

# Routines, rituelen en tradities bij het kijken van televisie

Een onderzoek naar de manier waarop mensen naar eigen zeggen televisie  
kijken

---

“Television accompanies us as we wake up, as we breakfast, as we have our tea and as we drink in bars. It comforts us when we are alone. It helps us sleep. It gives us pleasure, it bores us and sometimes it challenges us. It provides us with opportunities to be both sociable and solitary. Although, of course, it was not always so, and although we have had to learn how to incorporate the medium into our lives we now take television entirely for granted.”

(Silverstone 1994, 3)

Auteur: Luc Nibbeling  
Studentnummer: 3936163  
Begeleider: Vincent Crone  
Cursus: Eindwerkstuk Communicatie- en informatiewetenschappen  
Datum: 28 januari 2016  
Woordenaantal: 7536

## **Inhoudsopgave**

1. Inleiding	3
2. Theoretisch kader	4
3. Methode	7
4. Resultaten	9
5. Conclusie	20
6. Discussie	21
7. Literatuurlijst	22

## **Samenvatting**

In dit onderzoek is er geprobeerd een antwoord te zoeken op de vraag: Op welke manier kijken mensen naar eigen zeggen tegenwoordig naar televisie en welke routines, rituelen en tradities heeft men bij het kijken van televisie? Er is een onderzoek uitgevoerd dat bestaat uit een kwalitatieve analyse van transcripties van zeven interviews. Deze interviews zijn semigestructureerd afgenomen met een zevental willekeurige geselecteerde personen. De routines die in de transcripties van de interviews herkend werden zijn gecategoriseerd onder vijf thema's die gebaseerd zijn op aspecten van de relatie tussen de televisie en de televisiekijker, benoemd en beargumenteerd door Silverstone in zijn onderzoek dat is gepubliceerd in 1994. Uit de analyse van de transcripties is gebleken dat de personen niet meer geheel afhankelijk zijn van de uitzendschema's van de televisiezenders en -omroepen, maar dat weldegelijk nog steeds een (andere) vorm van afhankelijkheid blijft bestaan. Namelijk de verantwoordelijkheid dat de kijker zelf bepaalt wanneer hij/zij een aflevering kijkt, zo lang het maar binnen het kader van het uitzendschema van televisie en binnen het kader van je omgeving past. De personen geven aan zelf meer invloed te hebben op wat ze kunnen kijken en hoe laat. Televisiekijken wordt hierdoor individuelere, maar nog steeds worden bepaalde programma's (op televisie) met de familie of met huisgenoten bekeken om weer dat 'traditionele moment' te creëren waarbij het kijken van televisie een sociale activiteit is. Als laatste blijkt uit de gesprekken met de personen dat de mensen tegenwoordig erg bewust zijn van de manier waarop ze televisie kijken. Routines bij het televisiekijken hebben een andere invulling gekregen; van (wellicht onbewuste) automatismen tot bedachtzame keuzes om televisie op een bepaalde manier te kijken.

## 1. Inleiding

Televisie is een *domestic* medium; een medium dat onlosmakelijk is verbonden met ons huishouden en dagelijks leven.<sup>1</sup> Roger Silverstone constateert dit in zijn onderzoek (geschreven in 1994) over routines die mensen hebben bij het kijken van televisie.<sup>2</sup> Zo stelt Silverstone: uitzendschema's bepalen de dagelijkse structuur en de routines binnen het huishouden, de narratieve paden die in televisieprogramma's zitten bieden een model om een bepaalde structuur en volgorde binnen een verhaal te herkennen en we bewegen ons binnen onze ruimtes van televisiescherm naar televisiescherm, van de televisie in de woonkamer naar het scherm dat hangt aan de muur in je favoriete bar.<sup>3</sup>

In de afgelopen twintig jaar heeft het televisielandschap zich ontwikkeld; door de opkomst van de digitale televisie is het televisieaanbod gegroeid en is het mogelijk geworden om programma's te pauzeren, op te nemen en terug te kijken.<sup>4</sup> Vrijwel elke Nederlander heeft tegenwoordig beschikking over meerdere televisies in huis.<sup>5</sup> Tevens is het tegenwoordig ook mogelijk om op mobiele telefoons en *tablets*, die nog vaak *second screens* worden genoemd, televisie te kijken. Daarnaast gebruiken televisiekijkers deze extra schermen ook om zich tijdens het kijken van televisie te mengen in discussies die online (op sociale media) over de televisieprogramma's worden gevoerd.<sup>6</sup> De veranderingen in het televisielandschap, en de vele mogelijkheden die zijn toegevoegd bij de opkomst van de digitale televisie, staan in relatie met de manier waarop mensen televisie kijken. Silverstone geeft namelijk ook aan dat ons kijkgedrag met de dag verandert.<sup>7</sup> In opvolging van Silverstones onderzoek over routines, rituelen en tradities bij het kijken van televisie geef ik in dit artikel antwoord op de vraag:

*Op welke manier kijken mensen naar eigen zeggen tegenwoordig naar televisie en welke routines, rituelen en tradities heeft men bij het kijken van televisie?*

De resultaten van dit onderzoek baseren zich op de uitkomsten van een kwalitatieve analyse van zeven interviews met (jong)volwassen televisiekijkers. Ik heb de personen in deze interviews gevraagd om hun routines bij het kijken van televisie te omschrijven aan de hand van een vijftal topics: de

---

<sup>1</sup> David Morley, *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure* (London: Comedia Pub. Group, 1986), 1-2.

<sup>2</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life* (London: Routledge, 1994), 18-25.

<sup>3</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

<sup>4</sup> Louisa Steele et al., "The Consumption of On-Demand," *Journal of Promotional Communications* 3, no. 1 (2015): 220.

<sup>5</sup> Stichting Kijkonderzoek, *TV in Nederland 2014* (Amsterdam: SKO, 2015), 7.

<sup>6</sup> Vindu Goel and Brian Stelter, "Social Networks in a Battle for the Second Screen," *The New York Times*, October 2, 2013.

<sup>7</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, x-xi.

afhankelijkheid van uitzendschema's, het volgen van het narratief, de televisie als kalender, het gebruik van meerdere (televisie)schermen en het sociale aspect van het kijken naar televisie. Deze topics heb ik gekozen op basis van het onderzoek van Silverstone, die aangeeft dat dit aspecten zijn van de relatie tussen (het aanbod van) het televisielandschap en de manier waarop mensen televisie kijken.<sup>8</sup> Op deze manier onderzoek ik hoe mensen praten over hun routines bij het kijken van televisie in het heden, aan de hand van de aspecten van het televisiekijken die Silverstone heeft onderscheiden in zijn onderzoek ruim twintig jaar geleden.

## 2. Theoretisch Kader

De routines, rituelen en tradities bij het kijken van televisie die ik onderzoek zijn (zoals in de inleiding genoemd) gedefinieerd aan de hand van onderzoek dat in 1994 is gedaan door Roger Silverstone.<sup>9</sup> Silverstone analyseerde de manier waarop mensen televisie kijken door bij hen in de huiskamer te gaan zitten en te observeren. Hij geeft echter niet duidelijk aan welke groep(en) televisiekijkers hij in zijn onderzoek heeft betrokken. Silverstone plaatst bij zijn eigen onderzoek de kanttekening dat het televisiegedrag met de dag verandert en hierom zijn aannames en beweringen niet in elke tijd te plaatsen zijn.<sup>10</sup> Deze aannames en beweringen zijn hierom juist relevant voor dit onderzoek, omdat na kan worden gegaan of deze beweringen nog te herleiden zijn in de routines van het huidige televisiepubliek.

Routines, rituelen en tradities zijn ingebed in onze cultuur; ze worden door ons in stand gehouden en geven ons houvast. We zijn op zoek naar *ontological security*; we willen ons veilig voelen binnen de wereld om ons heen.<sup>11</sup> Het ontwikkelen van routines is een belangrijk onderdeel bij het creëren van die *ontological security*, omdat dit een bepaalde zekerheid schept binnen je positie in de maatschappij. Televisiekijken is onderdeel van ons dagelijks leven en hierom is het aannemelijk dat wij ook binnen het kijken van televisie routines hebben ontwikkeld. In dit onderzoek onderscheid ik de termen routines, rituelen en tradities niet van elkaar, omdat ze veelal op een zelfde manier gedefinieerd kunnen worden. Silverstone onderscheidt deze drie termen ook niet in zijn onderzoek, en spreekt veelal over 'de routines van het dagelijks leven'.<sup>12</sup> Rituelen en tradities zijn in principe ook vormen van routines. Hierom vat ik deze termen in dit onderzoek samen onder de naam 'routines'. Routines hebben betrekking op alle facetten die te maken hebben met de dagelijkse structuur en tijdsbesteding binnen een huishouden. Bij het kijken van televisie betreft dit de manier waarop mensen

---

<sup>8</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

<sup>9</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 18-23.

<sup>10</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, x-xi.

<sup>11</sup> Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity* (Stanford, Calif: Stanford University Press, 1990), 92.

<sup>12</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 18-23.

televisie kijken, met wie ze kijken en hoe regelmatig. Regelmatigheid is hierin belangrijk, omdat het structureel ondernemen van een bepaalde actie een routine wordt genoemd. Daartegenover is de keuze om juist niet structureel op één bepaalde manier naar televisie te kijken ook een vorm van routine.

