

televisie in vlaanderen: de invloed van de commercialisering op het programma-aanbod

een longitudinale structurele programma- analyse voor VTM en BRTN

katrien tanghe en els de bens

SITUERING VAN HET ONDERZOEK

Deze studie maakt deel uit van een F.K.F.O.-project, met als titel 'Onderzoek naar de repercussies van de komst van de commerciële zender VTM op de traditionele mediastructuren en mediaconsumptiepatronen in Vlaanderen' (1).

Al onmiddellijk na de lancering van VTM in februari 1989 rezen er heel wat vragen naar de gevolgen voor het traditionele omroepbestel in Vlaanderen. De academische wereld heeft zich in de voorbije vijf jaar dan ook in deze materie vastgebeten: tal van publikaties, workshops, congressen en licentieverhandelingen werden aan dit thema gewijd (2).

We hebben verder kunnen bouwen op de resultaten van dit overvloedige onderzoeksmateriaal, waarvan de conclusies echter niet eenduidig en soms zelfs tegenstrijdig waren. De oorzaak van dit alles was vaak te wijten aan een verschillende methodologische aanpak.

Rekening houdend met o.a. deze kritiek en met de opgedane ervaring hebben we getracht een optimaal onderzoeksapparaat uit te bouwen dat in de toekomst misschien voor longitudinaal onderzoek gebruikt kan worden.

In een eerste fase van het F.K.F.O.-project hebben we het programma-aanbod van BRTN en VTM geanalyseerd. Verder onderwerpen we specifiek het nieuwsaanbod van zowel VTM als BRTN aan een diepere analyse. Het tweede luik omvat een publieksonderzoek waarin het kijkgedrag gericht naar VTM en BRTN aan bod komt. In een derde luik staan we stil

bij de effecten van de komst van VTM op de reclame-inkomsten van de Vlaamse printmedia.

In deze bijdrage bespreken we de resultaten van het eerste luik, nl. de programma-analyse. De vragen zijn in essentie dezelfde als deze uit vorige studies, wel wordt nu de globale periode van 1988 tot en met 1992 in beschouwing genomen. Hebben de beide zenders in de afgelopen vijf jaar hun zendtijd uitgebreid? Kwam er bij BRTN meer amusement en fictie aan bod, verminderde het aanbod aan vormings- en kunstprogramma's? Bleef het informatieaanbod stabiel? In welke mate is de zenderprofilering van de twee BRTN-netten zichtbaar?

HET CATEGORIEËNSYSTEEM VAN DE PROGRAMMA-ANALYSE EN DE KEUZE VAN DE STEEKPROEF

Een groot deel van de tegenstrijdigheden van de verrichte studies is aan verschillen in steekproefkeuze of een gebrekkig categorieënsysteem te wijten. Zo vonden Bellens et al. (1990:19) een toename van de zendtijd tussen 1988 en 1989 van 50 u. per maand of 1 u.40' per dag voor de twee BRTN-zenders. Uit ons onderzoek zal verder blijken dat de zendtijd niet zo drastisch steeg, vermits hier rekening werd gehouden met de zomerafbouw en de studie van Bellens et al. slechts de maanden februari en november in rekening bracht. Ook in de studie van D'Haene (1990) - een programma-analyse in 1989 - ligt de gemiddelde totale zendtijd hoger voor TV1, TV2 en VTM, doordat de zomermaanden in zijn steekproef voor 25% zijn vertegenwoordigd. In onze studie zijn de zomermaanden voor één derde aanwezig. Terwijl deze korte termijnstudies lijken te wijzen op een uitbreiding van de totale zendtijd onder invloed van de komst van VTM, zal dit bij de bespreking van de resultaten voor BRTN genuanceerd worden.

Na analyse van tal van categorieënsystemen hebben we geopteerd voor een eigen systeem (3). Wat ons categorieënsysteem betreft, wilden we vooral een handig werkinstrument ontwerpen dat een antwoord kon opleveren op de vragen die hierboven geformuleerd zijn, dat toelaat om elk programma ondubbelzinnig in één categorie te plaatsen en dat vooral afgestemd is op onderscheiden die de kijkers zelf kunnen maken. Het heeft ons inziens geen zin onderscheiden in programma's te blijven zoeken, als deze door kijkers als dusdanig niet gemaakt worden.

Dat laatste criterium is één van de redenen waarom we het Escort-systeem van de EBU niet hebben gebruikt. Daarnaast is het een codesysteem dat afgestemd is op de programmatie van openbare omroepen. Het analyseren van de programma's van een commerciële omroep op basis van een instrument van de openbare omroep is niet correct. Daarnaast heeft het Escort-

systeem een (interne) administratieve functie, en ligt het aan de basis van een databestand. Het is m.a.w. niet meteen afgestemd op een (externe) concurrentiesituatie.

De uiteindelijke versie van het categorieënsysteem (zie bijlage) laat een rudimentaire indeling zien volgens intentie: er zijn drie hoofdcategorieën voor amusement, informatie en vorming. We onderscheiden verder andere hoofdcategorieën zoals de kunst- en de kinderprogramma's, omwille van het feit dat ze door kijkers als aparte programmasoorten herkend worden. De restcategorie omvat enerzijds programma's met een inhoud waarover de omroepmedewerkers geen beslissingsrecht hebben (b.v. programma's voor derden), en anderzijds uitslagen van loterijen, paardenwedrennen, e.d. De opsplitsing van de hoofdcategorieën in categorieën gebeurt op een inhoudelijke manier.

Onze amusementscategorie is ruim geformuleerd. Televisie is trouwens een geschikt amusementsmedium. De meeste programma's hebben de bedoeling mensen te amuseren, en dat impliceert dat deze programma's dan ook allemaal in die categorie thuishoren.

Zo hebben we er ook sportprogramma's, talkshows en human interest in gecatalogeerd. In andere categorieënsystemen (D'Haene, 1990; Raes, 1990) worden deze programma's in andere categorieën ingedeeld.

De categorie series valt uiteen in 'series', 'serials' en 'mini-series of mini-serials'. 'Series' zijn fictieprogramma's in opeenvolgende episodes die per aflevering een verhaal vertellen dat volledig afgerond wordt. 'Serials' of feuilletons daarentegen hebben plots die over de verschillende afleveringen heen lopen. We voegen er een subcategorie 'mini-series en mini-serials' aan toe, omwille van een verschillend programmatorisch belang: voor een mini-serie hoeft de kijker maximaal vier keer op de afspraak te zijn.

De fictiecategorie is ook ruim geformuleerd: ze omvat niet alleen series, feuilletons en films, maar ook de humoristische sketches en de kinderfictie.

