

brtn of vtm? het kijkgedrag van de jonge vlamming

katrien tanghe en els de bens

SITUERING VAN HET ONDERZOEK

Aan de Universiteit Gent loopt nu sinds twee jaar een F.K.F.O.-project o.l.v. Prof. Dr. E. De Bens, dat de repercussies van de lancering van VTM als centraal thema heeft. In een vorig nummer van dit tijdschrift kwam het eerste luik van het onderzoek, nl. een programma-analyse voor VTM en BRTN, aan bod.

In het tweede luik van het onderzoek stonden we stil bij de receptie bij de televisiekijker. We gingen nl. op verkenning naar het kijkgedrag van de Vlamming, toegespitst op VTM en BRTN.

Het kijkgedrag hebben we geoperationaliseerd in: het belang van televisie in de vrije tijd, het kijkvolume, de programma- en zendervoorkeur, de kijkmotivaties en kijkrituelen en het imago van VTM en BRTN. Daarnaast gingen we op zoek naar mogelijke verbanden tussen achtergrondvariabelen en deze kijkgedragvariabelen, en naar verbanden tussen de kijkgedragvariabelen onderling.

Deze bijdrage schetst de belangrijkste bevindingen over het televisiekijkgedrag en de gevonden correlaties tussen opleidingsniveau, kijkvolume, zender- en programmavoorkeur (1).

Om praktische redenen werd de steekproef afgebakend op twee subpopulaties: de jongeren enerzijds en de volwassenen (tussen dertig en veertig) met een gezin en jonge kinderen anderzijds. Een uitgebreide schriftelijke vragenlijst werd aangeboden aan laatstejaars humaniora-studenten, tijdens een lesuur. Om de tweede subpopulatie te kunnen bereiken, konden we dezelfde enquête meegeven aan kinderen uit het eerste leerjaar (lagere school) met het verzoek aan één van de ouders om deze in te vullen.

Bij de groep laatstejaars-studenten (ca. 18-jarigen) werden er 550 enquêteformulieren uitgedeeld, waarvan 528 geldig bevonden en voor een verdere analyse gebruikt werden. De jonge volwassenen (ca. 30-jarigen) werden via hun kinderen benaderd d.m.v. 529 vragenlijsten. Daarvan keerden 394 geldige exemplaren terug.

Bij de groep 18-jarigen hadden we een betere controle op de samenstelling van de steekproef. We hebben dan ook in overeenstemming met de cijfers die het Ministerie van Onderwijs ons gaf, een evenwichtige samenstelling over de onderwijsniveaus nagestreefd. Van onze steekproef zat 44,9% in het A.S.O., 31,4% in het T.S.O. en 26,6% in het B.S.O. (2). De gemiddelde leeftijd lag op 17,5 jaar (najaar 1992). Verder waren er 51,1% jongens en 48,9% meisjes, afkomstig uit Gent en voorsteden en uit het platteland in West-Vlaanderen (Torhout en omgeving).

Bij de groep jonge volwassenen was de controlemogelijkheid eerder beperkt. We hadden dan ook een oververtegenwoordiging van vrouwen: nl. 61%. De verdeling volgens het opleidingsniveau was als volgt: 25,1% hogere opleiding, 49,3% middenopleiding en 25,6% lagere opleiding (3). De gemiddelde leeftijd lag op 35 jaar (najaar 1992). Ook hier hebben we dezelfde verdeling tussen stedelijk gebied en platteland nagestreefd.

HET KIJKVOLUME EN HET BELANG VAN TELEVISIE BIJ VLAAMSE JONGEREN EN DERTIGERS

Televisie kijken neemt een flink stuk van de vrije tijd in beslag. De helft van de respondenten, zowel bij de jongeren als bij de jonge volwassenen, hangt in een normale weekdag gemiddeld 1 tot 3 uur voor de buis.

We stellen verder vast dat de jongeren minder tv kijken dan jonge volwassenen: er zijn iets meer low viewers bij de jongeren en iets meer heavy viewers bij de jonge volwassenen.

Tabel 1: Kijkvolume bij jongeren en jonge volwassenen

Kijkvolume	Jongeren	Jonge volwassenen
Low viewers	37,9%	28,5%
Medium viewers	50,0%	49,5%
Heavy viewers	12,1%	22,0%

low viewers: tot 1 uur gemiddeld per weekdag

medium viewers: tussen 1 en 3 uur gemiddeld per weekdag

heavy viewers: meer dan 3 uur gemiddeld per weekdag

Hoewel er enkele uren per dag aan televisie gespendeerd wordt, is het niet zo dat televisie kijken als een favoriete hobby wordt beschouwd. Op de (open) vraag waarop de respondenten hun favoriete hobby konden aanduiden, werd slechts door 2,4% van de jongeren en door 4% van de jonge volwassenen televisie kijken vermeld.

DE ZENDER- EN PROGRAMMAVOORKEUR

Op een open vraag waarbij de respondenten zelf hun voorkeurzender invullen, komt bij de jongeren VTM als de uitgesproken favoriet naar voor: 42,5% kiest de commerciële zender uit als hun voorkeurzender, slechts 26% kiest voor TV1. Bij de jonge volwassenen liggen de zaken anders: 46% kiest TV1 uit als favoriete zender, terwijl bijna 34% voor VTM kiest (4).

Verder is MTV voor 11,7% van de jongeren de favoriete zender. De jonge volwassenen vermelden de popzender niet eens.

Tabel 2: Zendervoorkeur bij jongeren en jonge volwassenen

Favoriete zender	Jongeren	Jonge volwassenen
VTM	42,5%	33,7%
BRTN-TV1	26,0%	46,0%
Rest	31,5%	20,3%

associatiematen: Cramer's $V = 0,21$
contingentiecoëfficiënt = 0,21

significantie: $p = 0,0000$

Tabel 3: Kijkfrequentie van een aantal zenders bij jongeren en dertigers (5)

Zender	18-jarigen		30-jarigen	
	dikwijls	af en toe	dikwijls	af en toe
VTM	59,4%	30,0%	52,7%	27,1%
TV1	52,4%	41,9%	60,5%	33,9%
TV2	8,6%	39,7%	17,2%	49,0%
MTV	51,6%	34,0%	5,2%	21,5%

Wanneer we naar de *kijkfrequentie* vragen (of de respondenten dikwijls, af en toe of bijna nooit naar bepaalde zenders kijken) zien we dezelfde volgorde terug keren. Bij de jongeren zijn VTM, TV1 en MTV de meest

frequent bekeken zenders. Bij de jonge volwassenen zijn dat eerst en vooral TV1 en in tweede instantie VTM. Verder toont tabel 3 ons dat er grote verschillen optreden in de kijkfrequentie van het tweede BRTN-net. Bijna 52% van de jongeren kijkt bijna nooit naar TV2. Bij de jonge volwassenen daarentegen kijkt 49% af en toe en 17% dikwijls.