Dit onderzoek heeft als doel om te begrijpen hoe men praat over zijn of haar televisiekijkgedrag en welke routines mensen bij het kijken van televisie hebben en (onbewust) benoemen. De samenstelling van het televisielandschap en de verscheidenheid van het aanbod staan in relatie met de manier waarop wij naar televisie kijken.<sup>13</sup> Deze relatie kan op verschillende aspecten bij het kijken naar televisie waargenomen worden. Silverstone benoemt in zijn onderzoek een aantal van deze aspecten (of: aannames) van de relatie tussen het televisielandschap en de routines die wij hebben bij het kijken van televisie.

Allereerst kan er, volgens Silverstone, worden aangenomen dat uitzendschema's de dagelijkse structuur en de routine binnen het huishouden bepalen.<sup>14</sup> Hij refereert met deze aanname naar het werk van Modleski, die onderzoek deed naar het verband tussen uitzendschema's van dagtelevisie en het werk van huisvrouwen begin jaren 80.<sup>15</sup> De concurrentie op de televisiemarkt neemt toe door de digitalisering en een massale uitbreiding en versnippering van beschikbare content, waar de traditionele televisiezenders en -omroepen zich op dienen aan te passen.<sup>16</sup> Het televisieaanbod is hierdoor minder lineair, wat wellicht gevolgen zal hebben voor de afhankelijkheid die het televisiepubliek heeft van uitzendschema's, en kan daardoor de routines die televisiekijkers oorspronkelijk hadden verstoren. Ook wijken mensen steeds meer af van het traditionele *channel surfing* en kiezen mensen bewust content om te bekijken op de tijd wanneer zij willen.<sup>17</sup> De *on demand* televisie claimt tegenwoordig een grote plaats in het totale televisieaanbod.

Als tweede dient er, bij het onderzoeken van de routines van de kijker, onderscheid te worden gemaakt tussen het individueel en *the social*.<sup>18</sup> Silverstone geeft hierbij aan dat media niet alleen in relatie staan tot het kijkgedrag van een individu, maar ook met de sociale interactie binnen een groep mensen. Of een televisiekijker alleen of met een groep (vrienden of familie) kijkt staat niet altijd in relatie tot het plezier dat een kijker heeft bij het kijken van televisie, maar het staat wel in relatie tot

---

<sup>13</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Tania Modleski, "The Rhythms of Reception: Daytime Television and Women's Work." *Regarding Television*, 1983, 67-75.

<sup>16</sup> Catherine Johnson, "The Continuity of 'Continuity': flow and the changing experience of watching broadcast television," *Key Words: A Journal of Cultural Materialism* 11 (October 2013), 1-3.

<sup>17</sup> Louise Barkhuus and Barry Brown, "Unpacking the television," *ACM Transactions on Computer-Human Interaction* 16, no. 3 (2009): 19.

<sup>18</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 144.

het sociale proces dat verbonden is aan het televisiekijken.<sup>19</sup> Jongeren vinden het tegenwoordig steeds vanzelfsprekender om alleen televisie te kijken, terwijl volwassenen het televisiekijken veelal nog als een gezelschapsactiviteit ervaren.<sup>20</sup> Doordat het voor de kijker makkelijker wordt om op zijn eigen mobiele telefoon televisie te kijken, komt het sociale aspect van het kijken van televisie binnen de routines van de televisiekijkers in gevaar.

Als derde bewegen wij ons binnen onze ruimtes van televisiescherm naar televisiescherm.<sup>21</sup> Een groot deel van de ruimtes die we betreden zijn gedecoreerd met televisieschermen, en zo niet, dan hebben we er zelf wel één bij ons (in de vorm van een mobiele telefoon of *tablet*). In sommige gevallen worden er zelfs meerdere schermen tegelijk bekeken, een routine die steeds meer in de woonkamer voorkomt.<sup>22</sup> Hierdoor is het wellicht niet meer noodzakelijk om met een groep (zoals je gezin of met huisgenoten) te beslissen over wat er collectief op het televisiescherm in de woonkamer wordt bekeken, maar kan het een routine worden om allemaal op je eigen scherm naar je eigen programma te kijken. Uit eerder onderzoek blijkt dat mensen tegenwoordig tijdens het televisiekijken een tweede scherm gebruiken om extra informatie te vinden, om in contact te zijn met anderen en om nog extra *on demand* aanbod te zoeken.<sup>23</sup> Het kijkgedrag en bepaalde routines hierbij zouden zich op deze verandering aan kunnen passen.