De hoofdcategorie informatie is eerder nauw gedefinieerd, en omvat alleen die programma's die de 'serieuze' politieke, sociale, economische en culturele actualiteit benaderen. De informatiecategorie is in o.a. het Escort-systeem en ook bij D'Haene ruimer geformuleerd.

Verder hebben we duidelijk geopteerd voor een kunst- en niet een cultuurcategorie. Op die manier wordt de vaagheid van de categorie - toe te schrijven aan de moeilijke definiëring van het begrip 'cultuur' - vermeden. In de kunstcategorie maken we een opsplitsing naar kunstdisciplines, en voegen we een categorie toe die de kunstmagazines, die vaak verschillende disciplines in één aflevering belichten, apart klasseert. In de restcategorie vallen de andere kunstdisciplines die niet opgesomd staan, b.v. fotografie, architectuur,...

De vormingscategorie omvat meer dan de strikt educatieve en wetenschappelijke programma's. Ook documentaires, service- en doelgroepenprogramma's vallen hieronder, hoewel hun intentie tussen het informeren en voorlichten of 'bijbrengen' hangt. Dit is een gevolg van het voornemen om de informatiecategorie te beperken tot het strikte wereldgebeuren.

De consumentenmagazines hebben we als subcategorie losgetrokken van de andere serviceprogramma's omwille van hun opvallende populariteit, waaruit we kunnen afleiden dat de kijker ze als een aparte categorie beschouwt.

De kinder- en jeugdprogramma's zijn deze programma's die zich tot kinderen en jongeren tot 12 jaar richten. De serieuze kinderprogramma's onderscheiden zich van (educatieve) schooltelevisie door hun informatieve intentie. De amusementscategorie splitsen we op in fictief en niet-fictief amusement, om het aandeel fictie in de totale programmatie preciezer te kunnen berekenen.

Zoals reeds vermeld, hebben we de programma-analyse uitgevoerd voor de periode van 1988 (één jaar voor de komst van VTM) tot en met 1992. Voor elk jaar hebben we drie maanden in de analyse betrokken. De analyse van een volledige maand laat ons toe om consequent de maandelijkse en tweewekelijkse programma's op BRTN te registreren.

De keuze van de maanden februari, augustus en november voor elk onderzocht jaar werd door medewerkers van de programmatiediensten van zowel VTM als BRTN als een goede dekking beschouwd.

Van elke maand nemen we de eerste 28 dagen in de steekproef. Op die manier hoeven we geen rekening te houden met het verschil in dagen (28, 29, 30 of 31). In die eerste 28 dagen steken trouwens telkens 20 werkdagen en 8 weekenddagen.

We hebben onze gegevens uit de HUMO-programmagidsen gehaald.

De motivering hiervoor loopt gelijk met deze voor ons categorieënsysteem, waarbij de perceptie door de kijker als referentiekader dient. Een kijker gebruikt vaak een programmagids als oriëntering in het aanbod. De HUMO-gidsen zijn hierbij de meest informatieve en volledige.

Een televisieprogramma is dus een door HUMO als zelfstandig programma aangegeven eenheid, waarbij het beginuur is aangegeven. Het programma eindigt op het moment dat het volgende begint. De duur van een programma is het aantal minuten die tussen het beginuur van het programma en het beginuur van het daaropvolgende programma liggen, telkens zoals door HUMO aangegeven.

Voor de programma's waarvoor HUMO onvolledige informatie geeft, b.v. als er kans is dat een voetbalwedstrijd op het scherm komt i.p.v. de voorziene programma's, hebben we een beroep kunnen doen op de studiedienst van BRTN.

RESULTATEN

Steeds meer zendtijd?

Tabel 1: De totale zendtijd per zender: gemiddeld aantal uren en minuten per dag op jaarbasis

Zender	Onderzochte jaren				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM	---	7u.11'	7u.55'	8u.29'	9u.35'
BRTN-TV1	8u.45'	8u.58'	7u.54'	8u.34'	9u.09'
BRTN-TV2	2u.47'	3u.30'	3u.17'	3u.25'	5u.37'

We stellen een graduele maar forse stijging van de totale zendtijd bij VTM vast. Tussen 1989 en 1992 neemt het totale zendvolume met gemiddeld 2 uur per dag toe. Vooral in 1992 is de zendtijd flink uitgebreid. In het najaar begint de commerciële zender met namiddaguitzendingen en ochtendprogramma's op zondag. Op die manier kan de kijker al vroeger op de dag aan de zender gebonden worden, en wordt een doorvloei-effect naar de vooravond en de prime time periode bevorderd. Uiteraard heeft deze uitbreiding, naast een strategisch doel, ook het doel nieuwe reclameblokken te creëren die extra inkomsten binnenbrengen. Toch wijst het ons inziens op de sterke positie en het zelfvertrouwen van de jonge commerciële zender.

Volgens Depraetere wil VTM hiermee de trend volgen naar een volledige dagprogrammatie. Hij verwijst dan naar buitenlandse commerciële zenders die al 24 uur per dag uitzenden. Niettemin is de uitwerking van een 24-uren-programmatie volgens Depraetere niet meteen haalbaar. De dienst programmering van BRTN houdt er een zelfde mening op na, en wijst op de beperkte financiële middelen om de zendtijd zelfs maar met een aantal uur per dag uit te breiden.

In tegenstelling tot onze verwachtingen zien we dan ook dat het zendvolume op TV1 tussen 1989 en 1992 op hetzelfde niveau is gebleven: bijna 9 uur in 1988 en 1989 en 9 uur 9 minuten in 1992. De totale zendtijd gaat trouwens door een dieptepunt tussen 1989 en 1992, wat we interpreteren als een teken aan de wand dat de openbare omroep toen uit haar lood geslagen was door de sterke entree van VTM. De toename van de zendtijd in 1992 gaat gepaard met een algemene remonte van BRTN met o.a. de afronding van de herprofilering van TV1.

De totale zendtijd op het tweede BRTN-net blijft ongeveer stabiel tussen 1989 en 1992 en stijgt lichtjes tussen 1990 en 1992. We moeten hier wel rekening houden met het feit dat de hoge cijfers in 1992 deels te maken hebben met de uitzending van de Olympische Spelen in augustus. Dan nog kunnen we van een stijging van de zendtijd spreken, zeker als we de cijfers vergelijken met deze van 1988, ook een jaar waarin de Olympische Spelen werden gehouden.

Steeds meer amusement?