Tabel 4: Favoriet programma van jongeren en jonge volwassenen

Favoriet progr.	Jongeren	Volwassenen	Totaalgemiddelde
Series	38,6%	13,9%	28,7%
Feuilletons	11,0%	7,1%	9,4%
Films	5,2%	7,7%	6,2%
Journaals	5,4%	26,1%	13,7%
Actualiteiten	3,2%	7,7%	5,0%
Talkshows	6,8%	9,5%	7,9%
Human Interest	7,4%	6,8%	7,2%
Popmuziekprogr.	6,0%	0,0%	3,6%

associatiematen: Cramer's V = 0,43

contingentiecoëfficiënt = 0,39

significantie: $p = 0,0000$

Ook wat de programmavoorkeur betreft, stellen we vast dat de twee subgroepen er soms andere smaken op na houden. Naar het favoriet programma werd gepeild in een open vraag waarbij de respondenten de naam van hun favoriete programma vermelden.

Uiteraard zijn er een aantal programma's die bij beide subgroepen populair zijn: infotainment (talkshows en human interest reportages) en fictie (series, feuilletons en films).

Anderzijds treden toch een aantal verschillen naar voor: de jongeren hebben een sterkere voorkeur voor popmuziek en voor fictie, nl. films, series en feuilletons, dan de dertigers. De jonge volwassenen geven eerder de voorkeur aan informatieve programma's: journaals en actualiteitenmagazines. De associatiematen wijzen op een duidelijk generatieverschil.

IS ER EEN EXCLUSIEF VTM- OF TV1-PUBLIEK?

Kiefer (1992:189-190) stelt dat er in Duitsland een grote 'systeemtrouw' is bij het publiek dat op de openbare zenders afstemt. Het kernpubliek - een begrip dat verder niet verklaard is - van de openbare omroepen zou slechts 10% van hun kijktijd aan programma's van de commerciële zen-

ders wijden. Omgekeerd zou het kernpubliek van de commerciële zenders een minder hoge systeemtrouw vertonen: zij zouden 45% van hun kijktijd aan programma's van de openbare omroepen wijden.

De vraag is nu of in Vlaanderen het kernpubliek van TV1 ook een hogere systeemtrouw vertoont dan het kernpubliek van VTM.

Expliciete vragen in die richting hebben we niet gesteld. Wel hebben we aanwijzingen dat een dergelijke tendens zich in Vlaanderen niet voor doet.

We hebben de antwoorden op de vraag naar de favoriete zender gekoppeld aan de tweede keuze. Van een zekere systeemtrouw is er sprake als voor de favoriete zender en voor de tweede keuze ofwel twee commerciële of twee openbare zenders worden vermeld.

We hebben echter in beide subgroepen vastgesteld dat de meeste respondenten die VTM als favoriete zender aanduiden, TV1 als hun tweede keuze beschouwen. Omgekeerd geldt ook dat respondenten die TV1 als voorkeuzender opgeven, VTM als tweede keuze nemen.

Onder de 18-jarigen zien we dat van de groep die VTM als favoriete zender heeft aangeduid, ruim 50% TV1 als tweede keuze opgeeft. Van de groep die TV1 als eerste keuze opgeeft, duidt 40% VTM aan als tweede keuze. Bij de dertigers vinden we dezelfde tendens weer: van de groep die VTM als favoriete zender opgeeft, kiest 73% voor TV1 als tweede keuze. Bij de groep die TV1 als voorkeuzender vermelden, geeft 57% VTM op als tweede keuze.

KIJKGEWOONTEN EN -MOTIVATIES BIJ JONGEREN EN JONGE VOLWASSENEN

Dat men geen keuze maakt voor ofwel VTM ofwel TV1 blijkt verder ook bij het onderzoek naar kijkgewoonten.

Tabel 5 laat zien dat er wisselend naar VTM en BRTN wordt gekeken, dat geen van beide zenders de hele avond op staat of als terugvalzender dient, als er op geen enkele andere zender iets interessant te zien is. Ook hebben heel wat respondenten op beide zenders hun vaste programma's.

Tabel 5: Kijkgewoonten bij 18-jarigen en 30-jarigen

Stelling	Antwoord bij 18-jarigen		
	Juist	Fout	Geen mening
Vooraf VTM kijken	49,5%	35,2%	15,2%
Vooraf BRTN kijken	40,1%	39,1%	20,7%
Wisselend VTM - BRTN	51,4%	25,4%	23,2%
Beginnen en hele avond VTM	20,8%	69,0%	10,3%
Beginnen en hele avond BRTN	12,8%	72,2%	14,9%
VTM terugvalzender	24,1%	55,7%	20,2%
BRTN terugvalzender	19,7%	58,3%	22,0%
Vergelijken VTM - BRTN	44,2%	33,2%	22,7%
Vaste prog. op VTM	71,7%	18,3%	9,9%
Vaste prog. op BRTN	74,4%	17,9%	7,7%
Stelling	Antwoord bij 30-jarigen		
	Juist	Fout	Geen mening
Vooraf VTM kijken	41,4%	47,1%	11,4%
Vooraf BRTN kijken	52,3%	33,3%	14,4%
Wisselend VTM - BRTN	50,7%	34,5%	14,8%
Beginnen en hele avond VTM	17,8%	72,9%	9,3%
Beginnen en hele avond BRTN	14,8%	75,4%	9,8%
VTM terugvalzender	16,4%	71,9%	11,8%
BRTN terugvalzender	17,0%	68,5%	14,6%
Vergelijken VTM - BRTN	49,2%	36,9%	13,9%
Vaste prog. op VTM	66,4%	28,0%	5,5%
Vaste prog. op BRTN	76,3%	19,3%	4,5%

We hebben tenslotte ook gepeild naar de kijkmotivaties bij onze respondenten. We vroegen hen om aan te duiden in welke mate ze televisie kijken belangrijk vinden om zich b.v. te ontspannen, informeren enz.

Zowel bij de 18-jarigen als bij de dertigers is televisie het belangrijkste voor de invulling van de behoefte aan ontspanning, informatie en om iets bij te leren of op te steken. Andere belangrijke kijkmotivaties zijn het zoeken van amusement en de simulatie van gezelschap wanneer men alleen is.

Men kijkt minder televisie uit gewoonte, in een zin voor escapisme (om de dagelijkse sleur te vergeten), en men zet het toestel evenmin aan om een vorm van 'achtergrondsgeluid' te creëren.

