

Flow is alive

Over hoe tweede schermen middels participatie de
flow van televisie nieuw leven inblazen

Daan Scherpenzeel

3496228

Blok 4 – 2012/2013

15-07-2013

Docent: Karin van Es

Thema: Televisie als nieuw medium

Aantal woorden: 5492

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Theoretisch kader	5
Flow.....	5
Participatiecultuur	7
Methode	10
Analyse Veronica+	12
Interpretatie.....	15
Conclusie.....	17
Bibliografie	18
Bijlagen	20

Inleiding

De Welshman Raymond Williams was verbijsterd toen hij begin jaren '70 in Amerika de televisie aanzette. In tegenstelling tot televisie-uitzendingen in zijn eigen land, werd de Amerikaanse televisie geprogrammeerd als een naadloze 'flow' van beelden, die diverse programma-elementen met elkaar liet samensmelten. (Uricchio 2005, 233) In het Verenigd Koninkrijk was Williams gewend dat televisieprogramma's sequenties waren; specifieke items die werden afgewisseld met intervallen. (Williams 1974, 81-83) Echter, in tegenstelling tot televisie in Groot-Brittannië, waar het medium met name werd gefinancierd door de overheid, was de televisie in Amerika commercieel ingericht. (Smith 1998, 49, 52) Het was daar dus veel belangrijker om kijkers vast te houden aan een bepaalde zender, omdat de adverteerders de financiers waren. Om dat te bewerkstelligen werden er tussen de programma's door, maar vooral ook binnen de programmasequenties zelf, 'onderbrekingen' in de vorm van reclames en previews voor programma's later op de dag uitgezonden. (Williams 1974, 84-87)

Williams noemde de oneindige stroom van beelden de 'flow' van televisie, en deze flow was niet simpelweg het achter elkaar plakken van verschillende sequenties; het was een geplande flow, om de kijker aan de zender te binden. Hij schreef hierover:

What is being offered is not, in older terms, a programme of discrete units with particular insertions, but a planned flow, in which the true series is not the published sequence of programme items but this sequence transformed by the inclusion of another kind of sequence, so that these sequences together compose the real flow, the real 'broadcasting'. (Williams 1974, 84)

Volgens Williams was deze flow een commercieel middel in de strijd tussen de 'networks'. Het diende ervoor om kijkers de gehele 'evening's viewing' bij een bepaalde zender te houden, waarmee de essentie van 'broadcasting' veranderde. (Williams 1974, 87)

In de loop van de jaren is de technologie op het gebied van televisie echter zodanig uitgebreid dat het steeds lastiger werd om kijkers bij één zender te houden. Anno 2013 heb je al lang geen traditioneel televisietoestel meer nodig; je kunt op een willekeurige plek en een willekeurige tijdstip naar een willekeurig programma kijken via de computer, een tablet of een mobiele telefoon. De metafoer flow om de ervaring van televisiekijken te omschrijven lijkt dus niet meer relevant en wordt in de literatuur ook

vaak als zodanig beschouwd. De definitie van het concept is door veel wetenschappers uitgebreid en veranderd (Ellis 1982; Feuer 1983; Altman 1986; Fiske 1987; Jensen 1995; Gripsrud 1997; Corner 1999; Uricchio 2005) en enkelen van hen stellen zelfs dat flow eigenlijk niet meer bestaat (Gripsrud 1997, Fiske 1987).¹ Wat deze wetenschappers stellen klinkt logisch: het medium televisie is aan veel verandering onderhevig geweest en door verschillende nieuwe technologieën is Williams' definitie van flow verouderd.

Toch betrap ik mezelf er tijdens het televisiekijken regelmatig op dat ik volledige reclameblokken achteloos zit te kijken, zonder de afstandsbediening ook maar in de handen te nemen. Ik heb de mogelijkheid om te kijken wat ik maar wil, wanneer ik maar wil, maar toch blijf ik regelmatig voor langere tijd bij één zender hangen en beland ik in een ervaring die te vergelijken is met wat Williams flow noemde. Het verschil met de flow die Williams beschreef is echter, dat ik tegelijkertijd vaak een mobiele telefoon in mijn hand of een laptop op mijn schoot heb; een tweede scherm waarop ik extra informatie en context opzoek over het programma of de film waar ik naar kijk.

Waar veel wetenschappers beweren dat nieuwe technologieën ons verder van Williams' flow verwijderen, is mijn eigen ervaring dus tegenovergesteld. Het tweede scherm lijkt er in mijn geval voor te zorgen dat ik juist langer in de geplande flow van de televisieproducent blijf hangen, onder andere doordat ik zelf actief kan participeren.