Tabel 2: Procentuele aandelen van de amusementsprogramma's in de totale zendtijd voor de drie zenders

Zender	Onderzochte jaren (in %)				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM	---	66,8	72,2	76,7	78,9
BRTN-TV1	48,7	45,7	51,9	52,5	56,6
BRTN-TV2	73,7	60,9	52,9	44,2	62,9

VTM is uiteraard de amusementszender bij uitstek. Maar liefst 67% van alle programma's in 1989 zijn amusementsprogramma's. Verder stellen we vast dat over de jaren dat aandeel nog uitgebreid is tot een piek van 79% in 1992. Het gaat niet alleen om een procentuele stijging, ook in absolute waarden is de toename spectaculair: van bijna 5 uur gemiddeld per dag in 1989 naar 7 uur 30 minuten in 1992.

Tussen de percentages van bijna alle jaren tekenen zich significante verschillen af, behalve tussen 1991 en 1992. Dat kan op een zekere saturatie wijzen.

In 1991 overtreft het aandeel amusement in absolute waarden (6 u.31') de aandelen amusement van beide BRTN-netten samen (6 u.04').

Ook op TV1 stijgt het aandeel amusementsprogramma's tussen 1988 en 1992. Deze stijging gebeurt min of meer gradueel met een aantal procenten per jaar, en is het sterkst tussen 1991 en 1992 van 52,5% naar 56,6% of met gemiddeld 40 minuten per dag. Dat de toename geleidelijk verlopen is, blijkt ook uit het feit dat er alleen een significant verschil is gevonden tussen de laagste en hoogste waarden (1988 en 1992).

Op het tweede BRTN-net tekent zich een omgekeerde evolutie af die de herprofilering van het net duidelijk bevestigt. In 1988 was het tweede net nog in zekere mate een amusementsnet. Vanaf 1989, met de concurrentie van VTM, verhuizen de amusementsprogramma's naar het eerste net en blijft het amusementsaanbod tot 1991 dalen. In 1992 stijgt het aandeel

weer, deels door de grote hoeveelheid sport die we in augustus hebben geregistreerd, maar ook deels omdat de herprofilering niet meer zo strikt wordt aangehouden. De formule kent geen succes, en nog steeds weet de BRTN-top niet wat met het net precies aan te vangen. Bij de schommelingen vinden we geen eenduidig te interpreteren significante verschillen.

Verder stellen we vast dat de amusementsprogramma's voor een stuk in de druk bekeken prime time uren geconcentreerd zijn. De percentages liggen in de prime time periode inderdaad hoger dan in de totale zendtijd: bij VTM is 81% (in 1989) tot 83% (in 1992) van de prime time periode gevuld met amusementsprogramma's, voor TV1 gaat het om 60% (in 1989) tot 79% (in 1992). Voor TV2 daarentegen liggen die prime time percentages iets lager dan de percentages in de totale zendtijd: 58% in 1989, een dieptepunt van 32% in 1991 en 53% in 1992. Ook tijdens de prime time uren tekent de herprofilering van de twee BRTN-netten zich af.

Steeds meer fictie?

Tabel 3: Procentuele aandelen van de fictieprogramma's in de totale zendtijd van de drie zenders

Zender	Onderzochte jaren (in %)				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM	---	58,7	54,9	51,9	52,0
BRTN-TV1	38,3	41,0	45,6	46,4	52,7
BRTN-TV2	23,0	23,5	17,7	17,9	23,6

Naast een toename van het totale amusementsaanbod verwachten we een toename van het fictieaanbod onder de druk van de commercialisering.

Bij VTM zien we het aandeel fictieprogramma's echter procentueel lichtjes dalen van 59% in 1989 naar 52% in 1992. In absolute waarden houdt dit weliswaar een uitbreiding van het aanbod in met 45 minuten per dag. De toename in 1992 is vooral toe te schrijven aan de opening van de namiddagblokken in het najaar, waarin voornamelijk series en feuilletons worden uitgezonden. We hebben dan ook een significant verschil gevonden tussen de absolute waarden voor 1992 en deze voor de voorafgaande jaren. Hoe dan ook blijft ruim de helft van de totale zendtijd op VTM aan fictieprogramma's gewijd.

Op BRTN-TV1 neemt het fictieaanbod daarentegen wel toe. Het aandeel stijgt van 38% in 1988 tot bijna 53% in 1992. In absolute waarden is dat een toename van gemiddeld 80 minuten per dag. Daar waar TV1 aanvan-

kelijk ruim een derde van de zendtijd met fictieprogramma's invult, is dat in 1992 al meer dan de helft. De 'achterstand' met VTM is ingehaald. Ook de gevonden significante verschillen tussen 1992 enerzijds en 1988 en '89 anderzijds bevestigen de hypothese grotendeels.

Bij TV2 stellen we een omgekeerde tendens vast, te wijten aan de herprofilering van het net. Het procentuele aandeel daalt over de jaren licht, maar neemt in 1992 weer toe. Meteen voegen we er aan toe dat deze toename deels te wijten is aan de overname van TV1-programma's tijdens de uren waarop TV2 geen eigen programmatie had.

Daarnaast zendt TV2 in 1992 meer films uit op werkdagen, na 22 uur.

Er is weliswaar geen sprake van een concentratie van fictieprogramma's in de prime time periode.

Op VTM liggen de aandelen in de prime time periode trouwens lager dan deze in de totale zendtijd. Daarnaast vermindert het aandeel met de jaren van 56% in 1989 naar 44% in 1992. In 1989 viel VTM vooral terug op aangekochte producties, meestal fictie, doordat een aantal eigen producties na een korte voorbereidingsperiode in 1988 nog niet uitzendklaar waren voor 1989. Later zou dat wel gebeuren: we zien dan o.a. een sterke toename van het aantal kwissen en spelletjes tot 1991. In 1992 daalt dat aandeel en neemt het infotainmentaanbod toe. Een aantal fictieprogramma's worden in de prime time uren aanvankelijk vervangen door kwissen en later door talkshows en human interest reportages.

Bij BRTN-TV1 stijgt het aandeel fictie wel, nl. van ruim een derde naar meer dan de helft van de prime time zendtijd. Er tekent zich met andere woorden een zelfde evolutie af als in de totale zendtijd. Gezien de aandelen dan ook op dezelfde hoogte liggen, kunnen we stellen dat TV1 wel haar aanbod aan fictieprogramma's uitbreidt, maar dat daarom niet concentreert in de prime time uren. Opvallend is wel dat door de simultane terugval van het fictieaandeel op VTM, het TV1-aanbod in 1991 en '92 dat van VTM overtreft (1991: VTM 78' en TV1 88' en in 1992: VTM 88' en TV1 107').