Wel valt op dat onder de jongeren een meerderheid akkoord gaat met de kijkmotieven sensatie en tijdvervulling, terwijl er daarvoor bij de dertigers geen meerderheid is te vinden.

Tabel 6: Kijkmotivaties van jongeren en dertigers

18-jarigen			
Motief	Akkoord	Niet akkoord	Geen mening
Ontspanning	86,3%	8,0%	5,7%
Informatie	78,8%	9,8%	11,5%
Bijleren	71,6%	10,5%	17,9%
Gezelschap	70,4%	17,9%	11,6%
Sensatie	66,2%	18,1%	15,6%
Amusement	57,7%	22,2%	20,1%
Tijdvulling	56,2%	31,6%	12,2%
Meepraten (*)	42,1%	33,3%	24,7%
Gewoonte	39,6%	41,4%	19,0%
Escapisme	26,5%	47,4%	26,1%
Achtergrond	25,9%	54,9%	19,2%
30-jarigen			
Motief	Akkoord	Niet akkoord	Geen mening
Ontspanning	95,1%	2,8%	2,1%
Informatie	91,6%	4,5%	3,9%
Bijleren	82,5%	5,5%	12,0%
Gezelschap	62,9%	21,6%	15,5%
Sensatie	58,9%	29,9%	11,2%
Amusement	45,7%	35,8%	18,5%
Tijdvulling	44,7%	35,1%	20,2%
Meepraten (*)	38,8%	50,6%	10,7%
Gewoonte	35,5%	50,8%	13,7%
Escapisme	31,1%	51,9%	17,0%
Achtergrond	24,4%	54,6%	21,0%

(*) verder spreken we over 'sociale interactie'

HET VERBAND TUSSEN OPLEIDINGSNIVEAU, KIJKVOLUME, ZENDER- EN PROGRAMMAVOORKEUR

Het verband tussen het opleidingsniveau enerzijds en kijkvolume, zender- en programmavorkeur anderzijds

We gaan er van uit dat het opleidingsniveau van de respondent een manier is om verschillen in o.a. kijkvolume te verklaren. Tabel 7 toont de volgende resultaten:

Tabel 7: Kijkvolume volgens opleidingsniveau

Kijkvolume	Opleidingsniveau 18-jarigen			Totaal
	A.S.O.	T.S.O.	B.S.O.	
Low viewers	49,6%	30,9%	25,7%	37,9%
Medium viewers	46,2%	53,9%	52,2%	50,0%
Heavy viewers	4,3%	15,1%	22,1%	12,1%

Cramer's V = 0,20

contingentiecoëfficiënt = 0,27

significantie: p = 0,0000

Kijkvolume	Opleidingsniveau 30-jarigen			Totaal
	Hoog	Midden	Laag	
Low viewers	44,7%	30,1%	11,6%	29,0%
Medium viewers	51,1%	53,6%	40,0%	49,5%
Heavy viewers	4,3%	16,4%	48,4%	21,5%

Cramer's V = 0,30

contingentiecoëfficiënt = 0,39

significantie: p = 0,0000

Bij de 18-jarigen stellen we inderdaad vast dat onder de hoger opgeleiden, nl. de A.S.O.-studenten, er meer low viewers en minder heavy viewers zijn dan gemiddeld. Onder de lager opgeleiden, de B.S.O.-leerlingen, zijn er meer heavy viewers en minder low viewers dan gemiddeld.

Ook De Bens (1991:41-42) vond in haar onderzoek bij jongeren een negatief verband tussen het opleidingsniveau en het kijkvolume.

Bij de jonge volwassenen vinden we een gelijkaardige tendens. Onder de hoger opgeleiden zijn er meer low viewers en minder heavy viewers dan gemiddeld, terwijl bij de lager opgeleiden er meer heavy viewers en minder low viewers zijn dan het algemeen gemiddelde.

In beide subgroepen gaat het om een redelijk en significant verband. Hoe hoger de opleiding, hoe minder tijd men aan televisie spendeert. Wel is de correlatie tussen de twee variabelen sterker in de groep van de jonge volwassenen.

In een analyse van een kijkersonderzoek onder de Nederlandse bevolking van 16 jaar en ouder stelt Frissen (1992:113) een correlatie vast tussen opleidingsniveau en kijktijd: $r = -0,32$, wanneer gecontroleerd wordt voor leeftijd.

Verder zien we dat naarmate het opleidingsniveau verschilt, er ook verschillen zijn in de zender voorkeur.

Tabel 8: Favoriete zender volgens opleidingsniveau

Bij de 18-jarigen: drie uitgesproken favoriete zenders

Bij de dertigers: twee uitgesproken favoriete zenders

Favoriete zender	Opleidingsniveau 18-jarigen			Totaal
	A.S.O.	T.S.O.	B.S.O.	
VTM	28,0%	51,7%	55,6%	42,5%
BRTN-TV1	39,0%	17,2%	14,8%	26,0%
MTV	11,9%	12,6%	10,4%	11,7%
Rest	21,1%	18,5%	19,3%	19,8%

Cramer's V = 0,21

contingentiecoëfficiënt = 0,28

significantie: $p = 0,0000$

Favoriete zender	Opleidingsniveau 30-jarigen			Totaal
	Hoog	Midden	Laag	
VTM	7,0%	29,2%	65,6%	33,1%
BRTN-TV1	65,1%	49,1%	24,4%	46,7%
Rest	20,2%	21,6%	10,0%	20,2%

Cramer's V = 0,32

contingentiecoëfficiënt = 0,41

significantie: $p = 0,0000$

Wanneer we de favoriete zender correleren met het opleidingsniveau, zien we dat hoger opgeleiden eerder de voorkeur aan TV1 geven en minder dan gemiddeld aan VTM. De T.S.O.- en B.S.O.-leerlingen kiezen vaker voor VTM en minder vaak voor TV1. Deze bevindingen stroken met deze van De Bens (1991:43). Ook zij stelde vast dat VTM hoog scoort bij leerlingen van het beroeps- en technisch onderwijs, en minder populair is bij A.S.O.-studenten. Bij de 30-jarigen stellen we vast dat de hoger opgeleiden vaker dan gemiddeld TV1 aanduiden als hun voorkeuzender en minder vaak VTM. Bij de lager opgeleiden doet zich het omgekeerde voor. Verder is de associatie tussen de twee variabelen, nl. de favoriete zender en het opleidingsniveau, sterker bij de 30-jarigen dan bij de 18-jarigen.

Er is dus een zeker verband tussen het opleidingsniveau en de zender-voorkeur. Niettemin betekent dat niet dat lager opgeleiden TV1 negeren of omgekeerd dat onder de kijkers van VTM er geen hoger opgeleiden zijn.

