

Armoef troef?

ECONOMISCHE FACTOREN IN HET VLAAMSE TELEVISIEFICTIEAANBOD

Alexander Dhoest

SAMENVATTING

TV-fictie is een cultureel belangrijke programmacategorie, maar het fictieaanbod wordt sterk bepaald door economische determinanten. In Vlaanderen beïnvloedt de beperkte omvang van de markt een aantal kenmerken van het fictieaanbod, zoals het aantal, de lengte, de uitzendtijd en de genres van tv-series. De commercialisering van het televisielandschap heeft bestaande tendensen uitvergroot, waarbij publieksmaximalisering met minimale investeringen wordt nagestreefd. Ook in Europees perspectief hangen variaties in de fictieproductie deels samen met de omvang van de markt. Terwijl hun belang niet overdreven mag worden, blijken economische factoren dus een determinerende invloed uit te oefenen op de structuur van het fictieaanbod.

Sleutelwoorden: Vlaamse tv-fictie, programma-aanbod

Televisie is wellicht het belangrijkste medium van de tweede helft van de twintigste eeuw. Volgens Abercrombie (1997: 2-3) is dat niet alleen omdat er enorm veel vrije tijd in geïnvesteerd wordt - meer dan 3 uur per persoon per dag in Groot-Brittannië - maar ook omdat het een bron van gedeelde ervaringen is. TV-fictie bekleedt hierbij een bijzondere plaats, opnieuw omwille van de grote groepen kijkers die het aanspreekt, maar ook, zoals o.m. Tulloch (1990: 6-8) beklemtoont, omwille van het werkelijkheidsbeeld dat het biedt. Dat maakt van tv-fictie een interessant studieobject, wat ook mag blijken uit de overvloedige buitenlandse literatuur terzake. Een centrale vraag daarin betreft de band van tv-series met de hun omringende maatschappij. Enerzijds wordt aandacht besteed aan de manier waarop de maatschappelijke context de inhoud van series beïnvloedt. De klemtoon ligt dan op de waarden en ideologieën die in tv-fictie aanwezig zijn (bv. Gitlin, 1979; Bennett, 1990; Tulloch, 1990; de Leeuw, 1995; Ma, 1995; Abercrombie, 1997; Marc, 1997; Nelson, 1997; Devereux, 1998). Anderzijds wordt ook de vraag gesteld naar de maatschappelijke invloed van tv-fictie, bijvoorbeeld in onderzoek waarbij tekstuele kenmerken gekoppeld worden aan publieksopinions (bv. Gerbner, 1969; Livingstone, 1998). In de discussie over de invloed van televisiefictie ligt de klemtoon de laatste decennia steeds meer op de rol van de 'actieve' kijker in het totstandbrengen van betekenis. Dit uit zich bij

voorbeeld in een golf van etnografisch geïnspireerd onderzoek naar de receptie van soaps (bv. Ang, 1982; Liebes & Katz, 1990).

Ook in Vlaanderen vormt tv-fictie één van de populairste programmacategorieën in het tv-aanbod. De meest bekeken en best herinnerde programma's uit de Vlaamse tv-geschiedenis blijken fictieseries als *Schipper naast Mathilde* en *Wij, Heren van Zichem* (Anthierens, s.d.: 122; Van Casteren, 1978: 32; Grossey, 1993: 32-34). Ook in hedendaagse overzichten van kijkcijfers halen fictieseries als *FC De Kampioenen* en *Wittekerke* topscores (zie figuur 1).

Figuur 1: Top vijf kijkcijfers week 16-22/11/1998 (bron: VRT-Studiedienst)

Zender	Programma	Categorie	Kijkdichtheid	Kijkers	Markt-aandeel
TV1	FC De Kampioenen	fictie	23,6%	1.298.000	51,4%
TV1	Hiep Hiep Rahoe	amusement	21,9%	1.202.600	45,9%
VTM	Lili en Marleen	fictie	21,1%	1.161.600	43,1%
TV1	Windkracht 10	fictie	19,1%	1.051.500	40,5%
VTM	Wittekerke	fictie	18,9%	1.041.800	43,8%

Toch is de academische aandacht voor Vlaamse tv-fictie beperkt. Vlaams tv-fictie komt vooral aan bod in kwantitatieve analyses van het programma-aanbod, meestal in verband met de problematiek van commercialisering (bv. Van Poecke & Van der biesen, 1991; Tanghe & De Bens, 1994; Milo, 1991). Slechts bij Biltereyst (1991, 1992, 1995) vormt Vlaamse tv-fictie op zich het voorwerp van onderzoek.

In deze literatuur ontbreekt, behalve aandacht voor (de tekst van) de programma's zelf, ook een historisch en internationaal gecontextualiseerd algemeen beeld van het Vlaamse aanbod aan tv-fictie. Dit artikel probeert deze lacune deels op te vullen, en het veld van Vlaamse tv-fictie in grote trekken in kaart te brengen. Daartoe wordt het aanbod aan Vlaamse fictie anno 1998 onderzocht, op alle Vlaamse zenders, nl. TV1, Ketnet/Canvas, VTM, Kanaal 2 en VT4. De analyse is hoofdzakelijk kwantitatief, en onderzoekt het aantal en aandeel Vlaamse fictieseries in het totale programma-aanbod, en algemene kenmerken van deze series, zoals genre en uitzendtijd. Zo kan de aard en het belang van Vlaams fictieaanbod worden beschreven.

Het onderzoek is echter niet alleen beschrijvend, maar ook historisch en comparatief. De Vlaamse gegevens voor 1998 worden historisch gecontextualiseerd door vergelijking met het Vlaamse fictieaanbod van 1955 tot 1995. Vergelijking met Europees onderzoek zorgt vervolgens voor een internationale situering. Doorheen dit alles wordt geprobeerd de eigenheid van het Vlaamse fictieaanbod op het spoor te komen. Ook wordt gezocht naar verklarende factoren voor de samenstelling van het programma-aanbod. Ondanks de belangrijke culturele rol van tv-fictie, blijken vooral economische imperatieven hier van doorslaggevend belang.

■ METHODOLOGISCHE AANLOOP

Zoals Tanghe en De Bens (1994: 28) opmerken, maken verschillende methodologische benaderingen veel Vlaams onderzoek naar het programma-aanbod onvergelijkbaar. Maar terwijl het consistente gebruik van vergelijkbare steekproeven en categorieën inderdaad wenselijk zou zijn, heeft ieder onderzoek specifieke vragen en beperkingen, die methodologische keuzes ingeven. Daarom blijven vergelijkingen - ook in deze tekst - noodzakelijk tentatief.