Deze realisatie zette mij aan het denken over de vraag of deze tweede schermen het wellicht in zich hebben om ons juist weer terug te brengen bij de flow die Williams beschreef. In dit onderzoek zal ik daarom middels een analyse van de tweede-scherm-applicatie *Veronica+* beargumenteren dat flow, zoals dat door Williams is uiteengezet, langzaamaan weer een relevant concept aan het worden is en dat tweede-scherm-applicaties kunnen bijdragen aan deze flow door middel van het inzetten van gebruikersparticipatie.

De indeling van dit onderzoek ziet er als volgt uit: na de inleiding volgt het theoretisch kader met een beschrijving van de ontwikkelingen rondom de begrippen flow en participatiecultuur. Hierin zal naar voren komen welke definities en theorieën ik gebruik om mijn argument te maken. Na het theoretisch kader volgt de methodesectie waarin ik uiteenzet welke aanpak ik heb gehanteerd om mijn analyse uit te voeren.

¹ Ellis (1982) betoogt dat Williams het belang van sequenties onderschatte, Feuer (1983) stelt dat 'broadcast flow' 'cable flow' is geworden, Jensen (1995) breidt het concept uit met twee nieuwe vormen van flow: 'viewer flow' en 'super-flow', Fiske (1987) stelt dat flow in de praktijk nonsens is, omdat er constant gemonteerd wordt, Gripsrud (1997) zegt dat flow vanuit de kijkers eigenlijk niet echt bestaat omdat mensen alsnog naar specifieke programma's kijken, en Corner (1999) concludeert dat flow fundamentele verschillen in programmavormen verhult.

Hierna analyseer ik de applicatie van Veronica. Ik bekijk hoe de applicatie participatiemogelijkheden gebruikt met als doel de gebruiker in de door producenten gegenereerde flow te laten komen middels een meer interactieve ruimte die in verbinding staat met de tv-uitzending. Tot slot volgt een conclusie waarin ik laat zien wat mijn analyse doet voor het debat rondom flow.

Theoretisch kader

In dit theoretisch kader zal ik een korte sociaalhistorische analyse schetsen van de twee kernbegrippen uit dit onderzoek (flow en participatiecultuur) om een beeld te scheppen van de ontwikkelingen die zich daaromtrent hebben voorgedaan.

Flow

Allereerst is het van belang om het debat omtrent flow uiteen te zetten. Dit met het doel een indruk te krijgen van welke vormen het begrip 'flow' in de loop van de tijd heeft aangenomen, en hoe de veranderende technologieën de notie van flow minder relevant maakten. Hierbij functioneren naast de definitie van Williams de inzichten van Jostein Gripsrud (1998) en William Uricchio (2005) als leidraad voor mijn verhaal. Het is van belang om te beseffen dat er zeer veel verschillende opvattingen bestaan over de begrippen flow en door de beperkte ruimte die dit onderzoek biedt is het onmogelijk om hiervan een zeer uitgebreide historische analyse uit te voeren. Ik ben me er dan ook van bewust dat het hier gaat om een interpretatie van slechts een klein aantal teksten.

In de inleiding werd al duidelijk dat Williams het begrip flow introduceerde als een fundamentele eigenschap van televisie. Met de komst van vooral de commerciële televisie ontstond een groot verschil met de cultuur van voorheen. Vroeger ging je naar het theater om één toneelstuk te bekijken, net zoals je één boek las en naar één sportevenement ging. (Williams 1974, 81) De televisie had echter de mogelijkheid om verschillende programma's achter elkaar uit te zenden en deze programma's op een bepaalde manier met elkaar te verbinden, door onder andere de eerdergenoemde *previews* tijdens de reclameblokken. Deze nieuwe mediavorm maakte het mogelijk om in een flow terecht te komen en dit was volgens Williams de kracht en essentie van broadcasting. (Williams 1974, 80) Televisiezenders creëerden een flow, die ze inzetten als strategie om kijkers bij hun zender te houden. De kijker zelf werd ondergedompeld in deze flow en beleefde daardoor de 'central television experience'. (Williams 1974, 88)

Gripsrud neemt in zijn tekst *Broadcasting, Television, Flow* deze flow van Williams onder de loep. Hij schrijft dat mensen wel degelijk nog naar 'units' van programma's kijken en daar ook naar terug refereren: "The 'flow' perspective on the TV experience is also contradicted by the fact that viewers both then and now actively prefer certain programmes over others and also speak of watching particular programmes". (Gripsrud 1998, 28) Vervolgens geeft Gripsrud een tweedeling van het begrip flow weer, namelijk dat het aan de ene kant een soort 'kracht' is, 'a relentlessness in the stream which viewers can be overwhelmed by, *dragged into and along with.*' (Gripsrud 1998, 28) Dit impliceert dat je als kijker volledig ondergedompeld moet worden in deze flow, als ware het een soort rivier. Aan de andere kant impliceert flow juist dat je alles vanaf een afstand gadeslaat, doordat de kijker relaties legt tussen sequenties en die verschillende sequenties met elkaar verbindt. Dit heeft dan wel als gevolg dat de kijker niet in een immersieve staat geraakt en dus gemakkelijker kan worden afgeleid door iets anders uit zijn omgeving. Flow impliceert volgens Gripsrud dus eigenlijk twee tegenovergestelde metaforen.

