 om er de beëindigde (en eveneens erg populaire) Australische serie 'Zonen en Dochters' te vervangen. In september tenslotte keerde de serie opnieuw naar TV1 terug.
- (8) TV2 zond in 1990 geen fictieprogramma's uit tijdens het tijdsblok 22.30 - 01.00 u.
- (9) De indeling in genres hangt ook af van het standpunt dat men inneemt bij de categorisering. Zo kan men spreken van o.a. een historische, theoretische of meer pragmatische indeling (Todorov 1970).
- (10) De verhouding voor eigen dramaproducties op TV2 is eerder negatief, wat te verklaren is door het feit dat het hoofdzakelijk ging om oude Vlaamse filmkomedies (b.v. 'Sinjorenbloed') die tijdens de zomerperiode werden uitgezonden.

LITERATUURLIJST

- Biltereyst, D. (1991a), Televisiefictie : een cultureel en economisch slagveld, *Argus, Nieuwsbrief voor Media en Communicatie*, (themanummer 7)
- Biltereyst, D. (1991b), Resisting American hegemony : A comparative analysis of the reception of Domestic and US fiction, *European Journal of Communication*, (6) : 469-497.
- Biltereyst, D. (1992), Identificatie en culturele identiteit : een analyse van de receptie en de populariteit van eigen en Amerikaans drama, pp. 185-201 in Heinsman, L. en Servaes, J. (Red.), *Televisie na 1992. Perspectieven voor de Vlaamse en Nederlandse omroep*. Leuven, Acco.
- Cammaer, G. (1991), Het publiek van BRTN en VTM, *Communicatie*, (21) : 24-50.
- De Bens, E. (1991), Flanders in the spell of commercial television, *European Journal of Communication*, (6) : 235-244.
- Gerritzen, R. en Van de Ven, M. (1991), Muziek op televisie. Een onderzoek naar muziekprogramma's op de Nederlandse televisie, *Massacommunicatie*, (4) : 317-324.
- Manshot, B. (1988), Publieke omroep en programmastrategie, pp. 39-57 in Heinsman, L. en Servaes, J. (Red.), *Hoe nieuw zijn de nieuwe media? Een mediabeleid met een perspectief*. Leuven, Acco.
- Milo, P. (1991), De programmering van BRTN en VTM, *Communicatie*, (21) : 1-23.
- Mousseau, J. (1989), La programmation d'une chaîne de télévision, *Communication et langages*, (80).
- Noam, E. (1991), La déréglementation de la télévision va-t-elle renforcer la domination d'Hollywood ? Une critique économique d'un raisonnement traditionnel, *Réseaux*, (50) : 159-172.
- Poesmans, D. (1982), *Eigen tv-drama op de BRT*. Brussel, BRT-Studiedienst, (intern rapport van de BRT-Studiedienst).
- Straubhaar, J.D. (1984), Estimating the impact of imported versus national television programming in Brazil, pp. 34-45 in Thomas, S., *Studies in Communication*. Norwood, Ablex.
- Todorov, T. (1970), *Introduction à la littérature fantastique*. Paris, Seuil.
- Tracey, M. (1988), Popular culture and the economics of global television, *Intermedia*, (16) : 8-25.
- Williams, R. (1974), *Television, technology and cultural form*. Glasgow, Fontana.
- X (1990), *The market for tv programming in Western Europe 1990*. London, Communications & Information Technology.