Op BRTN-TV2 zien we het aanbod teruglopen van ongeveer 30% in 1988 en '89 naar 13% in 1992. Aanvankelijk is het aanbod fictie in de prime time uren geconcentreerd, maar door de herprofilering van het net zien we dat de percentages in de prime time uren sterk terugvallen, en zelfs lager liggen dan deze voor de totale zendtijd. TV2 zendt vooral voor en na de prime time uren fictie uit, onder de vorm van resp. feuilletons en films.

Fictie uit Vlaanderen, Europa en vooral uit de Verenigde Staten en Australië

Tabel 4: De herkomst van de series en de feuilletons op VTM en TV1

Land van herkomst zender	Onderzochte jaren (in %)				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM					
Vlaanderen	---	2,7	2,6	3,0	10,8
Europa	---	3,7	1,1	8,3	5,8
U.S.A.	---	74,6	74,7	64,5	54,6
Australië	---	12,8	21,2	23,4	28,1
Rest	---	6,2	0,5	0,7	0,7
BRTN-TV1					
Vlaanderen	8,8	3,9	6,9	6,3	6,3
Europa	21,2	23,3	31,0	30,8	32,2
U.S.A.	40,3	21,8	29,1	41,6	40,0
Australië	23,8	33,0	13,1	19,6	21,1
Rest	6,0	18,0	20,0	1,7	0,0

Het aandeel Vlaamse series en feuilletons groeit met de jaren. Aanvankelijk biedt VTM nauwelijks 2,7% Vlaamse series en feuilletons aan, dat percentage loopt wel op tot bijna 11% in 1992. In absolute cijfers valt die stijging forser uit, doordat ieder jaar de zendtijd voor series en feuilletons geleidelijk toeneemt.

BRTN-TV1 biedt tot 1992 procentueel het meest Vlaamse series en feuilletons aan: tussen 6 en 8%. In 1992 ligt het aandeel Vlaamse producties op VTM weliswaar hoger.

Het aandeel Amerikaanse series en feuilletons blijft omvangrijk, maar neemt niet toe. Op VTM vinden we een afname van 74,6% tot 54,6%. Een aantal Amerikaanse series is door Vlaamse producties vervangen.

Hoewel het percentage Amerikaanse series en feuilletons in 1992 lager ligt, gaat het in werkelijkheid om een stijging. Het totale aanbod aan series en feuilletons is uitgebreid in de nieuwe namiddagblokken. Globaal gezien blijft het aandeel series en feuilletons dat uit de U.S.A. geïmporteerd wordt, substantieel. Voor de series alleen ligt het Amerikaanse aandeel zelfs op 70 à 80%.

Op BRTN-TV1 ligt het aandeel Amerikaanse series en feuilletons lager: rond de 40%. In 1989 en 1990 gaat het aandeel trouwens door een dieptepunt dat gepaard gaat met een hausse van producties uit andere landen en coproducties in die twee jaren. Wel is het zo dat in de loop van de jaren steeds minder series en steeds meer feuilletons van Amerikaanse makelij zijn.

Europese series en feuilletons komen op VTM niet zo dikwijls voor. Op BRTN-TV1 ligt dat aandeel hoger, het stijgt trouwens over de jaren van 21% tot 32%. Een belangrijk deel is hierbij afkomstig uit Groot-Brittannië (rond de 14%) en Duitsland (7 à 10%). Daarnaast is een groot deel van het aanbod aan series en feuilletons afkomstig uit Australië. Het gaat hier vooral om feuilletons. Het aandeel loopt op VTM met de jaren op van 13% tot 28%. Op BRTN-TV1 ligt het de laatste twee jaar rond de 20%.

Op BRTN-TV2 worden er veel minder series en feuilletons aangeboden dan op de andere twee netten. Het kleine aanbod bestaat vooral uit feuilletons, die net voor of in het begin van de prime time uren aangeboden worden. Aanvankelijk zijn bijna alle feuilletons uit Australië afkomstig: in 1988 69% en in 1989 91%. Het aandeel Australische feuilletons neemt af in 1990, verdwijnt in 1991 en bedraagt in 1992 nog slechts 10%. In de plaats komen er Amerikaanse feuilletons. Hun aandeel stijgt van 34% in 1990 tot 74% in 1992. Het aandeel producties uit andere landen en coproducties (de restcategorie) schommelt nogal. In 1988 bedraagt het aandeel 31%, concreet zijn dat Braziliaanse en Japanse producties. In 1989 en 1990 ligt dat aandeel nog op 9%. In 1991 wordt een piek van 45% bereikt. In 1992 ligt het percentage op 0.

Tabel 5: De herkomst van de films op VTM, BRTN-TV1 en TV2

Land van herkomst zender	Onderzochte jaren (in %)				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM					
Vlaanderen	---	2,0	0,0	5,2	11,4
Europa	---	7,9	3,4	6,4	8,3
U.S.A.	---	86,3	92,8	83,7	79,6
Australië	---	0,0	0,0	0,0	0,0
Rest	---	3,8	3,8	3,8	0,7
BRTN-TV1					
Vlaanderen	17,0	13,3	13,6	16,4	6,6
Europa	11,9	11,7	21,6	34,6	28,1
U.S.A.	62,0	61,7	51,2	44,9	61,7
Australië	2,1	2,2	2,3	0,0	0,2
Rest	6,9	11,0	11,3	6,9	3,2
BRTN-TV2					
Vlaanderen	0,0	4,8	0,0	14,3	0,0
Europa	37,5	37,5	50,0	42,8	34,1
U.S.A.	56,3	33,3	20,0	28,6	54,7
Australië	6,3	0,0	10,0	4,8	0,0
Rest	0,0	24,5	20,0	9,5	11,1

Hoewel er een meerderheid aan Amerikaanse films op het scherm komt, is er geen sprake van een duidelijke toename van het Amerikaanse aandeel. VTM brengt om en bij de 80% Amerikaanse films. Dat aandeel stijgt tot 93% in 1991, terwijl weliswaar het totale aanbod achteruitloopt. Dit percentage loopt dan terug tot 79% in 1992, terwijl dan het totale aanbod wat toeneemt. De schommelingen vallen dus te nuanceren.

Op BRTN-TV1 bestaat het filmaanbod voor meer dan de helft uit Amerikaanse producties. Dat aandeel is kleiner dan op VTM en daalt van 62% in 1989 tot 45% in 1991. In 1992 neemt het wel weer toe tot 62%. Deze laatste stijging is in absolute waarden drastisch, gezien de bijna verdubbeling van de totale zendtijd voor films. De uitbreiding van de zendtijd voor films is hoofdzakelijk met Amerikaanse producties ingevuld.