Uricchio schrijft heel anders over de flow van Williams. Hij is van mening dat de metafoor volledig verouderd is. In de loop van de jaren is de technologie namelijk zodanig uitgebreid dat het steeds lastiger werd om kijkers bij één zender te houden. De afstandsbediening was eind 70er jaren al veel verder ontwikkeld dan in 1974 en zorgde er voor dat zappen tussen verschillende zenders een stuk gemakkelijker werd. Later kwam de mogelijkheid om programma's op te nemen met de videorecorder en de DVR, waardoor je televisie kon kijken op welk moment dan ook. (Uricchio 2005, 240) Uricchio schrijft verder:

The growing abundance of televisual material, the ability to time shift and zip through advertisements introduced by the VCR, or the ability to zap ads in real-time television thanks to the remote control, all inexorably altered the notion of the televisual, situating to some extent scholarly critiques of Williams's notion of flow. (Uricchio 2005, 240)

Deze kritiek van Uricchio lijkt met name gericht te zijn op de strategie van de producent om de kijker in een flow te laten geraken die de producent creëert en controleert. Uricchio noemt dit de producer-controlled flow. (Uricchio 2009, 33) Deze producer-controlled flow is volgens Uricchio verouderd en daarom beschrijft hij vervolgens een nieuwe vorm van flow: de user-generated flow. Deze flow wordt door de gebruiker van

het medium zelf gegenereerd. Een voorbeeld hiervan is dat de gebruiker zelf een flow creëert door middel van het zappen tussen zenders. Doordat de kijker meer invloed krijgt in wat hij op welk moment op welke plek bekijkt is het lastiger voor producenten om de kijker vast te houden. Dat neemt niet weg dat de kijker nog wel in zijn eigen geconstrueerde flow terecht kan komen.

Wanneer we nu de verschillende opvattingen van de verschillende wetenschappers uit verschillende tijdperken naast elkaar leggen lijken er wel overeenkomsten te bestaan tussen de invulling die ze aan het begrip geven, namelijk dat de metafoor eigenlijk uit twee delen bestaat. Aan de ene kant kun je flow zien als 'producer-controlled'. Op die manier wordt flow gebruikt als strategie om kijkers bij een zender te houden. Deze flow lijkt te impliceren dat de kijker rustig een blik werpt op het toestel en het geheel gadeslaat. De kijker legt relaties tussen de verschillende sequenties. Aan de andere kant staat de 'user-generated flow' waar de flow veel meer gezien moet worden als een immersieve, mentale staat waarin de kijker verkeert tijdens het kijken naar televisie. Mimi White geeft in haar tekst *Flows and Other Close Encounters with Television* een goede beschrijving van haar kijk op Williams' definitie, die dit ondersteunt:

Williams suggests that flow has something to do with the organization of television as a textual system ("the characteristic organisation") as well as with viewing and reception ("the characteristic experience"), both in turn linked to - but not narrowly determined by - institutional prerogatives ("this phenomenon of planned flow"). In other words, as a conceptual term, flow represents the mediations between television technology (the flow of the broadcast signal), institutional terms of programming, and, ultimately of most significance, television textuality and viewer experience thereof. (White 2002, 95)

Bij het analyseren van de applicatie van Veronica zal ik teruggrijpen op allebei deze definities van het begrip flow, en ingaan op hoe ze elkaar juist kunnen versterken. Daarvoor is het eerst van belang om te kijken naar de belangrijke theoretische ontwikkelingen die zich hebben afgespeeld rondom participatiecultuur.

Participatiecultuur

Om uit te leggen wat participatiecultuur precies inhoudt begin ik met een citaat uit het voorwoord van *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century* van Henry Jenkins:

A participatory culture is a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing creations, and some type of informal mentorship whereby experienced participants pass along knowledge to novices. In a participatory culture, members also believe their contributions matter and feel some degree of social connection with one another (at the least, members care about others' opinions of what they have created). (Jenkins 2009)

Dat het begrip participatiecultuur vaak als typerend voor de internetgeneratie wordt genoemd betekent niet dat het niet langer bestaat dan het internet. Wel maakten nieuwe technologische ontwikkelingen - zoals het internet - het vele malen eenvoudiger om te participeren, op allerlei verschillende manieren.