TV1 is dus geen exclusieve aangelegenheid voor hoger opgeleiden en VTM is dat evenmin voor lager opgeleiden.

Aansluitend hebben we onderzocht of het opleidingsniveau van het *trouwe* (en niet het exclusieve) VTM- en TV1-publiek verschilt. Het trouw publiek hebben we dan gedefinieerd als de verzameling respondenten die 'dikwijls' naar de ene zender kijken en minder frequent naar de andere. Concreet betekent dat dat het trouwe VTM-publiek bestaat uit de respondenten die dikwijls naar VTM kijken en slechts af en toe of bijna nooit naar TV1. Het omgekeerde geldt voor het trouwe TV1-publiek. Voor beide subgroepen hebben we deze verzameling respondenten geïsoleerd en vervolgens nagegaan wat hun opleidingsniveau is.

Tabel 9: Het opleidingsniveau van het trouwe VTM- en TV1-publiek

Cijfers in procent en in absolute waarden

Opleiding 18-jarigen	Volledige populatie		Trouw VTM-publiek		Trouw TV1-publiek	
A.S.O.	44,9%	237	24,6%	47	63,2%	72
T.S.O.	29,0%	153	38,2%	73	22,8%	26
B.S.O.	<u>26,1%</u>	<u>138</u>	<u>37,2%</u>	<u>71</u>	<u>14,0%</u>	<u>16</u>
	100,0%	528	100,0%	191	100,0%	114
Opleiding 30-jarigen	Volledige populatie		Trouw VTM-publiek		Trouw TV1-publiek	
Hoog	25,1%	95	5,5%	6	33,8%	44
Midden	49,3%	187	43,6%	48	54,6%	71
Laag	<u>25,6%</u>	<u>97</u>	<u>50,9%</u>	<u>56</u>	<u>11,5%</u>	<u>15</u>
	100,0%	379	100,0%	110	100,0%	130

Bij de 18-jarigen bestaat het trouwe VTM-publiek uit minder A.S.O.- en meer T.S.O.- en B.S.O.-leerlingen dan het totaal gemiddelde in de populatie. Bij de 30'ers zijn er minder hoger en midden opgeleiden en meer lager opgeleiden dan gemiddeld.

Onder het trouwe TV1-publiek zijn er bij de 18-jarigen meer A.S.O.- en minder T.S.O.- en B.S.O.-leerlingen. Bij de jonge volwassenen zijn er

meer hoger en midden opgeleiden en minder lager opgeleiden dan gemiddeld.

Het gemiddeld opleidingsniveau van het trouwe TV1-publiek ligt dus hoger dan dat van het trouwe VTM-publiek. Dit ligt in de lijn van de stelling van Kiefer (1992:189) dat het trouwe publiek van openbare omroepen eerder hoog dan laag opgeleid is, en dat het omgekeerde geldt voor het kernpubliek van de commerciële zenders.

Toch voegen we er aan toe dat de meeste hoger opgeleiden zich niet zomaar voor de kar van TV1, noch van VTM laten spannen.

M.a.w. de omgekeerde stelling dat TV1 de favoriete zender is voor de 'meeste' hoger opgeleiden, gaat niet volledig op: we hebben gezien dat bij de hoger opgeleide jongeren geen meerderheid (39%) voor TV1 kiest. VTM is daarentegen wél de favoriet van de meeste lager opgeleide respondenten.

Ten slotte is er in zekere mate een verband tussen het opleidingsniveau en de programmavoorkeur.

Op de open vraag naar het favoriete programma vinden we bij de jongeren echter weinig verschillen die aan het opleidingsniveau zijn toe te schrijven. De keuze voor een bepaald favoriet programma is gelijkmatig, m.a.w. verdeeld over de drie opleidingsniveaus.

Bij de groep jonge volwassenen daarentegen kiezen de hoger opgeleiden meer voor journaals en actualiteitenmagazines en minder voor series en feuilletons. De lager opgeleiden geven vaker sport, series en feuilletons op als favoriet programma en minder journaals en actualiteitenmagazines. Bij de groep van de dertigers is er meer sprake van een gesegmenteerde programmavoorkeur.

Wanneer we de *programmavoorkeur* correleren met opleidingsniveau, vinden we meer verschilpunten zowel bij de 18-jarigen als bij de dertigers. De programmavoorkeur werd gepeild aan de hand van een gesloten vraag waarbij de respondenten aankruisten voor 18 programmacategorieën of er meer, voldoende of minder van moet worden uitgezonden. De vraag naar het favoriete programma daarentegen was een open vraag waarbij één titel kon vermeld worden.

Bij de correlatie dus tussen programmavoorkeur en opleidingsniveau hebben we kunnen vaststellen dat jongeren naarmate het opleidingsniveau hoger ligt, een grotere voorkeur hebben voor cultuurprogramma's, terwijl series, feuilletons en shows minder in de smaak vallen. Bij de jonge volwassenen zien we dat naarmate het opleidingsniveau hoger ligt, ook de voorkeur voor cultuurprogramma's toeneemt, terwijl de voorkeur voor feuilletons, series, humoristische programma's, shows en kwissen afneemt.

Voor andere programmacategorieën zoals talkshows, films, consumentenmagazines, journaals, documentaires kunnen we geen sluitende conclusies trekken. Daarom stellen we met de nodige voorzichtigheid dat mensen met een hogere opleiding voor meer serieuze programma's gaan kiezen en mensen met een lagere opleiding voor amusementsprogramma's.

Het verband tussen de drie kijkgedragvariabelen onderling: kijkvolume, zender- en programmavoorkeur

Er is een verband tussen het kijkvolume en de zendervoorkeur. De low viewers kiezen eerder voor TV1, de heavy viewers eerder voor VTM. Dat geldt trouwens voor beide subgroepen.

Tabel 10: Zendervoorkeur volgens kijkvolume

18-jarigen	Kijkvolume			Totaal
	Low viewers	Medium viewers	Heavy viewers	
Favoriete zender				
VTM	27,6%	49,2%	60,7%	42,6%
BRTN-TV1	38,9%	20,2%	9,8%	25,9%
MTV	10,8%	12,7%	11,5%	11,8%
Rest	22,7%	17,9%	18,0%	19,7%

Cramer's V = 0,20
 contingentiecoëfficiënt = 0,30
 significantie: $p = 0,0000$

30-jarigen	Kijkvolume			Totaal
	Low viewers	Medium viewers	Heavy viewers	
Favoriete zender				
VTM	18,2%	30,1%	62,3%	33,8%
BRTN-TV1	55,6%	50,0%	24,7%	46,0%
Rest	26,3%	19,9%	13,0%	20,2%

Cramer's V = 0,24
 contingentiecoëfficiënt = 0,32
 significantie: $p = 0,0000$

Bij de 18-jarigen kiezen de low viewers meer dan gemiddeld voor TV1 en minder voor VTM als voorkeurzender. De medium viewers kiezen

iets vaker voor VTM, terwijl de heavy viewers duidelijk de voorkeur aan VTM geven. Bij de 30'ers kiezen de low viewers meer dan gemiddeld voor TV1 en andere zenders en minder voor VTM. De heavy viewers kiezen daarentegen voor VTM. Bij de medium viewers ligt de percentageverdeling ongeveer op dezelfde hoogte als het globale gemiddelde.