Het filmaanbod van TV2 bestaat in mindere mate uit Amerikaanse producties. Aanvankelijk daalt het aandeel van 57% in 1988 tot 20% in 1990 en daarna stijgt het tot 55% in 1992. Deze laatste toename houdt, net zoals op TV1, in absolute cijfers een nog scherpere stijging in, doordat de totale zendtijd ook drastisch toeneemt.

Het aandeel Vlaamse films blijft beperkt. VTM zendt in 1989 2% Vlaamse films uit, in 1990 niks. Daarna neemt het aandeel wel toe tot 11% in 1992. Deze laatste forse toename zou volgens Depraetere eerder toevallig zijn. Waarschijnlijk zijn de zeldzame Vlaamse films juist in onze steekproef geprogrammeerd.

Op TV1 ligt het aandeel Vlaamse films hoger. Het stijgt daarenboven van 13% in 1989 tot 16% in 1991, en valt in 1992 terug tot 7%. Deze laatste terugval is minder scherp in absolute cijfers, gezien de totale zendtijd van de categorie bijna verdubbelt tegenover 1991.

Op TV2 komen er nagenoeg geen Vlaamse films op het scherm.

Wat het aandeel Europese producties betreft, brengt VTM een klein aanbod, dat tussen 3 en 8% hangt. Depraetere geeft toe dat VTM eerder terughoudend is bij de aankoop van Europese films, omdat ze over het algemeen niet in de smaak vallen bij het grote publiek.

BRTN-TV1 brengt een groter aanbod aan Europese films. In 1989 is dat 11%, wat dan in 1990 en 1991 toeneemt tot 32% en daarna in 1992 procentueel terugvalt. In absolute waarden neemt het Europees aandeel in 1992 nog toe, doordat de totale zendtijd voor films op TV1 zo drastisch stijgt.

Het aanbod Europese films ligt op TV2 procentueel hoger dan op de andere zenders. In 1989 is dat 37%, en in 1990 toch al 50%. Deze piek dient genuanceerd te worden, gezien de totale zendtijd voor films in 1990 is gehalveerd. De eigenlijke toename van het Europees aandeel situeert zich in 1991 en in 1992 (niet procentueel maar in absolute waarden, door een verdubbeling van de zendtijd voor films).

Het Australische aandeel in films is klein op alle zenders. Australië is vooral een importland voor feuilletons. Ook producties uit andere landen

en coproducties vormen een minderheid, hoewel BRTN-TV1 en TV2 er een groter aanbod van hebben dan VTM.

Samengevat stellen we vast dat het aandeel Amerikaanse producties hoog ligt maar niet toeneemt. Op VTM is 20% van de Amerikaanse series en feuilletons vervangen door Vlaamse en Australische producties. Het aandeel Amerikaanse films ligt al bij de aanvang zo hoog, dat een substantiële toename bijna onmogelijk is.

Op TV1 is er ook geen echte toename van het Amerikaanse fictieaanbod vast te stellen. In 1988, voor de komst van VTM, liggen de percentages trouwens hoger dan in de jaren 1989 en '90. Toch blijft het aandeel Amerikaanse fictie groot. De populariteit bij de kijker is hier uiteraard de grote oorzaak. Daarnaast is de prijs voor de uitzendrechten van Amerikaanse producties veel lager dan de kostprijs van b.v. eigen fictie. Ten slotte kan VTM zich bogen op een sterke onderhandelingspositie bij de Amerikaanse productiehuizen. VTM kan hierbij het argument hanteren dat de zender alleen in Vlaanderen op de kabel te zien is en niet daarbuiten. Daardoor kunnen de grote productiehuizen hun uitzendrechten nog eens ten gelde maken in Nederland en in Wallonië. Dat vormt volgens Depraetere een doorslaggevend argument bij de productie-maatschappijen.

BRTN kan dit argument echter niet hanteren, omdat het ook in Wallonië en Nederland op de kabel te zien is. Deze situatie noodzaakt BRTN om zich meer op de Europese markt te richten voor hun aankopen. De enige manier voor BRTN om nog aan een aantal Amerikaanse kaskrakers te geraken, is het aankopen van grote pakketten films, met een aantal bekende titels en daarnaast minder succesvolle of televisiefilms. Deze grote voorraad aan films wordt dan op het eerste net in de namiddag en op het tweede net na prime time uitgezonden. Bij de series en feuilletons zien we dat slechts 40% van Amerikaanse makelij is.

De toename van het Vlaamse fictieaanbod is eerder bescheiden op VTM en TV1. De reden ligt bij de hoge kostprijs voor de productie van eigen series en feuilletons, die voor een kleine 'kijkersmarkt' bestemd zijn. In het beste geval kunnen de Vlaamse producties nog op de Nederlandse zenders vertoond worden. De lucrativiteit van eigen series en feuilletons is m.a.w. beperkt, maar het succes bij het beperkte Vlaamse kijkpubliek is wel groot.

Het aandeel Vlaamse films blijft heel laag omwille van de beperkte financiële middelen en de grote commerciële risico's. De komst van VTM heeft enkel de productie van eigen feuilletons en series, en niet zozeer van films aangemoedigd. Tekenend is de vaststelling dat BRTN op haar eerste net nog het meest Vlaamse films uitzendt. BRTN is trouwens bij veel van deze producties (mede)financier. We veronderstellen dat VTM op dit terrein eerder terughoudend is.

Hoe zit het met het informatieaanbod?

Tabel 6: Procentuele aandelen van de informatieprogramma's in de totale zendtijd voor de drie zenders

Zender	Onderzochte jaren (in %)				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM	---	15,1	15,1	15,8	12,6
BRTN-TV1	11,8	12,8	15,1	15,1	14,8
BRTN-TV2	7,5	12,4	14,3	15,5	10,6

Het informatieaanbod is op VTM en TV1 redelijk stabiel gebleven.

Op VTM loopt het informatieaanbod in de totale zendtijd wat terug in 1992. De daling is enerzijds te wijten aan een terugval tegenover 1991 met een aantal minuten (van 79' naar 70'), terwijl het totale zendvolume in 1992 drastisch stijgt. De procentuele daling in 1992 tekent zich dan ook af in een significant verschil tussen 1992 enerzijds en de voorgaande jaren anderzijds. De nieuwsuitzendingen nemen niet evenredig toe met de uitbreiding van de zendtijd, om de simpele reden dat de productie van (eigen) informatieprogramma's duurder is, terwijl de extra zendtijd zich op minder lucratieve tijdstippen van de dag situeert. Volgens Depraetere heeft VTM niet de ambitie om een ruimer informatieaanbod te brengen. Eerder wil men de kant van de infotainment en 'reality shows' op.