Wat opvalt in de bovenstaande definitie van Jenkins is dat hij zeer breed blijft kijken naar het concept, waardoor het toepasbaar blijft op allerlei verschillende uitingen via allerlei verschillende media. Ik richt me in dit onderzoek echter enkel op de vormen van participatie die zich voordoen bij televisie, waarbij participatie meer wordt gezien als een 'interactie' tussen producent en consument of tussen verschillende consumenten. In de tijd van Williams was de kijker nog passief, en mede daardoor ontstond de flow. Nu "TV has gone from being an activity were you sit alone, to being an activity where you have the opportunity to interact with others". (Ytreberg and Sundet 2009, 386)

Door de interactie van de gebruiker met een medium krijgt de kijker steeds meer mogelijkheden om creatief met de content van dat medium om te gaan. De vraag speelt daardoor op wie nu uiteindelijk de macht heeft binnen deze interactie: de producent, die – in het geval van televisie – de programmering (en dus de flow) verzorgt, of de consument, die de kijkcijfers bepaalt en vaak een stem wordt geboden op diverse platforms (zoals online media)? Als de kijker steeds meer invloed krijgt in de programmering van een televisiezender en in sommige gevallen zelfs de programmering

in zekere zin lijkt te bepalen (denk aan TV Lab van Nederland 3)², waarom zou een producent, die zijn eigen macht daarmee dreigt te verliezen, die mogelijkheid dan bieden?

Espen Ytreberg en Vilde Schanke Sundet hebben empirisch onderzoek gedaan naar participatie in de huidige convergente media-industrie, met name in de televisiebranche. In hun tekst *Working Notions of Active Audiences* (2009) geven ze de resultaten van hun interviews met Noorse televisiedirecteurs en -producenten en andere 'media executives'. Hieruit blijkt dat er grofweg drie verschillende redenen zijn om als televisieproducent gebruik te maken van een vorm van participatie, namelijk: 'emotional engagement, socializing, and the pursuit of technological novelty' (Ytreberg and Sundet 2009, 385) waarvan met name de reden dat participatie emotionele betrokkenheid oproept zou kunnen helpen om de relevantie van flow te verklaren.

In hun onderzoek legden Ytreberg en Sundet 45 verschillende media 'executives' de vraag voor om te een top 3 te maken van de redenen waarom ze op participatie gebaseerde data verwerkten in hun volgende programma's. "[...] out of a list of seven, executives ranked 'establishing audience loyalty' as the most important reason." (Ytreberg and Sundet 2009, 386) Verder schrijven ze hierover: "The emphasis on emotional engagement not only characterizes perceived needs among the audiences; it also does strategic work for the media executives." (Ytreberg and Sundet 2009, 386) Het inzetten van participatiemogelijkheden, en daarmee het geven van de mogelijkheid om een user-generated flow te creëren, is dus eigenlijk net zo goed een strategie.

Als tweede punt noemen Ytreberg en Sundet het belang van socializing. Participatie geeft, zoals Jenkins ook in zijn definitie van participatiecultuur aangeeft, de mogelijkheid om te 'socializen'. Dit socializen zorgt er voor dat het voor de gebruiker voelt alsof hij bij een gemeenschap hoort; een community. En die community-type services zijn volgens een hoofdredacteur van een Noorse krant die wordt aangehaald in *Working Notions of Active Audiences* in staat om loyaliteit te bewerkstelligen:

[Community-type] services are able for instance to involve people who write their opinions down and develop an interest in coming back to check out the reactions of other readers to the opinion they put out there. That will secure us

² Programmamakers van de Publieke Omroep krijgen de kans om hun nieuwste formats te testen op televisie. Daarbij is de grote vraag: zijn deze formats origineel, vernieuwend en horen ze thuis op Nederland 3? Voor de beoordeling van de TV Labprogramma's wordt de hulp ingeroepen van het publiek. Via twitter kunnen kijkers hun mening geven door de hashtag [#tvlab](#) te gebruiken. (Nederland 3 2013)

loyalty, and it is important for us to have loyal readers who will return and use us often. (Ytreberg and Sundet 2009, 386)

Het internet, en dus ook een tweede-scherm-applicatie met toegang tot het internet, is een ideale plek voor het vormen van zo een community. Door televisie te combineren met internet, kan de kijker de mogelijkheid worden gegeven om online extra content te verkrijgen op een extra platform.

Doordat kijkers niet alleen in een geplande televisieflow terecht komen, maar zich tegelijkertijd kunnen onderhouden met gelijkgestemden in de online community, creëren ze ook hun eigen flow, waarbij content van televisie en internet samensmelt. Of zoals Jenkins en Deuze schrijven: "Users are learning how to master these different media technologies to bring the flow of media more fully under their control and to interact (and co-create) with other users." (Jenkins en Deuze 2008, 6).

In het vervolg van het onderzoek zal ik de applicatie van Veronica analyseren. Daarna volgen mijn eigen interpretaties waarin ik gebruik maak van de ideeën en theorieën die naar voren kwamen in dit theoretisch kader.