Er is ook een positief verband tussen de *kijkfrequentie* voor VTM en het kijkvolume.

De kijkfrequentie werd gemeten d.m.v. een gesloten vraag waarbij de respondenten voor 29 zenders aankruisen of ze er dikwijls, af en toe of bijna nooit naar kijken.

Hoe langer men televisie kijkt, hoe meer men ook op VTM afstemt. Bij de 18-jarigen beweren de low viewers vaker dan gemiddeld dat ze 'bijna nooit' of 'af en toe' naar VTM kijken. Bij de medium en heavy viewers is de groep die beweert 'dikwijls' te kijken, groter dan gemiddeld.

Bij de groep jonge volwassenen zien we eveneens dat onder de low viewers er meer 'bijna nooit' en 'af en toe' kijkers zijn dan gemiddeld, en dat onder de heavy viewers er meer 'dikwijls' kijkers zijn dan gemiddeld. Bij de medium viewers zijn er geen opvallende schommelingen.

Wanneer we de kijkfrequentie van TV1 met het kijkvolume correleren, zien we echter geen duidelijk verband tussen de twee variabelen. De significantiewaarde ligt te hoog en de correlatiemaat te laag.

De Bens beperkt zich trouwens in haar onderzoek naar het kijkgedrag van jongeren ook tot een uitspraak over de commerciële omroep alleen: 'Zware tv-kijkers verkiezen altijd VTM' (1991:43).

Tabel 11: Kijkfrequentie voor VTM en TV1 volgens kijkvolume

18-jarigen	Kijkvolume			Totaal
	Low viewers	Medium viewers	Heavy viewers	
Kijkfrequentie zender				
VTM				
Bijna nooit	17,3%	7,7%	3,2%	10,8%
Af en toe	42,9%	21,6%	19,0%	29,3%
Dikwijls	39,8%	70,7%	77,8%	59,8%
BRTN-TV1				
Bijna nooit	4,6%	6,2%	6,3%	5,6%
Af en toe	42,1%	39,0%	54,3%	42,0%
Dikwijls	53,3%	54,8%	39,7%	52,4%

kijkfrequentie VTM: Pearsons $r = 0,30$
 significantie: $p = 0,0000$

kijkfrequentie TV1: Pearsons $r = -0,06$
 significantie: $p = 0,09$

30-jarigen	Kijkvolume			Totaal
	Low viewers	Medium viewers	Heavy viewers	
Kijkfrequentie zender				
VTM				
Bijna nooit	31,8%	19,4%	6,0%	20,0%
Af en toe	35,5%	29,3%	9,5%	26,8%
Dikwijls	32,7%	51,3%	84,5%	53,2%
BRTN-TV1				
Bijna nooit	9,3%	4,3%	3,6%	5,5%
Af en toe	34,3%	31,9%	38,1%	33,9%
Dikwijls	56,5%	63,8%	58,3%	60,5%

kijkfrequentie VTM: Pearsons $r = 0,34$
 significantie: $p = 0,0000$

kijkfrequentie TV1: Pearsons $r = 0,05$
 significantie: $p = 0,16$

De gevonden correlaties tussen het kijkvolume en de programmavoorkeur zijn eerder schaars.

Bij de 18-jarigen duiden de low viewers meer dan gemiddeld journaals, films en programma's uit de restcategorie (o.a. documentaires, cultuurprogramma's) aan als hun favoriete programma. Medium viewers geven vaker dan gemiddeld de voorkeur aan sport, series en feuilletons, en de heavy viewers aan kwissen, series en feuilletons. Deze resultaten liggen ongeveer in dezelfde lijn als de bevindingen van De Bens (1991:46-48). Alleen vond zij over de kijkvolumeverschillen heen een gelijke voorkeur voor films, terwijl we hier vaststellen dat de low viewers vaker films verkiezen.

Onder de 30-jarigen duiden de low viewers meer dan gemiddeld journaals en minder human interest, series en feuilletons aan. De heavy viewers houden meer van human interest, series en feuilletons. Bij de medium viewers liggen de percentageverdelingen ongeveer op dezelfde hoogte als de totaalgemiddelden, wel houden ze minder van journaals en feuilletons.

De associatiematen voor de kruistabel tussen de favoriete programma's en het kijkvolume bij 18-jarigen liggen eerder aan de lage kant: Cramer's $V = 0,20$ en contingentiecoëfficiënt $= 0,26$. Voor de dertigjarigen liggen de associatiematen hoger: Cramer's $V = 0,27$ en contingentiecoëfficiënt $= 0,36$.

Het aantal programmasoorten waarbij een verband met het kijkvolume is vastgesteld, is te laag om tot algemene uitspraken te komen. We kunnen dus niet stellen dat low viewers globaal gezien meer van serieuze informatieve programma's houden en dat heavy viewers de voorkeur geven aan alle amusementsprogramma's.

Aanvullend hierbij verwijzen we naar Frissen (1992) en Schulz (1986), die specifiek het gedrag van veelkijkers (heavy viewers) hebben onderzocht. Ze hebben kunnen vaststellen dat de programmavoorkeur niet alleen naar de lichte, ontspannende genres uitgaat, maar ook naar informatieve programma's zoals journaals, actualiteitenrubrieken, consumentenmagazines en natuurfilms (Frissen, 1992:129). Schulz (1986:764) spreekt zelfs over twee typen veelkijkers, waarvan het eerste gericht is op amusementsprogramma's en het andere type bestaat uit alleskijkers met een voorkeur voor informatie.

Ten slotte onderzochten we het verband tussen zender- en programmavoorkeur.

Er is voor beide subgroepen een positief verband tussen de *kijkfrequentie voor VTM* en de voorkeur voor kwissen, shows, series en feuilletons en een negatief verband met de voorkeur voor cultuurprogramma's. Met

de *kijkfrequentie voor TV1* vinden we andermaal voor beide subgroepen geen enkel duidelijk verband.

Wanneer we de programmavoorkeur correleren met de *favoriete zender*, zien we gelijkaardige verbanden opdagen (zie tabel 12): voor beide subgroepen gaat de voorkeur voor kwissen, shows, series en feuilletons samen met de keuze voor VTM eerder dan TV1 als favoriete zender. De voorkeur voor cultuurmagazines gaat samen met de keuze voor TV1 eerder dan VTM als favoriete zender.