Dit onderzoek werd opgezet met de bedoeling het hedendaagse fictieaanbod op de Vlaamse zenders in kaart te brengen, en te situeren binnen een historische evolutie.¹ Het aanbod aan tv-fictie voor 1998 werd geanalyseerd aan de hand van een steekproefweek uit het najaarsseizoen. Zoals bij Tanghe en De Bens (1994) is deze analyse gebaseerd op de programma-aankondigingen in *Humo*. Niet alleen is deze programmatie volledig en betrouwbaar, ook bestaat *Humo* al sinds de start van de Vlaamse televisie, wat historische analyse mogelijk maakt. Voor de steekproefweek werd op basis van de programmatiegegevens voor elk programma op alle Vlaamse zenders informatie over kanaal, uitzendtijd, duur, herkomst en programmacategorie gecodeerd. Voor elk tv-fictieprogramma werden bovendien gegevens over het genre, het aantal en de soort afleveringen geregistreerd.

Tot 'tv-fictie' worden alle narratieve, fictieve programma's gerekend die voor tv zijn gemaakt. In navolging van de Engelse benaming en met De Leeuw (1995:29) kan deze categorie ook 'drama' worden genoemd. TV-fictie omvat tv-films en -series, maar geen bioscoopfilms die op tv worden vertoond. De ruimere term 'fictie', die Biltereyst (1991:3) hanteert, omvat naast tv-fictie ook bioscoopfilms. Binnen tv-fictie kan een verder onderscheid worden gemaakt op basis van het aantal afleveringen, tussen tv-films (één aflevering), miniseries (maximaal vier afleveringen) en series (vanaf vijf afleveringen). Binnen series in ruime zin kan op basis van de aard van de afleveringen een verder onderscheid worden gemaakt tussen series in enge zin, en serials. In navolging van de Engelse terminologie worden met 'series' in enge zin reeksen aangeduid waarvan elke aflevering een afgerond verhaal vertelt, en met 'serials' reeksen die een doorlopend verhaal vertellen, ook wel 'feuilletons' genoemd (Biltereyst, 1991: 3; Tanghe & De Bens, 1994:30). In dit artikel wordt 'serie' in ruime zin gebruikt.

Naast 'tv-fictie' en 'bioscoopfilm', die samen het fictieve luik van de ontspanningsprogramma's vormen, werd in de programmatieanalyse ook een categorie 'ontspanning - non-fictie' gehanteerd, die onder meer showprogramma's en quizen omvat. Al deze programma's hebben als eerste bedoeling te entertainen. Daartegenover staat de categorie 'informatie en educatie', die vooral gericht is op het inlichten van de kijker (o.m. nieuwsuitzendingen en documentaires). Om de recente toename in mengvormen tussen informatie en

ontspanning in rekening te kunnen brengen, werd ook een categorie 'lichte informatie' gehanteerd, die onder meer praatprogramma's en human interest bevat. Verdere categorieën zijn 'kunst', 'sport' en 'kinder- en jeugdprogramma's'. In deze laatste categorie werden ook fictieprogramma's voor de jeugd ondergebracht, teneinde binnen de categorie 'tv-fictie' alleen programma's gericht op het algemene publiek te bestuderen. Deze ruime categorieën werden gecreëerd met het oog op de specifieke problematiek, met name de positie van amusementsprogramma's, in het bijzonder tv-fictie, binnen het totale programma-aanbod.

Als steekproefweek werd de derde volle week van november 1998 geselecteerd. De eerste en tweede week van november werden vermeden omwille van de mogelijk atypische programmatie van de feestdagen 1, 2 en 11 november. Enerzijds kan door het gebruiken van een volledige week als steekproef, rekening gehouden worden met de variatie tussen de weekdays en het weekend. Anderzijds blijkt een week, omwille van de sterke regelmaat van de tv-programmatie, in grote lijnen representatief voor de programmatie van het ganse jaar (Wester, 1995: 139). Zo zijn de inhoudsanalyses van Gerbner en zijn medewerkers (bv. Gerbner & Gross, 1976; Gerbner, 1970; Gerbner et al., 1980a, 1980 b), en van Greenberg en Atkin (1980), gebaseerd op steekproeven van één week per bestudeerd jaar. De representativiteit van dergelijke steekproef werd onderzocht en bevestigd (Gerbner, 1970: 167).

Vele programma-analyses hanteren echter ruimere steekproeven. Zo selecteerden Tanghe en De Bens (1994) drie volle maanden, en baseerde Biltereyst (1991) zijn analyse op het aanbod van een volledig jaar. Dergelijke ruime analyse was omwille van de beperkte schaal van dit onderzoek niet mogelijk, maar ook onze steekproefweek geeft een goed beeld van de programmatie van 1998. De representativiteit van deze steekproef werd getest door vergelijking met twee andere weken uit het voor- en najaar van 1998. De vergelijking tussen de steekproefweek en de daarop volgende leverde geen statistisch significante verschillen op, met betrekking tot bijvoorbeeld de verdeling van programmacategorieën, het aandeel geïmporteerde programma's, en het belang van verschillende fictiegenres.² Opmerkelijker is dat ook de vergelijking tussen de steekproefweek en een week uit het voorjaar, ondanks grotere variaties, geen significante verschillen aan het licht bracht. Zo bevat de steekproefweek 221 fictieafleveringen (32% van alle programma's), de week uit de lente 225 (34%). Dit wijst op de stabiliteit van programmaroosters.

Deze resultaten laten ons toe de steekproefweek te gebruiken als een betrouwbare gids doorheen het aanbod van 1998, met uitzondering van de zomerperiode. Omwille van de lage kijkcijfers wordt in de zomer immers minimaal geïnvesteerd in nieuwe programma's. Zoals Biltereyst (1991: 11) opmerkt, wordt nauwelijks nieuw Vlaams drama uitgezonden tussen mei en augustus, een observatie die ook voor 1998 geldt: er zijn alleen heruitzen-

dingen van Vlaamse tv-fictie. Daarom wordt de zomerperiode niet in de analyse betrokken, wat in de meeste andere onderzoeken wel gebeurt (bv. Biltereyst, 1991; Tanghe & De Bens, 1994).

Voor de verdere analyse van de steekproefweek wordt hoofdzakelijk programmaduur in plaats van frequentie gebruikt als meeteenheid, zoals in het meeste onderzoek over Vlaamse tv-programmatie (Milo, 1991; Biltereyst, 1991; Tanghe & De Bens, 1994; Schroyen, 1998).³ De tijd die een programmacategorie toebedeeld krijgt, geeft immers een betere indicatie van haar belang dan het aantal frequenties dat zij bezet. Zo wegen tekenfilmpjes disproportioneel zwaar door in het aantal kinderprogramma's, terwijl films het omgekeerde effect hebben in de categorie fictie. Slechts uitzonderlijk (bv. in vergelijkingen met ander onderzoek dat frequenties hanteert) worden ook frequenties als meeteenheid gebruikt.