Op TV1 neemt het informatieaanbod lichtjes toe in 1989 en 1990, en stabiliseert zich dan. In absolute cijfers is er weliswaar jaarlijks een kleine toename met een paar minuten gemiddeld per dag: in 1988 ligt het gemiddelde op 61 minuten, in 1989 op 67 minuten en in 1992 op 79 minuten. Deze geleidelijke en bescheiden toename resulteert niet in significante verschillen.

Op TV2 verdubbelt het aanbod tussen 1988 (13') en 1992 (33'), hoewel de percentages dit niet als dusdanig laten blijken. De procentuele daling in 1992 dient in die zin genuanceerd te worden, en is volledig toe te schrijven aan de zendtijduitbreiding n.a.v. de Olympische Spelen, maar ook over de rest van het jaar.

Het prime time aanbod blijft voor de drie zenders ongeveer op hetzelfde niveau. Het aanbod van VTM en TV1 ligt op een gemiddelde van ongeveer 30 minuten. Wel daalt het aanbod van VTM over de jaren met een paar minuten, terwijl het TV1-aanbod met een paar minuten stijgt. Het TV2-aanbod verdubbelt van 13 minuten in 1988 naar 26 minuten in 1991, en valt een beetje terug tot 21 minuten in 1992.

Hoewel het aanbod op VTM en TV1 kwantitatief gelijk loopt, zijn er toch verschillen in de invulling van die zendtijd. In een aantal studies is geweten op verschillen in de tijds- en aandachtsverdeling over verschillende onderwerpen en op verschillen in presentatievorm (4). In een latere onderzoeksfase hopen we verschillen op kwalitatief inhoudelijk vlak vast te leggen.

Kunstprogramma's verhuizen naar TV2

Tabel 7: Procentuele aandelen van de kunstprogramma's in de totale zendtijd voor de drie zenders

Zender	Onderzochte jaren (in %)				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM	---	0,0	0,0	0,0	0,0
BRTN-TV1	4,9	5,2	3,8	3,8	2,7
BRTN-TV2	5,7	5,2	8,0	11,9	8,3

Gezien de beperkte groep kijkers voor kunstmagazines ligt de rentabiliteit in termen van reclame-inkomsten te laag, zodat VTM er ook geen aanbiedt.

Het aanbod aan programma's gewijd aan Schone Kunsten blijft in zijn globaliteit ongeveer stabiel over de twee BRTN-netten. Door de herprofilering van de netten vermindert het aanbod op het eerste net en stijgt het op het tweede net. Op het eerste net is er steeds minder plaats voor moeilijkere programma's. Het gemiddeld aanbod halveert van 30 minuten in 1989 tot 16 minuten in 1992. Het tweede net vangt deze programma's op. Het aanbod verdubbelt van gemiddeld 10 minuten per dag in 1989 tot 21 minuten in 1992. Wanneer we de cijfers voor de twee netten samentellen, stellen we vast dat het totale aanbod aan kunstprogramma's even groot is gebleven (40' in 1988 en 37' in 1992).

Het weren van kunstprogramma's uit de prime time uren dateert al van voor 1989. In die zin kunnen we niet spreken van een VTM-effect. In 1988 was er nog plaats voor gemiddeld 5 minuten Schone Kunsten per dag op het eerste BRTN-net (cf. het vroegere Kunstzaken). Vanaf 1990 verdwijnen de kunstmagazines volledig uit de prime time uren. Op het tweede net doet zich een omgekeerde ontwikkeling voor. In 1990 stijgt het prime time aandeel kunstprogramma's sterk (van gemiddeld 6 naar 13 minuten per dag), en blijft vanaf dan ongeveer op hetzelfde niveau.

Steeds minder vormingsprogramma's

Tabel 8: Procentuele aandelen van de voorlichtende en vormende programma's in de totale zendtijd voor de drie zenders

Zender	Onderzochte jaren (in %)				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM	---	0,9	1,5	0,7	1,3
BRTN-TV1	17,7	16,6	12,5	12,0	8,8
BRTN-TV2	10,1	12,0	18,6	21,8	12,2

Naast de kunstcategorie is de vormingscategorie een domein waarbij de verschillen tussen commerciële en openbare omroepen duidelijk aan bod komen.

VTM heeft een heel beperkt aanbod, dat rond de 1% blijft hangen. BRTN-TV1 biedt 6 tot 30 keer meer vormingsprogramma's aan. Ondanks het veel groter aanbod, daalt datzelfde aanbod toch jaarlijks. In 1992 is het aanbod - vergeleken met 1988 en '89 - gehalveerd: van resp. 96 en 91 minuten naar 47 minuten in 1992. Zowel procentueel als in absolute cijfers vinden we dan ook een significant verschil tussen 1988 en '89 enerzijds en 1992 anderzijds. Veel van deze programma's zijn nl. verplaatst naar het tweede net.

Op BRTN-TV2 stijgt inderdaad het aandeel vormingsprogramma's tot 1991, maar neemt weer af in 1992. We vinden dan ook een significant verschil tussen piekjaar 1991 enerzijds, en 1989 en 1992 anderzijds. Deze afname in 1992 vormt een uitzondering op de algemene lijn van de herprofilering van het tweede net. De oorzaak is te vinden bij het minder streng educatief karakter van sommige programma's afkomstig van de instructieve omroep, die daardoor onder de categorie vrijetijdsprogramma's (doe-het-zelf, tuinieren) vallen. Verder is deze terugval in 1992 eigenlijk een terugval tot op het niveau van 1990 (ongeveer 35%), en dient het cijfer van 1991 als een uitzonderlijke piek beschouwd te worden.

In de prime time uren doet zich een zelfde tendens voor. Het aanbod op TV1 neemt af van 22' in 1988 naar 2' in 1992. Op TV2 stijgt het aanbod van 4' in 1988 tot 41' in het piekjaar 1991, en bedraagt 29' in 1992. Hiermee wordt hetzelfde niveau bereikt als in 1991.

Wanneer we de zendtijd voor vormingsprogramma's op het eerste en tweede BRTN-net samentellen, zien we dat het globale aanbod toch terugloopt: van 1 u.54' in 1988 naar 1 u.22' in 1992.