Tabel 12: Programmavoorkeur volgens favoriete zender (6)

Programma- voorkeur	Favoriete zender			Totaal- gemiddelde
	VTM	TV1	MTV	
KWISSEN				
Minder	42,1%	69,5%	76,3%	58,6%
Voldoende	54,7%	29,8%	23,7%	39,8%
Meer	3,3%	0,8%	0,0%	1,6%
SHOWS				
Minder	30,5%	73,3%	69,5%	53,2%
Voldoende	59,6%	24,4%	25,4%	40,6%
Meer	9,9%	2,3%	5,1%	6,2%
SERIES				
Minder	3,8%	27,5%	8,5%	13,9%
Voldoende	51,6%	58,8%	54,2%	55,3%
Meer	44,6%	13,7%	37,3%	30,8%
FEUILLETONS				
Minder	30,5%	62,6%	54,2%	50,3%
Voldoende	50,2%	32,8%	39,0%	38,4%
Meer	19,2%	4,6%	6,8%	11,3%
CULTUUR				
Minder	71,0%	31,5%	52,5%	52,7%
Voldoende	27,1%	49,2%	42,4%	39,0%
Meer	1,9%	19,2%	5,1%	8,3%

30-jarigen

Favoriete zender

Programma- voorkeur	Favoriete zender		Totaal- gemiddelde
	VTM	TV1	
KWISSEN			
Minder	17,5%	54,6%	41,6%
Voldoende	69,2%	43,6%	52,8%
Meer	13,3%	1,8%	5,6%
SHOWS			
Minder	17,9%	48,1%	38,2%
Voldoende	65,8%	47,5%	53,8%
Meer	16,2%	4,3%	8,0%
SERIES			
Minder	13,4%	39,9%	33,4%
Voldoende	64,7%	54,6%	56,1%
Meer	21,8%	5,5%	10,5%
FEUILLETONS			
Minder	29,9%	69,3%	56,1%
Voldoende	48,7%	28,2%	30,1%
Meer	21,4%	2,5%	8,5%
CULTUUR			
Minder	39,8%	13,7%	22,8%
Voldoende	57,6%	63,4%	58,3%
Meer	2,5%	23,0%	16,8%

KIJKERSTYPEN BIJ JONGEREN EN JONGE VOLWASSENEN

Met een clusteranalyse op basis van de programmavoorkeuren hebben we een aantal kijkerstypen kunnen onderscheiden.

Kijkerstypen bij de 18-jarigen

Het kijkgedrag bij de 18-jarigen kunnen we in grove lijnen herleiden tot vier typen: de amusements*liefhebbers* (24,6%), de amusements*freaks* (26,6%), de informatiefreaks (23,6%) en de informatieliefhebbers (25,2%). De eerste twee clusters, de amusementsliefhebbers en -freaks, bevatten respondenten die vooral lager opgeleid zijn en VTM meer dan gemiddeld als favoriete zender opgeven. Bij de programmavoorkeuren

en de kijkmotivaties zijn ontspanning en amusement de grootste gemene deler: de voorkeur voor series en feuilletons is groot, aan de ander kant mogen er volgens hen minder journaals, actualiteiten- en cultuurmagazines, documentaires en schooltelevisie op het scherm komen. De kijkmotivaties ontspanning en sensatie krijgen hogere scores dan gemiddeld.

Verder halen we nog een aantal verschillen tussen de twee groepen aan: bij de amusementsliefhebbers zijn er iets meer medium viewers dan gemiddeld, bij de amusementsfreaks zijn er meer medium en heavy viewers gegroepeerd.

Wat de kijkmotivaties betreft, stellen we vast dat de amusementsliefhebbers gemiddelde scores geven op de meeste kijkmotivaties. De tweede cluster, de amusementsfreaks, daarentegen maken meer radicale keuzen: ze kiezen minder voor de motivaties informatie en bijleren, terwijl deze motivaties globaal gezien wel goed scoren. Verder kiezen ze meer dan gemiddeld voor de motivaties tijdsvulling, sociale interactie, escapisme, gewoonte, amusement en gezelschap. Een aantal van deze kijkmotieven krijgt globaal geen zo'n hoge score (zie tabel 6).

Vermits de clusters opgesteld zijn op basis van programmavoorkeuren, zijn er op dat gebied ook verschillen te vinden. Bij de amusementsliefhebbers is de voorkeur voor talkshows, human interest en consumentenmagazines iets groter, en ligt de waardering voor sport, humor, documentaires en schooltelevisie lager. Globaal is de voorkeur voor amusement en ook infotainment redelijk groot. Bij de amusementsfreaks is de afkeer voor informatieprogramma's, met name voor journaals en actualiteiten, meer uitgesproken. Aan de andere kant is de voorkeur voor kwissen, sport, humor, popmuziek en films groter. Ook hier profileert de tweede cluster zich het scherpst.

De derde en de vierde cluster, de informatiefreaks en informatieliefhebbers, hebben een hogere opleiding dan gemiddeld en geven TV1 vaker als favoriete zender op. Hun programmavoorkeuren en kijkmotivaties kunnen we catalogeren onder informatie en bijleren. Zo zien we dat beide clusters meer dan gemiddeld de voorkeur geven aan journaals, actualiteitenmagazines en documentaires. Ze hebben aan de andere kant een lage waardering voor shows, series, feuilletons en films. Het informatiemotief is voor hen heel belangrijk, terwijl ze de motieven tijdsvulling, achtergrond en sociale interactie afwijzen.

Ook tussen de derde en vierde cluster onderling zijn er nuanceverschillen: bij de informatiefreaks zijn de low viewers oververtegenwoordigd, bij de informatieliefhebbers is er een gelijke verdeling tussen low, medium en heavy viewers. De informatiefreaks kiezen naast TV1 vaak buitenlandse zenders uit als hun favoriete zender. Bij de informatieliefhebbers is dat niet zo.

Ook bij de kijkmotivaties vallen er verschillen te rapen: de informatiefreaks spreken zich alleen over de motivaties informatie en bijleren positief uit. Andere, meer losse en ontspannende kijkmotivaties scoren hier veel lager. De informatieliefhebbers profileren zich minder fanatiek: voor de meeste kijkmotieven worden gemiddelde scores vastgesteld. Amusementsmotieven worden hier m.a.w. niet afgewezen.