Methode

Om er achter te komen op welke manier tweede-scherm-applicaties bijdragen aan de terugkeer naar de flow analyseer ik de Veronica+-applicatie. Ik maak in mijn analyse onderscheid tussen twee onderdelen, namelijk: het bestuderen van de flow binnen de applicatie en het bestuderen van de mogelijkheid om in de door producenten geprogrammeerde flow van televisie te geraken. Om de flow binnen de applicatie te analyseren ben ik geïnspireerd door de methode die Williams gebruikte om flow te bestuderen in zijn onderzoek uit 1974. Williams bestudeerde in dat onderzoek de flow op drie verschillende niveaus:

First, there is the flow (which is at this stage still, from one point of view, only sequence) within a particular evening's programmes. [...]Second, there is the more evident flow of the actual succession of items within and between the published sequence of units. [...] Flow of this second kind [...] is centrally important in our experience of television, since it shows, over a sufficient range, the process of relative unification, into a flow, of otherwise diverse or at best

loosely related items. Third, there is the really detailed flow within this general movement: the actual succession of words and images. (Williams 1974, 90)

Ik zal kijken of, en zo ja, op welke manier deze drie vormen van flow terug te zien zijn in de applicatie van Veronica. Ik zal de verschillende onderdelen van de applicatie op eenzelfde wijze aan elkaar relateren. Op deze manier krijg ik inzicht in de onderlinge relaties tussen de onderdelen van de applicatie, maar zie ik ook hoe de onderdelen van de applicatie relateren aan de televisie-uitzending.

Ten tweede is het belangrijk om te kijken hoe de applicatie de gebruiker uitnodigt tot participatie. Hiervoor bekijk ik de affordances van de applicatie aan de hand van de ideeën van Sanna Raudaskoski (2003). Affordances zijn de eigenschappen van 'iets' (meestal een voorwerp) dat bepaald gedrag uitlokt: "something that refers both to the environment and the human being (animal); it implies the complementarity of the human and the environment. [...] all parts of the environment afford some kind of behaviour, e.g. holding, sitting, eating and so on. We perceive these possible functions directly." (Raudaskoski 2003, 2) Raudaskoski schrijft verder dat "the basic research goal for studying the affordances of mobile devices is to explicate the relationship between the structures of actions and the resources and constraints afforded by physical and social circumstances." (Raudaskoski 2003, 6) Ze bekijkt de affordances van mobiele apparaten vanuit drie verschillende hoeken, te weten: manageability, comprehensibility en allow-ability.

Manageability gaat in op de fysieke, relatie tussen de gebruiker en de omgeving. "There are operational actions that are basically physical and the user has a practical and nondiscursive relation to them." (Raudaskoski 2003, 8) *Comprehensibility* refereert naar het feit dat artefacten vanzelfsprekend moeten zijn. "This means that their operation should be discoverable without extensive training, from information provided on or through the artefacts themselves." (Raudaskoski 2003, 8) *Allow-ability* tenslotte, betekent dat artefacten verschillende vormen van actie moeten kunnen toestaan. "For instance, altered telephone technologies and services afford communication in different environments, and with the help of these technologies purposeful social actions can be taken." (Raudaskoski 2003, 9)

Ik zal kijken hoe deze drie vormen terug te vinden zijn in de applicatie van Veronica en daarmee proberen aan te tonen hoe de applicatie in staat is om mensen uit te nodigen om te participeren.

Analyse Veronica+

De Veronica+-applicatie bestaat uit drie onderdelen: 'NU OP TV', 'Social' en 'Tijdljn' (in bijlage 1 staan een aantal screenshots). Bij het openen van de app kom je in het menu "NU OP TV". Als je dit menu bekijkt met de blik van Williams dan zou het vallen onder de derde categorie, die een gedetailleerde blik werpt op de flow van één bepaald programma. Het menu bestaat namelijk uit verschillende pagina's die allemaal direct tekstueel terugverwijzen naar het televisieprogramma dat wordt uitgezonden. Op de eerste pagina wordt een korte samenvatting gegeven van het programma en er is altijd een pagina waar de kijker kan stemmen op iets van het programma. Dit kan het acteerwerk van een acteur zijn, of een 'babe' 'hot or not' is, hoeveel sterren je een bepaald programma geeft, enzovoorts. Vaak is er nog een aantal pagina's geweid aan weetjes en feitjes van het programma en er is altijd een pagina 'meer kijken?' waarop je wordt doorverwezen naar de website van Veronica. Binnen het menu kun je tussen deze pagina's 'sliden' en zo als het ware je eigen flow creëren, maar alleen binnen de grenzen die de producent je stelt.

Wat namelijk erg interessant is aan dit menu is dat de extra content die het biedt pas beschikbaar wordt gesteld op het moment dat het programma op televisie wordt uitgezonden. Er wordt de kijker wel degelijk ruimte geboden om te participeren, maar wel binnen de grenzen van de geplande flow die op televisie bestaat.