Kinderprogramma's: minder bij VTM, meer op BRTN

Tabel 9: Procentuele aandelen van de kinderprogramma's in de totale zendtijd voor de drie zenders

Zender	Onderzochte jaren (in %)				
	1988	1989	1990	1991	1992
VTM	---	16,7	10,9	6,9	7,1
BRTN-TV1	11,2	16,5	14,0	14,8	14,1
BRTN-TV2	0,0	1,9	0,0	0,0	3,1

Het aandeel in kinderprogramma's van VTM neemt sterk af in de loop van de jaren. Op vier jaar tijd is het aanbod zelfs bijna gehalveerd (van 71' naar 39'), terwijl het totale zendvolume juist drastisch uitgebreid is. We vinden een significant verschil bij de percentages tussen bijna elk jaar, behalve tussen 1991 en 1992. Bij VTM zelf geeft men ook toe dat de afname te wijten is aan het reclameverbod in en rond kinderprogramma's. Dergelijke programma's zijn 'verlieslatend' en komen daarom nauwelijks aan bod. Liever vervangt men ze door komedies en familieseries die zowel door kinderen als volwassenen bekeken worden, en waarrond wel reclameblokken toegelaten worden. Een mogelijke opheffing van dit verbod kan deze evolutie omkeren. Op BRTN-TV1 loopt het aandeel kinderprogramma's lichtjes op met de jaren, het piekjaar 1989 buiten beschouwing gelaten. Vanaf 1991 stijgt het aanbod evenredig met de uitbreiding van de totale zendtijd.

BRTN-TV2 biedt in principe geen kinderprogramma's aan. De minimale metingen in 1989 en 1992 zijn grotendeels te wijten aan het feit dat het tweede net soms programma's van het eerste net overneemt vooraleer de eigen uitzendingen beginnen.

BESLUIT

We stellen globaal gezien vast dat het programma-aanbod in Vlaanderen onder de druk van de commercialisering, en meer concreet door de komst van VTM, wijzigingen heeft ondergaan.

De totale zendtijd breidde uit, weliswaar vooral bij VTM en in mindere mate bij BRTN, omwille van financiële beperkingen.

Wel zien we de aandelen amusement toenemen op VTM en TV1, en afnemen op TV2. Hetzelfde geldt voor de prime time aandelen. Tegelijk zien

we de tendens op VTM en TV1 om de amusementsprogramma's in de prime time periode te concentreren, terwijl het omgekeerde geldt voor TV2. In tegenstelling tot onze verwachtingen zien we dat het aandeel fictie op VTM niet stijgt, doordat dat percentage al van bij de aanvang zo hoog ligt. Op TV1 neemt het aandeel fictieprogramma's wel toe, en wordt een 'achterstand' met VTM ingehaald. Op TV2 loopt het aandeel terug tot in 1991 en neemt het weer toe in 1992. Dezelfde tendensen vinden we voor de drie zenders terug in de prime time periode. Niettemin worden de fictieprogramma's niet in de drukst bekeken uren geconcentreerd.

We zien wel dat op VTM en op TV1 er meer plaats is voor Vlaamse series en feuilletons. Het aandeel Amerikaanse fictie blijft substantieel, maar neemt niet toe. Op VTM liggen deze aandelen al van bij de aanvang heel hoog, waardoor sterke stijging niet meer mogelijk is. Op BRTN-TV1 neemt het aandeel Amerikaanse fictie af. Op TV2 vinden we weliswaar een toename van Amerikaanse feuilletons en in 1992 ook van Amerikaanse films.

TV1 en vooral TV2 brengen een noemenswaardig aanbod van Europese producties op het scherm.

Het aanbod aan informatieprogramma's blijft ongeveer stabiel op VTM en TV1 en verdubbelt op TV2. Dat geldt evenzeer voor het prime time aanbod op de drie zenders. Toch merken we op dat samen met de uitbreiding van de zendtijd op VTM het informatieaanbod niet mee uitbreidt.

VTM brengt verder geen kunstprogramma's en nauwelijks vormingsprogramma's, tenzij een documentaire of een verbruikersmagazine. De openbare omroep doet dat nog wel. De kunst- en vormingsprogramma's verhuizen voor een deel naar het tweede net. Hierbij blijft het globale aanbod aan kunstprogramma's even groot, het aanbod aan vormingsprogramma's neemt echter af.

Op de diensten programmering van zowel VTM als BRTN laat men weliswaar doorschijnen dat de grote aanpassingen aan de programmaschema's nu voorbij zijn. Vanaf 1992 zou een stabilisatie moeten optreden, vooral bij VTM en op het eerste net van BRTN. De enige verschuiving die volgens VTM- en BRTN-mensen nog zal optreden, is een uitbreiding van de soft-news sector met human interest, talkshows en vooral reality shows (b.v. Rescue 911, Top Cops).

Het tweede net daarentegen zou wel nog hervormingen meemaken. De profilering als alternatief of aanvullend net naast het populaire TV1 loopt wat mank en zal worden aangepast.

BIJLAGE

Categorieënsysteem voor de analyse van het programma-aanbod van VTM en BRTN

1. Amusement

- 1.1.0. Kwissen en spelletjes
- 1.2.0. Sport
- 1.3.0. Vrije tijd en hobby, huis-,tuin en keukenaangelegenheden
- 1.4.0. Infotainment, opgesplitst in:
 - 1.4.1. Talkshows
 - 1.4.2. Rest human interest - nieuws in de marge
- 1.5.0. Populaire muziek, shows en variété
- 1.6.0. Cabaret, humor en satire
- 1.7.0. Series
 - 1.7.1. 'Series'
 - 1.7.2. 'Mini-series en -serials', max. 4 afleveringen
 - 1.7.3. 'Serials' of feuilletons
- 1.8.0. Tv- en bioscoopfilms

2. Informatie

- 2.1.0. Journaals
- 2.2.0. Actualiteits- en duidingsprogramma's

3. Kunst

- 3.1.0. Klassieke muziek
- 3.2.0. Theater en ballet
- 3.3.0. Plastische kunsten
- 3.4.0. Literatuur
- 3.5.0. Combinatie van verscheidene Schone Kunsten
- 3.6.0. Restgroep, onduidelijk of ondefinieerbaar welke kunstvorm, verder ook alles wat niet is opgesomd, b.v. architectuur en fotografie

4. Voorlichting en vorming

- 4.1.0. Schooltelevisie en permanente vorming
- 4.2.0. Wetenschappelijke programma's
- 4.3.0. Documentaires
- 4.4.0. Consumentenprogramma's
- 4.5.0. Andere voorlichtende en service programma's, b.v. verkeerstips en doelgroepenprogramma's