■ EEN WEEK FICTIE: SOAPS EN SITCOMS

Een eerste bevinding betreft het grote belang van fictie op de Vlaamse televisie. Met uitsluiting van kinder- en jeugdprogramma's (die zowel fictie als non-fictie bevatten), wordt in de steekproefweek ongeveer de helft (51%) van de zendtijd besteed aan series en films, terwijl alle andere categorieën samen slechts 49% van de zendtijd vullen (zie figuur 2). Fictie is zo veruit de belangrijkste programmacategorie, wat Biltereyst (1991: 4) ook al constateerde voor 1990. Achter dit hoge cijfer schuilen echter grote verschillen tussen individuele zenders. Terwijl TV1 en VTM allebei ongeveer 40% van hun zendtijd aan fictie besteden, moet TV2 het doen met 25%, wat zijn profiel van 'serieuze', informatieve zender bevestigt. Kanaal 2 en VT4 besteden daarentegen beiden meer dan 80% van hun zendtijd aan fictie. Dit verklaart ook grotendeels de globale stijging tegenover de 30% fictie die Biltereyst (1991: 4) vóór de komst van VT4 en Kanaal 2 optekende.

Figuur 2: Verhouding fictie – non-fictie

	TV1	TV2	VTM	Kanaal 2	VT4	Totaal
Fictie	40%	25%	36%	82%	81%	51%
Non-fictie	60%	75%	64%	18%	19%	49%

Een gelijkaardige polarisering treedt op wat de herkomst van programma's betreft. Terwijl over alle zenders ongeveer de helft (47%) van de zendtijd wordt ingenomen door Vlaamse producties, is dat bij Kanaal 2 slechts 16% en bij VT4 6% (zie figuur 3). Beide zenders zijn exponenten van de Vlaamse televisiemarkt die ontstond met de komst van VTM in 1989. Enerzijds zorgde commercialisering voor een populairdere programmatie, waarbij ontspanning en vooral fictie aan belang wonnen. Anderzijds groeide de afhankelijk-

heid van buitenlandse import, omwille van de hoge kostprijs van eigen fictie. Het is dan ook niet verwonderlijk dat Kanaal 2 en VT4, de kleinere commerciële zenders, nauwelijks Vlaamse tv-fictie uitzenden (zie figuur 4).

Figuur 3: Verhouding Vlaamse programma's – import (alle categorieën)

	TV1	TV2	VTM	Kanaal 2	VT4	Totaal
Vlaams	63%	62%	71%	16%	6%	47%
Import	37%	38%	29%	84%	94%	53%

Het zou echter verkeerd zijn daaruit af te leiden dat commercialisering automatisch leidt tot geringere productie van eigen tv-fictie. Integendeel, terwijl over de hele lijn slechts 15% van alle vertoonde tv-fictie Vlaams is, programmeert VTM 45% eigen drama, meer dan het dubbel van TV1 (zie figuur 4). Het verontrustend lage aandeel eigen tv-fictie op VTM dat Biltreyst (1991: 11) voor 1990 heeft gemeten, 2,26%, kan worden toegeschreven aan de geringe mogelijkheden van een zender in haar tweede uitzendjaar. In elk geval is Biltreysts (1991: 11) constatering, dat de openbare omroep meer eigen drama produceert dan de commerciële, niet meer geldig anno 1998.

Figuur 4: Verhouding Vlaamse programma's – import (tv-fictie)

	TV1	TV2	VTM	Kanaal 2	VT4	Totaal
Vlaams	18%	16%	45%	7%	0%	15%
Import	82%	84%	55%	93%	100%	85%

Dit alles wijst op een tweede verklarende factor: eigen drama is misschien duur, maar het trekt ook meer kijkers dan Amerikaanse import (BRT-Persdienst, 1978: 101; Biltreyst, 1991: 12-14; Biltreyst, 1992: 531, 538). In de steekproefweek is Vlaams drama goed voor vier van de vijf hoogste kijkcijfers, met marktaandeel tot boven de 50% (zie figuur 1). Soaps zijn in dit opzicht bijzonder interessant, omdat ze stabiele hoge kijkcijfers halen.

Soaps werden in Vlaanderen geïntroduceerd na de liberalisering van de televisiemarkt. Ze werden op buitenlandse modellen gebaseerd, en dienden om kijkers te binden en kijkpatronen te stabiliseren (Biltreyst, 1991: 14). In de steekproefweek vullen ze twee derden van de Vlaamse fictiefrequenties met slechts vier titels. Vergeleken met hun aandeel in het globale fictie-aanbod, zo'n 40%, vormen soaps een groot deel van de eigen productie. Dit heeft deels te maken met de hoge frequentie (twee tot zes keer per week) waarmee ze uitgezonden worden, en met het herhalen van oude afleveringen, maar ook met de beperkte omvang van de Vlaamse televisiemarkt. Met pieken tussen de één en anderhalf miljoen kijkers, is drama, dat sowieso een dure programmacategorie is (Biltreyst, 1992: 518), in Vlaanderen heel duur per

kijker. Alleen de grootste zenders, VTM en VRT, slagen erin de kijkers regelmatig Vlaamse fictie aan te bieden. Soaps zijn in die context interessant, omdat ze relatief goedkoop zijn dankzij een gestandaardiseerd productieproces, en vaste personages en decors. Bovendien halen soaps als *Wittekerke* en *Familie* sinds jaar en dag de kijkcijfertop.

Het enige andere genre dat kwantitatief meetelt in Vlaanderen is sitcom, dat met zes series 30% van alle Vlaamse dramafrequenties vult. Sitcoms vergen een langer repetitieproces, maar hebben zoals soaps vaste decors en personages, met het bijkomende voordeel dat ze kleinschaliger zijn. Sitcoms als *FC De Kampioenen* en *De Kotmadam* zijn kijkcijferkanonnen, en worden uitgespeeld op programmatorisch belangrijke frequenties in prime time.

Andere genres vormen een minderheid. Politie-, actie- en detectiveseries vullen een kwart van alle fictiefrequenties, maar slechts 5% ervan is van Vlaamse makelij. Dit kan gedeeltelijk worden verklaard door hun hoge kost, die voortkomt uit de nood aan actiescènes, buitenopnames en gastacteurs. Globaal genomen scoren ze echter bijzonder goed, zoals mag blijken uit recente kijkcijfersuccessen als *Windkracht 10* en *Heterdaad*.

Ook historisch drama is zeldzaam, in de steekproef is het zelfs afwezig. Dit heeft opnieuw deels te maken met de hoge kostprijs, onder meer van historische kostuums. Verder ontbreken ook tv-films en miniseries in de steekproef, aangezien het budgettair interessant is vaste kosten over zoveel mogelijk afleveringen te spreiden. Tenslotte wordt het relatief dure eigen drama quasi nooit buiten prime time geprogrammeerd, tenzij het om heruitzendingen gaat.

Dit eerste, algemene beeld van het Vlaamse fictieaanbod brengt een eenzijdigheid aan het licht. In 1998 worden vooral populaire, in het alledaagse gesitueerde Vlaamse series uitgezonden, zoals soaps en sitcoms, die op een breed publiek gericht zijn. Duurdere genres als politieseries en historische series zorgen voor wat meer actie en prestige, maar zijn uitzonderlijk. Zoals uit bovenstaande uiteenzetting blijkt, is de eenzijdigheid van het Vlaamse fictieaanbod grotendeels te wijten aan economische imperatieven. Hoe men het televisiebeeld van Vlaanderen in tv-fictie verder ook interpreteert, wat de keuze voor bepaalde genres boven andere betreft, dient in elk geval rekening gehouden te worden met budgettaire beperkingen.