Het tweede menu (Tijdljn) lijkt hier bijzonder veel op. Het is als het ware een televisiegids met extra's. Je ziet wat de avondprogrammering van Veronica te bieden heeft en wat voor extra's erbij horen. Die extra's worden beschikbaar gesteld in het 'NU OP TV'-menu vanaf het moment dat het programma wordt uitgezonden. Ook in dit menu verwijzen de tekstuele elementen direct naar de gehele avondprogrammering van de zender. Williams zou deze vorm van flow scharen onder zijn eerste categorie: het zijn eigenlijk alleen de sequenties die onder elkaar zijn gezet, maar er is niet direct een verband te zien tussen de programma's.

In het laatste menu (Social) zijn mogelijkheden tot participatie via Twitter en via Facebook. Met de Twittermogelijkheid kun je direct alle tweets met de hashtag van het programma of de hashtag '#veronica' zien en mee-tweeten. De Facebook-widget laat alle Facebookberichten zien over een bepaald programma en geeft de mogelijkheid om zelf een statusupdate te maken over het programma dat wordt uitgezonden.

Om te begrijpen wat deze mogelijkheid voor de gebruiker kan betekenen kunnen we gebruik maken van de theorieën over affordances van mobiele apparaten. Laten we

eerst kijken naar de *manageability*. Het is noodzakelijk dat de kijker de applicatie opent. Dat lijkt in eerste instantie misschien geen vorm van actieve participatie, maar als je het bekijkt in het licht van de flow die Williams beschrijft dan is het dit wel degelijk. Flow kreeg in de definitie van Williams enkel vorm als de kijker volledig passief was. Nu moet er een bepaalde 'kracht' zijn waardoor de kijker een intrinsieke behoefte krijgt om *meer* te doen dan normaal, de kijker moet er namelijk zelf een tweede scherm bij pakken.

Deze bepaalde 'kracht' valt te verklaren wanneer je kijkt naar de affordances van het tweede scherm. Tegenwoordig hebben we laptops en smartphones die relatief klein, gemakkelijk in het gebruik en snel zijn. Dit zijn de affordances die het gebruik ervan als vanzelfsprekend maken. Bovendien gaf Jenkins in zijn definitie aan dat participatiecultuur een ruimte moet zijn waar de gebruiker zo min mogelijk barrières moet tegenkomen in zijn weg naar artistieke uitingen. (Jenkins 2009) De applicatie van Veronica is gemaakt voor de smartphone die gemakkelijk te gebruiken is tijdens het kijken van televisie. Hierdoor blijven de obstakels tot een minimum beperkt. De applicatie is dus *manageable* en *comprehensible*, want omdat het via een tablet of smartphone geactiveerd kan worden is de fysieke relatie tussen mens en applicatie gemakkelijk en omdat de applicatie een gemakkelijke interface heeft wordt de gebruiker op een vanzelfsprekende manier uitgenodigd te participeren. Alleen qua *allow-ability* is het lastig te zeggen of de applicatie dit in zich heeft. Er zijn verschillende manieren om actie te ondernemen binnen de applicatie, maar je bent wel altijd gebonden aan het tijdstip van uitzenden. Dit gegeven is echter wel te verklaren in het licht van de geplande flow waaraan Veronica de kijker wil blijven binden.

Nu we hebben gezien waartoe de applicatie in staat is, is het belangrijk om te bekijken wat dit betekent voor de flow. In het geval van de applicatie heb je als gebruiker niet de mogelijkheid om zelf actief de content van de applicatie of de content van de televisie aan te passen of volledig te veranderen, maar er wordt wel van de kijker gevraagd om zijn of haar mening te ventileren. Het kan door middel van het uitbrengen van een stem op een bepaalde, op een programma van toepassing zijnde vraag, of het kan door te participeren in de online discussie via sociale media Twitter en Facebook. Veronica zegt hierover in een interview met Frankwatching: "We hopen hen hiermee niet alleen meerwaarde te bieden tijdens hun televisieavond, maar we willen hierdoor ook met hen in contact blijven en aan blijven voelen waar zij behoefte aan hebben." (Frankwatching 2013)

Je zou kunnen zeggen dat de mogelijkheid om te stemmen voor een verbetering van de producer-generated flow zorgt. Door als kijker aan te geven in hoeverre je een

programma waardeert in de vorm van het geven van een hoeveelheid 'sterren', creëer je namelijk data. Dit betekent dat gebruikers van de applicatie feedback geven waarmee de programmeurs de programmering aanpassen aan de wensen van de kijker. De rekensom is snel gemaakt: hoe meer mensen tevreden zijn met de programmering van de zender, hoe langer ze zullen blijven kijken en op die manier blijft er een flow bestaan.