5. Kinder- en jeugdprogramma's (kinderen tot en met 12 jaar)

- 5.1.0. Informatieve en andere serieuze kinderprogramma's (b.v. ook jeugddocumentaires, maar geen schooltelevisie)
- 5.2.0. Amusementsprogramma's voor kinderen
- 5.2.1. Niet-fictief amusement: kwissen, spelletjes, knutselmagazines, shows e.d.
- 5.2.2. Fictief amusement: films, series, cartoons en animatiefilms

6. Restcategorie

- 6.1.0. Kerkelijke erediensten, Lotto, Tiercé, en alles wat verder niet in de andere categorieën kan worden geplaatst
- 6.2.0. Derdenprogramma's

Herkomst van de fictieprogramma's: categorieënsysteem

1. Fictieprogramma's:

- 1.6.0. Humoristische programma's
- 1.7.0. Series, waaronder:
 - 1.7.1. 'Series'
 - 1.7.2. 'Mini-series' en -serials'
 - 1.7.3. 'Serials' of feuilletons
- 1.8.0. Tv- en bioscoopfilms
- 5.2.2. Kinderfictie

2. Landen van herkomst:

- 1. Vlaanderen
- 2. Nederland
- 3. Frankrijk
- 4. Duitsland
- 5. Groot-Brittannië
- 6. Andere Europese landen
- 7. U.S.A.
- 8. Australië
- 9. Brazilië
- 10. Andere landen, buiten Europa, die niet opgesomd zijn
- 11. Coproducties tussen Vlaanderen en andere Europese landen
- 12. Coproducties tussen Vlaanderen en de U.S.A.
- 13. Coproducties tussen Vlaanderen en andere landen (rest)
- 14. Coproducties tussen Europese landen onderling (zonder België)

15. Coproducties tussen Europese landen en de U.S.A.
16. Coproducties tussen Europese landen en andere landen (rest)
17. Coproducties tussen andere landen (zonder België en Europese landen)

Terminologie in de tabellen:

Rest: 9 + 10 + 12 + 13 + 15 + 16 + 17.

NOTEN

- (1) Het project wordt gedurende 3 jaar, van 1992 tot en met 1994, gefinancierd door het Fonds voor Kollektief Fundamenteel Onderzoek, een overheidsfonds binnen het Nationaal Fonds voor Wetenschappelijk Onderzoek.
- (2) Cf. Bellens et al., 1990; D'Haene, 1990; Nys, 1990; Milo, 1991; Raes, 1990; Van Poecke en Van der biesen, 1991.
- (3) Cf. het EBU Escort-systeem; D'Haene, 1990; Goekint, 1986; Krüger, 1989, 1991, 1992; Raes, 1990; Souchon, 1991.
- (4) Cf. Campforts et al., 1990; Lagast, 1990; Uyttenbroeck, 1990; Van den Hoof, 1990; Van Poecke en Van der biesen, 1991.

LITERATUURLIJST

- Bellens, J. et al. (1990) *Het Programma-aanbod van BRT en VTM*. Projectoefening Practicum Communicatiewetenschap, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven (onuitgegeven).
- Campforts, A. et al. (1990) *Vormvergelijking Journaal BRT-VTM*. Projectoefening Practicum Communicatiewetenschap, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven (onuitgegeven).
- De Bens, E. (1990) 'Televisie in Vlaanderen: steeds meer pulp...', *Ons Erfdeel*, 33 (5): 653-658.
- De Bens, E. (1991) 'Flanders in the Spell of Commercial Television', *European Journal of Communication*, 6 (2): 235-244.
- D'Haene, K. (1990) *Vergelijkende Programma-analyse van de Openbare en Commerciële Televisie in Vlaanderen*. Eindverhandeling, Seminarie voor Communicatiewetenschap, U. Gent (onuitgegeven).
- Goekint, K. (1986) *Vergelijkende Programma-analyse van het Televisie-aanbod in België*. Eindverhandeling, Seminarie voor Communicatiewetenschap, U. Gent (onuitgegeven).
- Krüger, U.M. (1989) 'Konvergenz im dualen Fernsehsystem? Programm-analyse 1989', *Media Perspektiven*, (12): 776-806.
- Krüger, U.M. (1991) 'Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme im dualen System. Programmanalyse 1990', *Media Perspektiven*, (5): 303-332.

- Krüger, U.M. (1992) 'Rundfunktypen formieren ihre Profile. Programmanalyse 1991', *Media Perspektiven*, (8): 508-545.
- Lagast, H. (1990) *Vergelijkende Analyse tussen VTM Nieuws (19u.) en BRT Journaal (19u.30) naar Inhoud, Vorm en Structuur*. Eindverhandeling, Seminarie voor Communicatiewetenschap, U. Gent (onuitgegeven).
- Nys, J. (1990) *De Invoed van de Commerciële Televisie op de Programmatie van Openbare Omroepen: Status Questionis BRT-VTM*. Eindverhandeling, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven (onuitgegeven).
- Milo, P. (1991) 'De Programmering van BRTN en VTM', *Communicatie*, 21 (2): 1-23.
- Raes, B. (1990) *De Impakt van Commerciële Televisie op de Programmering van de Openbare Omroep. Een Case-study: de Programmering van de BRT in Prime-time voor en na de VTM*. Eindverhandeling, Sectie Communicatiewetenschap, V.U.B. (onuitgegeven).
- Souchon, M. (1991) 'Où va la Télévision Française?', *Médiaspouvoirs*, (21): 144-154.
- Uyttenbroeck, A. (1990) *Het Televisienieuws op BRT en VTM. Een Inhoudsanalytische Vergelijking*. Eindverhandeling, Sectie Communicatiewetenschap, V.U.B. (onuitgegeven).
- Van den Hoof, T. (1990) *Televisieberichtgeving na de Demonopolisering van het Omroepbestel in Vlaanderen: een Stand van Zaken en een Vergelijkende Analyse van het BRT-journaal en het VTM-nieuws*. Eindverhandeling, Sectie Communicatiewetenschap, V.U.B. (onuitgegeven).
- Van Poecke, L. & Van der biesen, W. (1991) 'Programma- en Nieuwsaanbod op BRT en VTM. Een Onderzoeksverslag', in *Strategieën van Openbare Omroepen versus Commerciële Omroepen. Referaten van het 13de Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap*. Gent: U. Gent.
- X, *Escort*. EBU (bewerkte Nederlandse versie met definities december 1987).

INTERVIEWS

met Guido Depraetere, programmadirecteur VTM, 16 februari 1993.

met Peter Govaerts, wetenschappelijk medewerker dienst programmering BRTN, 1 maart 1993.