■ DE ECONOMISCHE CONTEXT: VAN OMROEPMONOPOLIE TOT TV-MARKT

De lancering van VTM in 1989 is een cruciaal moment in de Vlaamse televisiegeschiedenis, ook wat tv-fictie betreft. Er werd heel wat geschreven over de kwantitatieve en kwalitatieve veranderingen in programmatie, veroorzaakt door de liberalisering van de omroep en het ontstaan van een echte

Vlaamse televisiemarkt (Milo, 1991; Tanghe & De Bens, 1994; Schroyen, 1998). Het is echter belangrijk dit historische moment niet te isoleren, maar het te situeren binnen een bredere evolutie. Daarom vergelijken we onze steekproefweek met dezelfde week om de vijf jaar tussen 1955 en 1995. Op die manier komen bredere tendensen aan het licht. In overeenstemming met de verwachtingen wijst het programma-aanbod van 1990, net na de start van VTM, op duidelijke veranderingen. Binnen de ruimere evolutie bekeken, blijkt de komst van VTM echter niet zozeer een plotse ommekeer teweeg te brengen, maar eerder als een katalysator bestaande tendensen te versterken. Om te beginnen, zorgt de komst van de commerciële zenders voor een uitbreiding van de zendtijd, een tendens die Biltereyst (1995: 129) in heel Europa heeft waargenomen. In de steekproefweek werd door alle zenders samen gedurende 337 uren uitgezonden. Opmerkelijker is dat ook de openbare omroep, na een eerste periode van aarzeling en desoriëntatie, haar zendtijd uitbreidde (Tanghe & De Bens, 1994: 32). De stijging op het huidige TV1, van zo'n 54 uur in 1985 naar meer dan 64 uur in 1995, past echter binnen een ruimere toename van de zendtijd, met een periode van stagnatie en zelfs terugval in de jaren tachtig (zie figuur 5).⁴

Figuur 5: Toename uitzendtijd TV1 (derde volle week november)

	1955	1960	1965	1970	1975
Duur	25u20	31u35	34u35	46u54	59u25

	1980	1985	1990	1995	1998
Duur	58u42	53u52	59u50	64u28	71u16

Deze toename berust niet op een disproportionele toename van herhalingen. Terwijl het aantal herhalingen (zoals aangekondigd in *Humo*) op TV1 toenam, varieert hun aandeel sinds de jaren zestig tussen de 15% en 25%, een variatie die niet samenhangt met de komst van VTM. Ook de toename van zendtijd op VTM gaat niet gepaard met een groter aandeel herhalingen dan op de openbare omroep. Toch wint de commerciële logica, die gebiedt met minimale investeringen zoveel mogelijk kijkers te bereiken, aan belang. Zo vallen bijvoorbeeld de doorlopende nachtelijke herhalingen van nieuwsuitzendingen in 'lussen' te verklaren, en de veelvuldige herhalingen van aangekochte series op VT4. Beide soorten herhaling zijn echter niet in de cijfers terug te vinden, omdat ze niet exact uit de programmagegevens in *Humo* afgeleid kunnen worden.

Een ander gevolg van commercialisering is de popularisering van het aanbod door de toename van amusementsprogramma's (Milo, 1991: 14; Tanghe & De Bens, 1994: 33; Schroyen, 1998: 43). Voor deze analyse werd een dichotome classificatie gebruikt, waarbij de hoger beschreven categorieën 'infor-

matie en educatie' en 'kunst' tot een ruimere categorie 'informatie' werden samengesmolten, en 'tv-fictie', 'bioscoopfilm', 'ontspanning - non-fictie', 'lichte informatie', en 'sport' tot de ruimere categorie 'amusement'. Kinder- en jeugdprogramma's werden opnieuw niet in de analyse opgenomen. Over alle zenders neemt amusement in 1998 maar liefst drie kwart van de zendtijd in beslag. Terwijl de algemene tendens richting amusement niet te ontkennen valt, is opnieuw voorzichtigheid geboden. Zo tonen de cijfers van 1985 en 1990 een spectaculaire stijging van amusement op TV1, van 38% naar 61%, maar vallen ook voor de komst van VTM al herhaaldelijk aandelen van bijna 50% amusement te noteren (zie figuur 6). Bovendien wordt het groeiende aandeel amusement op TV1 gecompenseerd door het toenemende aandeel informatie op TV2. Deze cijfers weerleggen de algemene toename van amusement op de openbare omroep niet, maar kwalificeren ze.

Figuur 6: Evolutie verhouding amusement – informatie bij VRT

	TV1		TV2			TV1		TV2	
	Amus.	Info.	Amus.	Info.		Amus.	Info.	Amus.	Info.
1955	59%	41%			1980	40%	60%	75%	25%
1960	45%	55%			1985	38%	62%	56%	44%
1965	48%	52%			1990	61%	39%	42%	58%
1970	49%	51%			1995	69%	31%	42%	58%
1975	48%	52%			1998	68%	32%	43%	57%

Ook het aandeel (film- en televisie-) fictie nam toe na de komst van VTM (Tanghe & De Bens, 1994: 34; Schroyen, 1998: 49). Biltreyst (1995: 129) vindt die toename van fictie ook in andere kleine Europese televisiemarkten. In Vlaanderen neemt fictie nu de helft van de zendtijd in beslag. Op TV1 groeide het aandeel fictie van 19% in 1955 tot 42% in 1998, met een duidelijke sprong tussen 1985 en 1990. Opnieuw echter is een al te lineaire koppeling van deze tendens aan de komst van VTM uit den boze: in 1965 zond TV1 al 33% fictie uit.

Gezien het grote culturele belang van tv-fictie, is vooral het aandeel eigen producties belangrijk. Over alle programmacategorieën nam het aandeel geïmporteerde programma's toe van ongeveer een kwart tussen 1955 en 1985, tot meer dan de helft in 1998 (zie figuur 7).

In 1998 maakt tv-fictie het grootste deel (70%) van de geïmporteerde programma's uit, en wordt 85% van de tv-fictie op Vlaamse zenders geïmporteerd. Als men aanneemt dat tv-fictie van cultureel belang is, kunnen dergelijke cijfers niet aan de kant worden geschoven, al leveren ze op zich geen bewijs voor een culturele 'amerikanisering'.⁵ Los van speculaties over de gevolgen, moet de oorzaak van deze sterke afhankelijkheid opnieuw op eco-

Figuur 7: Evolutie verhouding eigen programma's – import over alle zenders

	1955	1960	1965	1970	1975
Eigen	78%	75%	67%	75%	75%
Import	22%	25%	33%	25%	25%

	1980	1985	1990	1995	1998
Eigen	73%	75%	60%	48%	46%
Import	27%	25%	40%	52%	54%

nomisch vlak worden gezocht. Ook Biltereyst (1995: 140-141) zoekt hier de belangrijkste verklaring voor de verschillen in afhankelijkheid van buitenlands drama in Europa. Zo berekent hij dat één uur eigen drama de BRTN in 1990 gemiddeld 8 miljoen BEF kostte, terwijl een uur aangekocht drama gemiddeld meer dan twintig keer goedkoper was: 375.000 BEF.