Ook bij de programmavoorkeuren hebben de informatiefreaks een scherpere profilering: journaals, actualiteiten- en cultuurmagazines, documentaires en schooltelevisie worden geapprecieerd. De amusementsprogramma's, ook de infotainmentgenres, worden duidelijk afgewezen. De informatieliefhebbers zijn iets lossers in hun voorkeuren: naast hun voorkeur voor journaals, actualiteitenmagazines en documentaires vallen human interest, talkshows en consumentenmagazines eveneens in de smaak. Ook sport en humor worden gewaardeerd.

Kijkerstypen bij de dertigers

Bij de dertigjarigen hebben we daarentegen kunnen vaststellen dat de meerderheid een ongeveer gelijklopend kijkgedrag vertoont. We hebben slechts twee typen kunnen ontdekken, waarvan de tweede cluster 87% van de respondenten bevat. Een opdeling in meerdere mogelijke clusters kon evenmin een zekere differentiatie teweegbrengen.

Op sociodemografische gegevens onderscheiden beide groepen zich niet, noch op hun kijkvolume, zendervoorkeur of kijkmotivaties.

De enige verschillen die te rapen vallen, situeren zich in de programmavoorkeur, trouwens de basis waarop de clusteranalyse is uitgevoerd.

De eerste cluster, de minderheid van 13%, blijkt tevreden te zijn over de samenstelling van het huidig programma-aanbod, en vindt dat de meeste programmasoorten voldoende aan bod komen. Alleen voor sportprogramma's wordt een lichte voorkeur geregistreerd. We typeren deze groep dan ook als 'Jan Modaal'.

De tweede cluster, die een meerderheid van 87% vertegenwoordigt, profileert zich hier scherper: ze hebben een voorkeur voor human interest, journaals en actualiteitenmagazines, films, cultuurmagazines, documentaires en kinderprogramma's. Ze wijzen kwissen, sport, shows, popmuziek, series, feuilletons en reclame af.

We kunnen die tweede cluster typeren als informatiezoekers.

We kunnen hieruit besluiten dat de generatie jonge volwassenen een redelijk eenduidig kijkgedrag vertoont.

CONCLUSIE

Met onze steekproefkeuze hebben we ons gericht op twee jonge segmenten van het kijkerspubliek in Vlaanderen. Dit betekent dan ook dat we hebben afgezien van de optie om uitspraken te doen voor de volledige Vlaamse populatie. Niettemin hebben we een aantal tendensen kunnen vaststellen, die gelijklopen met andere onderzoeksresultaten, die dan wel gebaseerd zijn op een volledige staal van de bevolking.

Zo stellen we vast dat bepaalde aspecten van het kijkgedrag verschillen naargelang de leeftijd of generatie. Jongeren spenderen minder tijd aan de televisie, hebben een grotere voorkeur voor de commerciële zender VTM en voor de muziekzender MTV, en houden verder meer van fictieprogramma's en popmuziekshows. De jonge volwassenen kijken gemiddeld langer televisie, kiezen vaker de openbare zender BRTN-TV1 uit als voorkeurzender en houden iets meer van informatieve programma's.

Tegelijk wijzen we op een aantal gemene delers. In beide subgroepen is ongeveer de helft gecatalogeerd als medium viewer. Ook geven de twee subgroepen een goede score voor zowel VTM als TV1, en wat betreft de programmavoorkeuren vallen de fictieprogramma's en infotainmentgenres globaal gezien in de smaak.

Opvallend is ook dat er geen polarisering is tussen de commerciële en openbare zender. Wie VTM als favoriete zender kiest, geeft vaak TV1 als tweede keuze op en omgekeerd. Er is dus geen sprake van een systeemtrouw voor VTM of TV1. Dat blijkt trouwens ook uit de kijkgewoonten en -rituelen. De meesten kijken wisselend naar VTM en TV1. Geen van beide zender staat de hele avond op of dient als terugvalzender als er nergens anders iets boeiend te zien is. Heel wat respondenten verklaren op beide zenders hun vaste programma's te hebben.

Verder hebben we in dit onderzoek bevestiging gevonden voor de stelling dat er een verband is tussen het opleidingsniveau en het kijkvolume, en dat lager opgeleiden vaker dan gemiddeld de voorkeur geven aan VTM. Hoger opgeleiden kiezen meer dan gemiddeld TV1 uit als favoriete zender.

Wanneer we het trouwe VTM- en TV1-publiek isoleren, stellen we ook vast dat het opleidingsniveau van het trouwe VTM-publiek lager ligt dan dat van het trouwe TV1-publiek. Het is ook zo dat bij de meeste lager opgeleiden VTM de absolute favoriet is. De meeste hoger opgeleiden laten zich echter niet voor de kar spannen van VTM noch van TV1. Verder hebben we kunnen vaststellen dat naarmate het kijkvolume groter is, de voorkeur voor VTM toeneemt.

De koppeling van resp. het opleidingsniveau en de zendervoorkeur aan de programmavoorkeur levert genuanceerde resultaten op. Met de nodige voorzichtigheid kunnen we stellen dat lager opgeleiden en VTM-

fanaten eerder voor amusementsprogramma's kiezen, of hoger opgeleiden en TV1-fanaten eerder voor informatieve programma's. Ook hier vinden we aansluiting bij vroegere, evenzeer genuanceerde, onderzoeksresultaten.

Eén van de belangrijkste bevindingen is dan ook dat er een aantal tendensen zijn die herhaaldelijk vastgesteld worden wanneer men naar *samenhangen* zoekt. Als we echter het mediaconsumptiegedrag *beschrijven*, stellen we verschillen vast die aan leeftijds- en generatieverschillen zijn te wijten.

BIJLAGE

Tabel 12: De vier kijkersclusters onder 18-jarigen op basis van programma-voorkeuren

Typering	Cluster 1 Amusementsliefhebbers	Cluster 2 Amusementsfreaks
Aandeel	24,6%	26,6%
Opleiding	lager en midden	lager en midden
Kijkvolume	gemiddeld (medium)	medium en heavy
Zender	VTM	VTM
Programmavorkeur		
Kwissen	gemiddeld	voldoende/meer
Sport	minder	iets meer
Talkshows	iets meer	voldoende
Human interest	meer	voldoende
Journaals	iets minder	minder
Actualiteit	voldoende/iets minder	minder
Humor	minder	meer
Shows	gemiddeld	voldoende
Pop	voldoende/iets minder	meer
Series	meer	meer
Feuilletons	voldoende/iets meer	voldoende
Films	gemiddeld	voldoende/meer
Cultuur	minder	minder
Consumenten	iets meer	iets minder
Documentaires	minder	voldoende/iets minder
Schooltelevisie	minder	iets minder
Kindertelevisie	minder	iets meer
Reclame	gemiddeld	voldoende
Motief		
Ontspanning	meer	meer
Tijdvulling	gemiddeld	meer
Achtergrond	meer	iets meer
Informatie	gemiddeld	minder
Sensatie	meer	meer
Soc. interesse	gemiddeld	meer
Bijleren	gemiddeld	geen mening
Escapisme	gemiddeld	meer
Gewoonte	gemiddeld	meer
Amusement	gemiddeld	meer
Gezelschap	gemiddeld	meer