De mogelijkheid om te participeren in de online discussie zorgt juist voor een verbetering van de user-generated flow. Jenkins geeft aan dat leden van een participatiecultuur een bepaalde connectie moeten voelen met andere leden. (Jenkins 2009) We hebben gezien dat de gebruiker door die connectie emotioneel betrokken raakt bij het programma. De Veronica+-applicatie biedt deze mogelijkheid op een zeer gemakkelijke manier. In dezelfde applicatie waarmee je informatie opzoekt over het programma, wordt je direct de mogelijkheid geboden om te interacteren met andere kijkers over de content die tegelijkertijd op de televisie wordt uitgezonden. Jenkins en Deuze beschrijven dit in hun editorial in het magazine *Convergence* eveneens: "media companies are learning how to accelerate the flow of media content across delivery channels to expand revenue opportunities, broaden markets and reinforce consumer loyalties and commitments." (Jenkins en Deuze 2008, 6)

Beide vormen van de flow die ik in het begin van dit onderzoek uiteenzette komen terug in de applicatie van Veronica. De affordances van de applicatie maken het voor producent Veronica en voor de consument dus eenvoudig om zowel de producer-generated flow als de user-generated flow in stand te houden, of beter gezegd: Veronica zorgt ervoor dat hun kijkers weer in een wisselwerking van beide flows raken door het inzetten van een interactieve ruimte, die in verbinding staat met de televisie-uitzending.

Interpretatie

In het theoretisch kader heb ik laten zien dat er meerdere ideeën bestaan over het begrip flow, waarvan er twee terugkomen in alle drie de teksten die ik heb bestudeerd. Williams maakt onderscheid tussen de 'characteristic organisation' en de 'characteristic experience' van televisie, Gripsrud vergelijkt flow met een rivier die je aan de ene kant mee kan sleuren en kan onderdompelen, maar die je aan de andere van een afstandje kunt gadeslaan, Uricchio gebruikt tenslotte de termen producer-controlled flow en een user-generated flow om het concept te beschrijven. De kritiek van Gripsrud en Uricchio op Williams was dat deze twee vormen van flow tegengesteld zijn aan elkaar en dat de opkomst van verschillende nieuwe technologieën ervoor zorgen dat deze producer-controlled flow zou verdwijnen maar in dit onderzoek probeer ik aan te tonen dat deze vormen van de flow elkaar juist kunnen versterken door gebruik te maken van participatie.

Uit het theoretisch kader bleek namelijk bovendien dat producenten juist gebruik kunnen maken van de participatiedrang van hun kijkers, zodat er loyaliteit en emotionele betrokkenheid ontstaat. Producenten geven de gebruiker ruimte om te participeren en te interacteren met de producent en met andere kijkers. In de analyse van de applicatie van Veronica zien we dit, in zekere mate, terug.

Veronica heeft een applicatie ontwikkeld die iets extra's wil bieden aan haar gebruikers, maar die ook iets toe wil voegen aan de flow die al bestaat op de televisie. Dit doen ze door de flow van televisie na te bootsen binnen de applicatie, namelijk door een televisiegids in te bouwen. Echter, die televisiegids beschikt over enkele extra mogelijkheden die pas geactiveerd kunnen worden op het moment dat het programma is begonnen. Zo kun je binnen de app pas tweeten met de hashtag van een bepaald programma op het moment dat het programma wordt uitgezonden, maar wordt ook de extra videocontent pas beschikbaar gesteld op datzelfde moment. Hierdoor blijft de gebruiker gebonden aan de geplande structuur van de producenten, maar geeft het toch mogelijkheid tot interactie. De door producenten geplande flow en de door de gebruiker geconstrueerde flow werken hier dus samen tot een nieuwe vorm van flow, een 'hybride flow'.

Die hybride flow ontstaat op het moment dat de kijker de mogelijkheid wordt gegeven om een eigen flow te creëren, waardoor die zich meer betrokken voelt bij de geplande flow. Ze ondersteunt dus eigenlijk de traditionele vormen van flow. Waar Williams zich richt op een flow waarbij de kijker passief is en zich laat leiden en laat

onderdompelen door de geplande programmering van een zender, is het dus juist in dit huidige, gefragmenteerde medialandschap goed mogelijk om door middel van actieve participatie weer terug te keren naar de geplande flow.

Concluderend kun je zeggen dat door nieuwe technologische ontwikkelingen het de consument gemakkelijker werd gemaakt om actief te participeren en oudere media (zoals televisie) spelen hier nu strategisch op in met als achterliggende reden dat gebruikersparticipatie emotionele betrokkenheid creëert. Die emotionele betrokkenheid zorgt voor loyaliteit en daarmee dat de kijker wordt ondergedompeld in de 'evening's viewing' van een bepaalde zender. Beide vormen van flow (zowel producer- als user-generated) komen hierdoor dus bij elkaar in een hybride flow.