Wat herkomst betreft, is ook het geringe aandeel Nederlandse fictie interessant. Terwijl in het verleden tot 29% (1960) van de uitgezonden fictie uit Nederland kwam, vinden we in de steekproefweek geen enkel Nederlands programma terug. Opnieuw functioneerde de commercialisering van het omroeplandschap als katalysator. Biltereyst's (1992: 530) vaststelling dat linguïstische affiniteit de televisiestroom binnen Europa regelt, gaat dus niet meer op voor Vlaanderen. Taal blijkt niet de sterkste verklarende factor voor kijkerskeuzes, en Engelstalige programma's genieten nu veruit de voorkeur boven Nederlandse. Dit blijkt niet alleen uit de afname van Nederlandse import, maar ook uit het dalend aantal Vlaamse kijkers van Nederlandse omroepen (Cammaer, 1991: 25). Vóór de komst van commerciële zenders lokten Nederlandse omroepen veel Vlaamse kijkers met hun populairdere programmatie (Bal, 1985: 330). De geringe populariteit van Nederlandse programma's bij Vlaamse kijkers kan gedeeltelijk worden verklaard door de historisch gegroeide culturele verschillen tussen Vlaanderen en Nederland, die onder meer beschreven worden door Wils (1994: 438, 451). Het vroegere hoge aandeel Nederlandse programma's kan dan worden toegeschreven aan het streven van de openbare omroep om de Nederlandse taal en cultuur in Vlaanderen te verpreiden (Van Poecke & Van den Bulck, 1993: 117-118).

■ VLAAMSE TV-FICTIE IN HISTORISCH PERSPECTIEF

Wanneer we de aandacht toespitsen op Vlaams drama, blijkt het schaarse aanbod voor de komst van VTM statistische analyse onmogelijk te maken. Tot 1985 vonden we in de steekproefweek soms geen, en maximaal twee Vlaamse tv-fictieproducties. Toch worden een aantal grote tendensen duidelijk. Zo nam niet alleen het aanbod van geïmporteerde tv-fictie toe sinds

1989, maar ook het aanbod van Vlaamse fictie. VTM nam de leiding door een aantal populaire series te maken, en VRT volgde het voorbeeld. Daardoor beleefde het Vlaamse tv-drama een ware (kwantitatieve) renaissance. Volgens Biltereyst (1995: 133) is het gebruik van eigen fictie in de strijd om de kijkers ('drama-oorlog'), een algemene Europese tendens.

Zoals pop polls doorheen de jaren aantonen (Grossey, 1993: 32-34 & 49), was Vlaamse fictie al enorm populair voor de komst van commerciële televisie. Toch bekleedde eigen drama niet zo'n belangrijke plaats in programma-roosters, omdat het ook dan al te duur en arbeidsintensief was, terwijl de Vlaamse televisiebudgetten naar Europese normen zeer laag waren (Van Gorp & Billiet, 1977: 138; Bal, 1985: 219; Anthierens, s.d.: 168). Bovendien was populair tv-drama een te frivole programmacategorie om al te veel plaats in te nemen in een zendrooster waar de klemtoon lag op informatie en educatie. Uit een overzicht van Vlaamse fictieseries blijkt dat de huidige VRT vaak zijn toevlucht nam tot historisch drama en literaire adaptaties, zoals *Wij, Heren van Zichem* (naar Ernest Claes) en *De Vorstinnen van Brugge* (naar Maurits Sabbe).⁶ Zo werd drama opgenomen in het opvoedende project van de openbare omroep, die zich onder meer als taak stelde het Vlaams cultureel erfgoed te verspreiden (Van Poecke & Van den Bulck, 1993: 118).

Naast literair drama, kent de Vlaamse televisie ook een sterke traditie van theatrale fictie. TV-toneel, 'captaties' van bestaande toneelstukken, en de daaruit voortvloeiende, voor tv geproduceerde tv-films vormden een belangrijk ingrediënt op het tv-menu. De Vlaamse tv startte haar uitzendingen met een toneelstuk (*Drie dozijn rode rozen*), en deed er lang over die theaterwortels te vergeten (Van Marcke & De Poortere, 1977: 145). Al werden niet noodzakelijk grote toneelklassiekers vertoond, maar vaak blijspelen en hedendaagse Vlaamse stukken, toch past ook de voorkeur voor toneel binnen het opvoedende project van de openbare omroep.

Terwijl populair, komisch drama zoals *Schipper naast Mathilde* levendig deel uitmaakt van het collectieve geheugen, nam het kwantitatief slechts een bescheiden positie in naast ernstiger, literair of theatraal drama. Populair drama, vooral komedie, was uitzonderlijk, omdat er dialect mocht worden gesproken. Maar zoals Van Poecke en Van den Bulck (1993: 119) opmerken, was het gebruik van dialect een kleine toegeving aan het publiek om zo kijkers te lokken voor serieuzere programma's.

Deze historische terugblik contrasteert sterk met het hedendaagse fictieaanbod, waarin vooral populaire genres als soaps en sitcoms worden geprogrammeerd. De komst van VTM en de overname van de commerciële logica door de openbare omroep hebben zeker een rol gespeeld in deze kentering. Het is immers in een situatie van commerciële mededinging dat soaps en sitcoms interessant zijn, omwille van hun relatief lage prijs en grote populariteit. Ter-

wijl de lage budgetten vroeger resulteerden in schaarse producties, worden nu meer, maar relatief goedkopere series geproduceerd. In deze context komen duurdere genres als historisch drama in het gedrang. Opnieuw dringt zich de conclusie op dat markeigenschappen een belangrijke invloed hebben op de structuur van de drama-output. Opnieuw echter dient erop gewezen te worden dat de kiemen voor de verandering bij de openbare omroep al voor de komst van de commerciële omroep aanwezig waren. Zo bestond de druk tot popularisering al vanuit Nederlandse hoek.

Het belang van dergelijke economische factoren mag ook niet worden overdreven. Zo is het niet duidelijk welke invloed economische factoren op de feitelijke inhoud van programma's hebben. Bovendien kunnen tal van andere factoren, zoals maatschappelijke evoluties, veranderingen in omroepsfilosofie en in publieksvoorkeur, de fictieproductie beïnvloeden. Vooral de kentering binnen de openbare omroep lijkt hier relevant. Volgens Van Poecke en Van den Bulck (1993) evolueert de openbare omroep immers van een moderne naar een postmoderne, minder paternalistische instelling. In dit perspectief is de overgang naar populairdere genres niet zo verrassend.