Typering	Cluster 3 Informatiefreaks	Cluster 4 Informatieliefhebbers
Aandeel	23,6%	25,2%
Opleiding	hoger	hoger
Kijkvolume	low	gemiddeld
Zender	TV1 + rest	TV1
Programmavoorkeur		
Kwissen	minder	gemiddeld
Sport	voldoende/minder	voldoende/meer
Talkshows	minder	meer
Human interest	voldoende/iets minder	meer
Journaals	voldoende/iets meer	voldoende/iets meer
Actualiteit	iets meer	meer
Humor	minder	meer
Shows	minder	minder
Pop	voldoende/minder	voldoende
Series	minder	voldoende/iets minder
Feuilletons	minder	minder
Films	minder	minder
Cultuur	voldoende/meer	voldoende
Consumenten	voldoende/minder	meer
Documentaires	meer	meer
Schooltelevisie	voldoende/iets meer	voldoende
Kindertelevisie	voldoende	gemiddeld
Reclame	minder	iets minder
Motief		
Ontspanning	minder	gemiddeld
Tijdvulling	minder	minder
Achtergrond	minder	iets minder
Informatie	meer	meer
Sensatie	minder	gemiddeld
Soc. interesse	minder	iets minder
Bijleren	meer	gemiddeld
Escapisme	minder	gemiddeld
Gewoonte	minder	gemiddeld
Amusement	minder	gemiddeld
Gezelschap	minder	gemiddeld

Tabel 13: De twee kijkersclusters onder 30-jarigen op basis van programma-voorkeuren

Typering	Cluster 1 'Jan Modaal'	Cluster 2 Informatiezoekers
Aandeel	12,9%	87,1%
Opleiding	gemiddeld	gemiddeld
Kijkvolume	gemiddeld	gemiddeld
Zender	gemiddeld	gemiddeld
Programmavoorkeur		
Kwissen	voldoende	minder
Sport	voldoende/meer	minder
Talkshows	gemiddeld	gemiddeld
Human interest	voldoende	meer
Journaals	voldoende	meer
Actualiteit	voldoende	meer
Humor	voldoende	gemiddeld
Shows	voldoende	minder
Pop	voldoende	minder
Series	voldoende	minder
Feuilletons	voldoende	minder
Films	voldoende	meer
Cultuur	voldoende	meer
Consumenten	gemiddeld	gemiddeld
Documentaires	voldoende	meer
Schooltelevisie	gemiddeld	gemiddeld
Kindertelevisie	voldoende	meer
Reclame	voldoende	minder
Motief		
Ontspanning	gemiddeld	gemiddeld
Tijdvulling	gemiddeld	gemiddeld
Achtergrond	gemiddeld	gemiddeld
Informatie	gemiddeld	gemiddeld
Sensatie	gemiddeld	gemiddeld
Soc. interesse	gemiddeld	gemiddeld
Bijleren	gemiddeld	gemiddeld
Escapisme	gemiddeld	gemiddeld
Gewoonte	gemiddeld	gemiddeld
Amusement	gemiddeld	gemiddeld
Gezelschap	gemiddeld	gemiddeld

In deze tabellen staat alleen deze waarde of categorie vermeld die oververtegenwoordigd is. Andere waarden of categorieën zijn daarom niet afwezig in de resp. clusters. Zo betekent de vermelding 'lager' bij het opleidingsniveau niet dat er geen midden- of hoger opgeleiden in de betrokken clusters zijn. De vermelding 'gemiddeld' betekent een spreiding van de antwoorden over de verschillende waarden die gelijk loopt met het globale gemiddelde.

NOTEN

- (1) Een volledig overzicht van de resultaten is niet mogelijk. Zo laten we hier het zenderimago van VTM en TV1 en een grondige analyse van de kijkmotivaties buiten beschouwing. Wie hierin geïnteresseerd is, kan het volledige rapport bij de Vakgroep Communicatiewetenschappen aan de Universiteit van Gent raadplegen.
- (2) A.S.O.: Algemeen secundair onderwijs - hoger niveau
T.S.O.: Technisch secundair onderwijs - middenniveau
B.S.O.: Beroepssecundair onderwijs - lager niveau
- (3) laag: lagere school, eerste drie jaar van de middelbare of technische school, eerste drie jaar of zes jaar beroepsonderwijs.
midden: volledige middelbare en technische school, alle hogere opleidingen van het korte type (vroeger 1 à 2 jaar).
hoog: alle hogere opleidingen van het lange type: universiteit of gelijkgestelde opleidingen van 4 jaar of meer.
- (4) Bijna iedereen kan VTM ontvangen: slechts 3% van de jongeren en 2% van de jonge volwassenen beweren dat er thuis geen kabelaansluiting is.
- (5) De 'bijna nooit' categorie hebben hier niet opgenomen.
- (6) Ook hier werd rekening gehouden met drie heel populaire zenders bij de jongeren: VTM, TV1 en MTV, terwijl bij de jonge volwassenen alleen VTM en TV1 als uitgesproken favorieten zijn geregistreerd. Verder zijn deze tabellen samenvoegingen van een aantal oorspronkelijke kruistabellen. Hierbij dient vermeld te worden dat de oorspronkelijke kruistabellen ook een restcategorie voor de variabele 'favoriete zender' bevatten. Deze categorie is omwille van de overzichtelijkheid weggelaten.

LITERATUURLIJST

- Bellens, J., e.a. (1990) *Het Programma-aanbod van BRT en VTM*. Projectoefening Practicum Communicatiewetenschap, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven (onuitgegeven).
- Campforts, A, e.a. (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, R.U. Gent (onuitgegeven).
- Goekint, K. (1986) *Vergelijkende Programma-analyse van het Televisieaanbod in België*. Eindverhandeling, Seminarie voor Communicatiewetenschap, R.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 (19u30) naar Inhoud, Vorm en Structuur*. Eindverhandeling, Seminarie voor Communicatiewetenschap, R.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. Brussel (onuitgegeven).
- Souchon, M. (1991) 'Où va la télévision française?', *Médiaspouvoirs*, (21): 144-154.
- Uyttenbroeck, A. (1990) *Het Televisienieuws op BRT en VTM. Een Inhouds-analytische Vergelijking*. Eindverhandeling, Sectie Communicatiewetenschap, V.U. Brussel (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. Brussel (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 13^e Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap*. Gent: R.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.