Conclusie

We hebben gezien dat het concept van flow aan relevantie inleverde toen er technologische veranderingen opspeelden in het televisielandschap, maar in dit onderzoek heb ik getracht te beargumenteren dat juist deze nieuwe technologieën het ook mogelijk kunnen maken dat we weer terugkeren naar dit begrip van flow. Echter, wel door het begrip een iets andere invulling te geven. Waar Williams geen duidelijk onderscheid maakt tussen een geplande en een door gebruikers gegenereerde flow heb ik willen aantonen dat er een wisselwerking bestaat tussen deze twee vormen van flow, een hybride flow.

User-generated flow zorgt namelijk voor emotionele betrokkenheid, loyaliteit en creëert een gevoel van immersie tijdens het kijken naar televisie, waardoor de kijker minder geneigd zal zijn om te zappen, het programma op te nemen of het op een later moment via internet of smartphone terug te kijken. De user-generated flow versterkt daarmee de geplande flow van de producent. Andersom hebben we gezien dat de producent technologieën kan inzetten om de kijker actief te laten participeren binnen de geplande flow, door interactiemogelijkheden te bieden die aansluiten bij wat er op de televisie wordt uitgezonden.

Dit onderzoek zou dus kunnen dienen als een middenweg tussen de opvattingen van Williams en die van de wetenschappers die beweren dat de flow is verdwenen. Door de flow van Williams te bekijken in het licht van de veranderende technologische mogelijkheden is het mogelijk om de participatiedrang, die Jenkins waarneemt bij veel jongeren, een plek te geven in het televisielandschap. Dit kan voor de televisie-industrie inzicht geven in hoe zij het beste haar kijkers kan dienen, namelijk door een compromis te zoeken tussen de geplande 'producerflow' en de door gebruikers gegenereerde, immersieve flow.

Bibliografie

- Brooker, Will. "Everything Will Flow." *Flow*. maart 18, 2005.
<http://flowtv.org/2005/03/everything-will-flow/> (accessed juni 5, 2013).
- Corner, John. *Critical Idead in Television Studies*. Oxford: Clarendon, 1999.
- Ellis, John. *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. New York: Routledge, 1982.
- Fiske, John. *Television Culture*. New York: Routledge, 1987.
- Frankwatching. *Veronica+: Test je kennis & ga interactie met andere kijkers aan*. maart 3, 2013. <http://www.frankwatching.com/gespot/veronica/> (accessed juli 12, 2013).
- Gripsrud, Jostein. "Broadcast Television: Its Chances of Survival in a Digital Age." In *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*, by Lynn Spigel and Jan Olsson, 210-223. Durham: Duke University Press, 2004.
- Gripsrud, Jostein. "Television, Broadcasting, Flow: Key Metaphors in TV Theory." In *The Television Studies Book*, by Christine Geraghty and David Lusted, 17-32. Londen: Arnold, 1998.
- Jenkins, Henry. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Londen: MIT Press, 2009.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.
- Jenkins, Henry, and Mark Deuze. "Editorial: Convergence Culture." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2008: 5-12.
- Jensen, Klaus Bruhn. *The Social Semiotics of Mass Communication*. Sage Publications: Los Angeles, 1995.
- Manovich, Lev. *Language of New Media*. Londen: MIT Press, 2001.
- Müller, Eggo. "Formatted Spaces of Participation." In *Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology*, by Marianne van den Boomen, Sybille Lammes, Ann-Sophie Lehmann, Joost Raessens and Mirko Tobias Schäfer, 49-63. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009.
- Nederland 3. *Over TV Lab*. 2013. <http://www.tvlab.nl/over> (accessed juni 7, 2013).

Raudaskoski, Sanna. "The Affordances of Mobile Applications." *SoleCris, University of Tampere*. 2003. http://goodbad.uiah.fi/info/show_program?track=UI (accessed juli 12, 2013).

Schäfer, Mirko Tobias. *Bastard Culture! How User Participation Transform Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011.

Smith, Anthony. "Television as a public service medium." In *Television: An International History*, by Anthony Smith, 38-53. New York: Oxford University Press, 1998.

Uricchio, William. "Television's Next Generation: Technology/Interface Culture/Flow." In *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*, by Lynn Spigel and Jan Olsson, 232-265. Durham: Duke University Press, 2005.

Uricchio, William. "The Future of a Medium Once Known as Television?" In Pelle Snikkars and Patrick Vonderau, ed., *The YouTube Reader*. London: Wallflower Press, 2009: 24-39

White, Mimi. "Flows and Other Close Encounters with Television." In *Planet TV: A Global Television Studies Reader*, by Lisa Parks and Shanti Kumar, 94-110. New York: New York University Press, 2002.

Williams, Raymond. "Programming: Distribution and Flow." In *Television: Technology and Cultural Form*, by Raymond Williams. London: Fontana, 1974.

Ytreberg, Espen, and Vilde Schanke Sundet. "Working Notions of Active Audiences: Further Research on the Active Participant in Convergent Media Industries." *Convergence*, 2009: 383-390.

Bijlagen

Bijlage 1: screenshots van de applicatie van Veronica.