■ DE INTERNATIONALE CONTEXT: VLAANDEREN - EUROPA

De economische beperkingen die het Vlaamse fictieaanbod beïnvloeden, spelen ook elders een rol. Zoals Biltereyst (1995:26) vaststelt, zijn vooral Derde Wereldlanden, maar ook kleine landen en taalgemeenschappen aangewezen op Amerikaanse import. Dit is onder meer te wijten aan de kleine interne markt, de beperkte exportmogelijkheden, de taalbeperkingen en de kleine financiële slagkracht. Vooral in de dure fictiecategorie laat dit zich voelen. Op basis van het comparatieve *Eurofiction* onderzoek, gecoördineerd door Milly Buonanno, kan de positie van Vlaamse fictie in Europees perspectief verder worden onderzocht.⁷

Buonanno (1998:7) vergelijkt data van 1996 voor Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje en Groot-Brittannië. Als overkoepelende conclusie stelt ze dat het Europese fictielandschap zeer divers is, en dat de gevreesde homogenisering (voorlopig) imaginair is. Naast enkele algemene tendensen vallen vooral specifieke nationale kenmerken op. Ook Vlaanderen bevestigt dit patroon: de Vlaamse cijfers passen in een aantal Europese tendensen, maar nemen vaak extreme posities in, vooral wat eigen fictie betreft.

Een eerste conclusie betreft de herkomst van tv-fictie: met aandelen eigen fictie tussen 5% (Italië) en 50% (GB) (Buonanno, 1998: 19), scoort het Vlaamse aandeel van 15% middellaag. Volgens Biltereyst (1992: 522) zijn alle Europese omroepen in kleine landen sterk aangewezen op import. Buonanno's cijfers wijzen echter op aanzienlijke variaties tussen grote landen, waarbij de grens tussen Noord- en Zuid-Europa als scheidslijn fungeert. Eerder

dan met de omvang van het land, lijken deze variaties samen te hangen met markeiteigenschappen. Zo is volgens Dupagne en Waterman (1998: 216) de afhankelijkheid van import negatief gerelateerd aan de grootte van het BNP en aan de economische infrastructuur van de tv-markt.

Ten tweede is de algemene schaarste aan programma-uitwisseling binnen Europa, die Buonanno (1998:20) observeert, ook in Vlaanderen aanwezig: slechts 8% van de fictie wordt uit Europese landen ingevoerd. Bovendien is het merendeel daarvan Brits van oorsprong, wat de hogergenoemde dominantie van Engels als tweede fictietaal bevestigt.

Ten derde past het grote Vlaamse aandeel van 75% niet-Europese import binnen het algemene patroon. Alleen Groot-Brittannië (50%) en Frankrijk (59%) hebben significant lagere scores (Buonanno, 1998: 20). De grote Europese afhankelijkheid van vooral Amerikaanse import is onweerlegbaar, al blijft het gissen naar de culturele invloed ervan. De discussie over amerikanisering valt zoals gezegd buiten het bestek van deze tekst, maar zoals elk onderzoek naar eigen drama, is dit onderzoek gebaseerd op de overtuiging dat eigen drama belangrijk is. Dit belang schuilt o.i. niet zozeer in het 'Vlaamse' karakter van eigen producties, maar in het creëren van diverse, historisch en geografisch specifieke beelden. In een relatief kleine, competitieve markt wordt tv-drama echter stilaan te duur, zodat minder risicovolle en eigenzinnige producten het licht zien. De overweldigende opkomst van het formeel sterk gestandaardiseerde soap-genre in de jaren negentig illustreert deze tendens. Ook sitcoms worden in Vlaanderen meer en meer volgens het boekje gemaakt. Wat Muir (1991: 52) 'organische' comedy noemt, wordt steeds meer vervangen door 'formula comedy', series die op het strakke Amerikaanse model gebaseerd zijn. Ook voor inhoudelijke homogenisering valt iets te zegen. Zo proberen nieuwe sitcoms vaak oudere successen te kopiëren. De prototypische VRT-sitcom van de jaren negentig, *FC De Kampioenen*, stond bijvoorbeeld model voor heel wat opvolgers op de openbare omroep, en ook VTM pakt uit met een epigoon, *Verschooten en Zoon* (Vanderhaegen, 1999: 59). Zelfs een remake (*Slisse en Cesar*) wordt op het publiek losgelaten.

Vaak zijn in televisiemiddens klachten te horen over tijdsdruk en financiële beperkingen, en de daaruit voortkomende onmogelijkheid kwaliteit te leveren, te vernieuwen en risico's te nemen (bv. Bonte, 1999: 59). Toch gaat het hier zeker niet om een specifiek Vlaams fenomeen. Ook grote omroepen kampen met gelijkaardige veranderingen, zoals mag blijken uit het pessimisme van Day-Lewis (1998: 222) over het einde van de 'gouden tijd' van het Britse drama.

Wat eigen drama betreft, hoort Vlaanderen, met slechts achttien nieuwe fictieafleveringen in de steekproefweek, bij de kleinere fictieproducenten. Tot die groep behoren ook Italië, Spanje, en in mindere mate Frankrijk, die op jaarbasis respectievelijk 4, 13 en 17 nieuwe episodes per week uitzenden.

Vlaanderen is vooral vergelijkbaar met Italië en Spanje, daar Frankrijk vooral arbeidsintensieve korte series en tv-films uitzendt, terwijl in Vlaanderen en in Spanje vooral lange series worden gemaakt (cf. infra). Ook de Vlaamse voorkeur voor korte episodes is opvallend: ongeveer driekwart van de episodes duren minder dan een half uur, en geen enkele aflevering is langer dan een uur. Buonanno (1998: 11) vindt alleen in Spanje een gelijkaardig patroon, en schrijft het toe aan de nood om de productie te versnellen en kosten te beperken.

Vlaanderen kent een al even extreme situatie wat de uitzendtijd van eigen fictie betreft: alle nieuwe episodes worden in prime time uitgezonden. Dit cijfer ligt duidelijk veel hoger dan het Europese gemiddelde van 47% eigen fictie in prime time, maar past in de algemene tendens dat omroepen met een kleinere productiecapaciteit proportioneel meer investeren in prime time (Buonanno, 1998: 12). Vlaanderen kent bijvoorbeeld geen eigen daytime serials, soaps die overdag worden uitgezonden. Alleen goedkopere geïmporteerde soaps en herhalingen van Vlaamse soaps worden vóór prime time uitgezonden.

Ook qua aantal afleveringen neemt het Vlaamse fictieaanbod een extreme positie in. Tegenover de Europese voorkeur voor tv-films (ongeveer 50% van alle programma's), werd in onze steekproefweek geen enkele tv-film uitgezonden, wat trouwens geldt voor het ganse jaar. Hoewel tv-films, vaak onder de noemer van *Made in Vlaanderen*, vroeger een vast onderdeel op het tv-menu uitmaakten (Defour, 1986: 110), zijn ze nu volledig verdrongen door series, opnieuw een tendens die Buonanno (1998: 12) alleen in Spanje vond. Dit geldt ook voor de schaarste aan miniseries (ibid.: 13). Zoals hoger vermeld is het immers interessanter de vaste kosten (bv. decors) over zoveel mogelijk afleveringen te spreiden.

Tenslotte deelt Vlaanderen zijn voorkeur voor soaps met heel Europa, behalve Frankrijk. Sitcoms nemen in Vlaanderen de tweede plaats in, opnieuw een tendens die gedeeld wordt met Spanje en ook Italië. Zoals Spanje produceert Vlaanderen nauwelijks politseries (Buonanno, 1998: 14).

Globaal genomen, heeft elk bestudeerd Europees land een specifiek drama-profiel. Dit hangt samen met allerhande factoren als de omroepsstructuur en -wetgeving, de fictietraditie in samenhang met de film- en theatertraditie, de taal, etc. Overal opereren echter dezelfde marktmechanismen, die voor duidelijke patronen in het fictielandschap zorgen. Zo deelt Vlaanderen over de hele lijn het meeste kenmerken met Spanje, en in mindere mate met Italië. Dit zijn de kleinste fictieproducenten in Buonanno's studie, wat de stelling bevestigt dat heel wat kenmerken van het fictieaanbod, zoals uitzendtijd en genre, samenhangen met markteigenschappen. Opnieuw blijkt echter niet alleen de omvang van het land of het aantal inwoners, maar ook de mate waarin de omroep is uitgebouwd van doorslaggevend belang te zijn. Zo leidt

de Italiaanse fictieproductie onder de sterke commercialisering en versplintering van het tv-landschap, terwijl de kleine Spaanse productie gekoppeld kan worden aan de beperkte uitbouw van de Spaanse televisie.

In een Europees perspectief is ook de Vlaamse omroep relatief arm, en daarom kunnen alleen goedkopere genres regelmatig worden geproduceerd. Klachten over deze situatie lijken gegrond, omdat het culturele belang van tv-fictie ondergewaardeerd wordt en de productie ervan helemaal overgelaten wordt aan marktprincipes. De vraag blijft echter of het niet mogelijk is goedkope en populaire programma's te maken met goede scenario's en goed acteerwerk. Zo slaagde de huidige VRT er vroeger in met minieme budgetten jeugd drama te produceren, dat zelfs door volwassenen als goed en populair werd beschouwd op het moment van uitzending. Zo werd *Kapitein Zeppos* derde bij Humo's 'Prijs van de kijker 1965', en *Johan en de Alverman* tweede in 1966 (Grossey, 1993: 49). Er wordt vaak geklaagd over een gebrek aan een dramatische traditie, die de Britse omroep toelaat nog steeds hoge normen te hanteren (Van Marcke & De Poortere, 1977: 143; Bonte, 1999: 59). Toch zijn ook daar gelijkaardige klachten over commercialisering en de daaruit voortkomende teloorgang van kwaliteit te horen (Day-Lewis, 1998).

■ BESLUIT

TV-fictie blijkt in Vlaanderen een belangrijke programmacategorie, zowel qua vertegenwoordiging in het programma-aanbod als qua publiekssucces. Hoewel het eerder om een versnelling dan een breukmoment gaat, versterkte de commercialisering van het omroep landschap het belang van fictie nog. Ook de productie van Vlaamse fictie nam spectaculair toe met de komst van VTM in 1989. Tegelijkertijd lieten financiële beperkingen zich echter meer dan ooit voelen: goedkopere series kregen de voorkeur boven duurdere tv-films en miniseries, historisch drama werd vervangen door hedendaags drama, en sterk gestandaardiseerde genres als soap en sitcom namen de overhand. Ook de afhankelijkheid van Amerikaanse import nam in absolute termen enorm toe.

Economische determinanten spelen een doorslaggevende rol in deze evoluties. Zo blijkt de beperkte omvang van de Vlaamse televisiemarkt de fictieproductie parten te spelen, en de nood een zo groot mogelijk publiek te bereiken populaire genres te bevoordelen. Dezelfde financiële druk wordt in andere Europese landen op verschillende manieren opgevangen, waarbij de grootte van de audiovisuele markt een doorslaggevende rol speelt. Zo vertoont de kleine Vlaamse fictiemarkt vooral gelijkenissen met de Spaanse, wat resulteert in een gelijkaardige afhankelijkheid van Amerikaanse import, een beperkt aantal nieuwe producties per week, en een voorkeur voor soaps en sitcoms, met korte episodes, die bij voorkeur in prime time worden uitgezonden.

Het belang van commerciële determinanten mag echter niet overdreven worden, op het gevaar af het culturele belang van fictie te miskennen. Afgezien van de competitieve context waarin series totstandkomen, kunnen ze heel uiteenlopende boodschappen aanbrenge en op diverse manieren door kijkers worden geïnterpreteerd. Daarom verdient ook de concrete inhoudelijke invulling van Vlaamse series, en hun publieksreceptie, uitgebreidere aandacht. Dit is een vruchtbaar spoor voor toekomstig onderzoek. Het is echter ontzuhterend vast te stellen dat, hoe tv-fictie verder ook cultureel functioneert, veel kenmerken van het aanbod puur pragmatische, budgettaire redenen hebben.

NOTEN

- 1 Dit onderzoek kaderde in het practicum van de tweede kandidatuur Communicatiewetenschappen aan de K.U.Leuven.
- 2 De verdeling van waarden binnen de verschillende variabelen werd vergeleken met behulp van een Chi-kwadraatstest.
- 3 Voor programma's op commerciële zenders werd reclametijd afgetrokken van de duur zoals aangegeven in de programmatie.
- 4 Om verwarring te vermijden worden doorheen de tekst de hedendaagse benamingen 'VRT' en 'TV1' gebruikt voor de openbare omroep.
- 5 Zie Biltereyst 1995 voor een uitvoerige behandeling van de problematiek van amerikanisering in verband met Vlaamse fictie.
- 6 Aangezien geen volledige lijst van alle drama bestaat, werd op basis van het bestand van het VRT-Beeldarchief een overzicht opgesteld.
- 7 Het onderzoek is deels gebaseerd op een vergelijkbare steekproefweek, van 2 tot 8 maart 1996. Een ander deel van de studie is gebaseerd op het volledige nieuwe fictieaanbod voor 1996, waarvoor wij geen vergelijkbare data hebben.

LITERATUURLIJST

- Abercrombie, N. (1997) *Television and society*. Cambridge: Polity Press.
- Ang, I. (1982) *Het geval Dallas: Populaire cultuur, ideologie en plezier*. Amsterdam: SUA.
- Anthierens, J. (s.d.) *Tien jaar Vlaamse televisie: Een overzicht*. Hasselt: Heide land.
- Bal, N. (1985) *De mens is wat hij doet: BRT-memoires*. Leuven: Kritak.
- Bennett, T. (ed.) (1990) *Popular fiction: Technology, ideology, production, reading*. London & New York: Routledge.
- Biltereyst, D. (1991) 'Fictie op de Vlaamse televisie: Een kwantitatief onderzoek van het aanbod, de programmering en de consumptie', *Communicatie*, 21(4): 1-20.
- Biltereyst, D. (1992) 'Language and culture as ultimate barriers? An analysis of the circulation, consumption and popularity of fiction in small European countries', *European Journal of Communication*, 7(4): 517-540.
- Biltereyst, D. (1995) *Hollywood in het avondland: Een analyse van de afhankelijkheid en de impact van Amerikaanse televisie in Europa*. Brussel: VUB Press.
- Bonte, L. (1999) 'Heterdaad: Het einde van een tijdperk', *De Morgen*, 10 april: 59.

- BRT-Persdienst (1978) *Belgische radio & televisie handboek*. Brussel: BRT-Persdienst.
- Buonanno, M. (1998) 'A comparative overview', pp. 7-20 in M. Buonanno (ed.) *Imaginary Dreamscapes. Television Fiction in Europe. First Report of the Euro-fiction Project*. Luton: University of Luton Press.
- Cammaer, G. (1991) 'Het publiek van BRTN en VTM', *Communicatie*, 21(2): 24-50.
- Day-Lewis, S. (1998) *Talk of drama: Views of the television dramatist now and then*. Luton: University of Luton Press.
- Defour, L. (1986) *Televisie-amusement. Aspecten van conceptie, productie en programmatie*. Leuven: Verhandeling Departement Communicatiewetenschap.
- de Leeuw, S. (1995) *Televisiedrama: Podium voor identiteit. Een onderzoek naar de relatie tussen omroepsidentiteit en Nederlands televisiedrama 1969-1988*. Amsterdam: Cramwinckel.
- Devereux, E. (1998) *Devils and angels: television, ideology and the coverage of poverty*. Luton: University of Luton Press.
- Dupagne, M. & Waterman, D. (1998) 'Determinants of U.S. television fiction imports in Western Europe', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42 (2): 208-220.
- Fiske, J. (1992) 'British cultural studies and television', pp. 284-326 in R. Allen, *Channels of Discourse, Reassembled. Television and Contemporary Criticism*. 2nd edition. Chapel Hill & London: University of North Carolina Press.
- Gerbner, G. (1969) 'Toward "cultural indicators": The analysis of mass mediated public message systems', pp. 123-132 in G. Gerbner et al. (eds.) *The Analysis of Communication Content*. New York: John Wiley.
- Gerbner, G. (1970) 'Cultural indicators: The case of violence in television drama', *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 388: 69-81.
- Gerbner, G. & Gross, L. (1976) 'Living with television: The violence profile', *Journal of Communication*, 26(2): 173-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N. & Morgan, M. (1980a) 'Aging with television: Images on television drama and conceptions of social reality'. *Journal of Communication*, 30(1): 37-47.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N. (1980b) 'The "mainstreaming" of America: Violence profile No. 11', *Journal of Communication*, 30(3): 10-29.
- Gitlin, T. (1979) 'Prime time ideology: The hegemonic process in television entertainment', *Social Problems*, 26(3): 251-266.
- Gledhill, C. (1997) 'Genre and gender: The case of soap opera', pp. 339-386 in S. Hall (ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.
- Greenberg, B.S. & Atkin, C. K. (1980) *Life on television. Content analyses of U.S. tv drama*. Norwood, NJ: Ablex.
- Grossey, R. (1993) *Goedenavond, beste kijkers: De televisie in zwart-wit, van 31 oktober 1953 tot 31 december 1970*. Antwerpen: Standaard.
- Hall, S. (ed.) (1997) *Representation: Cultural representation and signifying practices*. London: Sage.
- Liebes, T. & Katz, E. (1990) *The export of meaning: Cross-cultural readings of Dallas*. New York: Oxford University Press.

- Livingstone, S. (1998) *Making sense of television. The psychology of audience interpretation*. London & New York: Routledge.
- Milo, P. (1991) 'De programmering van BRTN en VTM', *Communicatie*, 21(2): 1-23.
- Ma, E. (1995) 'The production of television ideologies. A comparative study of public and commercial tv dramas', *Gazette*, 55: 39-54.
- Marc, D. (1997) *Comic visions. Television comedy and American culture*. 2nd ed., Malden, Massachusetts & Oxford: Blackwell.
- Muir, F. (1991) 'Situation comedy', pp. 52-54 in J. McDonnell (ed.) *Public Service Broadcasting: A Reader*. London & New York: Routledge.
- Nelson, R. (1997) *TV drama in transition: Forms, values and cultural change*. Basingstoke: Macmillan.
- Schroyen, T. (1998) *Televisieprogrammering in Vlaanderen sedert de komst van VTM: Een longitudinaal onderzoek naar de programmering van de Vlaamse zenders sinds 1989*, Leuven: Verhandeling Departement Communicatiewetenschap.
- Tanghe, K. & De Bens, E. (1994) 'TV in Vlaanderen: De invloed van commercialisering op het programma-aanbod', *Communicatie*, 23(3): 28-47.
- Tulloch, J. (1990) *Television drama: Agency, audience and myth*. London & New York: Routledge.
- Van Casteren, A. (1978) *25 dozijn rode rozen: Een kwarteeuw Vlaamse televisie*. Gent: Het Volk.
- Vanderhaegen, K. (1999) 'Van iedere gelijkenis met FC De Kampioenen is niemand "verschoten"', *De Morgen*, 17 april: 59.
- Van Gorp, J. & Billiet, D. (1977) 'Televisieschrijvers in Vlaanderen? Nooit van gehoord', *Vlaanderen*, 26 (51) : 131-139.
- Van Marcke, T. & De Poortere, J. (1977) 'Waarom schrijft iemand voor t.v.?', *Vlaanderen*, 26(51): 142-146.
- Van Poecke, L. & Van den Bulck, H. (1993) 'De toekomst van nationale taal, identiteit en cultuur in het licht van de toenemende transnationalisering van de media-cultuur', pp. 113-133 in W. Dumon, G. Fauconnier, R. Maes & E. Meulemans (red.) *Scenario's voor de Toekomst*. Leuven & Amersfoort: Acco.
- Van Poecke, L. & Van der biesen, W. (1991) 'Programma- en nieuwsaanbod op BRT en VTM: Een onderzoeksverslag', pp. 24-47 in *Strategieën van openbare omroep versus commerciële omroepen. Referaten van het 13de Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap*. Gent: R.U.Gent.
- Wester, F. (1995) 'Inhoudsanalyse als kwalitatief-interpreterende werkwijze', pp. 624-649 in H. Hüttner, K. Renckstorf, F. Wester (eds.) *Onderzoekstypen in de Communicatiewetenschap*. Houten & Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Wils, L. (1994) *Vlaanderen, België, Groot-Nederland: Mythe en geschiedenis*. Leuven: Davidsfonds.

AUTEUR

Alexander Dhoest is als aspirant van het Fonds voor Wetenschappelijk Onderzoek verbonden aan het Departement Communicatiewetenschap van de K.U. Leuven.