Als vierde bieden de narratieve paden die in televisieprogramma's zitten een model om een bepaalde structuur en volgorde binnen een verhaal te herkennen.<sup>24</sup> De kijker ondervindt herhaaldelijk de structuur van een begin en een eind, oorzaak en gevolg en karakteriseert deze narratieve vorm. De digitale televisie en online televisie geven de kijker de gelegenheid om programma's op pauze te zetten, terug te kijken en hoogtepunten op te zoeken. Deze mogelijkheid bevordert de eigen invloed die kijkers hebben op het volgen van het narratief.<sup>25</sup> Hierdoor kunnen kijkers routines ontwikkelen waarbij het niet meer noodzakelijk is om een programma van begin tot eind te kijken, maar slechts te zoeken naar de voor de kijker relevante passages binnen het narratief van de programma's en series.

Als laatste noemt Silverstone dat het uitzenden van nationale evenementen en feestdagen niet alleen de kalendertijd articuleert, maar dat het ook een belangrijke factor is wanneer wij onze

---

<sup>19</sup> Ana Freya Zillich, "Watching television with others: The influence of interpersonal communication on entertainment," *Communications* 39, no. 2 (2014), 182-184.

<sup>20</sup> Darby Saxbe, Anthony Graesch, and Marie Alvik, "Television as a Social or Solo Activity: Understanding Families' Everyday Television Viewing Patterns," *Communication Research Reports* 28, no. 2 (2011): 186.

<sup>21</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

<sup>22</sup> Evelien D'heer and Cédric Courtois, "The changing dynamics of television consumption in the multimedia living room," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2014, 1-3.

<sup>23</sup> Jan Hess, et al., *Jumping between Devices and Services: Towards an Integrated Concept for Social TV*, Siegen: University of Siegen, (2011): 4-6.

<sup>24</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

<sup>25</sup> Mira Moshe, "Media Time Squeezing: The Privatization of the Media Time Sphere," *Television & New Media* 13, no. 1 (2011), 69-70.

kalenderjaren indelen en vormgeven.<sup>26</sup> Silverstone refereert bij deze aanname naar een groep feestdagen en nationale evenementen in Amerika, zoals Kerst en *Thanksgiving* (waarbij er veel televisie wordt gekeken), maar ook naar grote sportwedstrijden zoals de *SuperBowl*. Het live volgen van deze evenementen is in Nederland ook populair. Een voorbeeld is *The Passion*, dat in Nederland elk jaar tijdens Pasen live wordt uitgezonden, en wordt bekeken door bijna vier miljoen mensen.<sup>27</sup> Tijdens vakanties en feestdagen wordt men uit de dagelijkse structuur gehaald en is men continu bewust van wat de anderen in hun omgeving aan het doen zijn.<sup>28</sup> Ook spelen de zenders met unieke content in op de feestdagen. Echter speelt de *broadcasting television* (zoals eerder genoemd) een steeds minder grote rol en maakt deze plaats voor *on demand* televisie. De vraag is in hoeverre de routines op deze feestdagen nog weldegelijk anders zijn dan gewoonlijk, nu de kijker zelf meer grip heeft op het (de tijdstip van het kijken naar een bepaald) televisieaanbod.

### 3. Methode

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden heb ik een kwalitatieve analyse gedaan van de manier waarop volwassen mensen praten over routines, rituelen en tradities bij het kijken van televisie. Allereerst heb ik een selectie gemaakt van zeven mensen die zijn geïnterviewd voor het onderzoek. De interviews zijn gericht op hoe de televisiekijkers hun eigen routines bij het kijken van televisie ervaren en beschrijven.

Ik heb er voor gekozen om jongvolwassen mensen (vanaf zestien jaar) te interviewen omdat zij zich bewuster uit kunnen drukken hoe, wanneer en met wie ze televisie kijken. Kinderen zijn hierom niet in het onderzoek betrokken. Omdat dit onderzoek zich niet richt op een specifieke doelgroep binnen het volwassen Nederlandse televisiepubliek, is er een willekeurige selectie gemaakt van personen uit mijn omgeving. Er is geprobeerd een groep van personen samen te stellen met verschillende leeftijden, werk- en studieschema's, en thuissituaties. De interviews hebben allen tussen de vijftien en dertig minuten geduurd en vonden (indien mogelijk) plaats in het huis van de geïnterviewde. Dit is namelijk veelal de plek waar de geïnterviewde de meeste beschikking heeft over zijn of haar televisieschermen (inclusief *second screens*).

De geselecteerde mensen zijn geïnterviewd aan de hand van halfopen (of ook wel: semigestructureerde) interviews. Het semigestructureerde karakter van deze interviews gaf mij als interviewer de bewegingsvrijheid om het gesprek te sturen en in te spelen op interessante thema's die

---

<sup>26</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

<sup>27</sup> Stichting Kijkonderzoek, "JAAR TOP 100 EXCLUSIEF SPORT 2014," SKO, Accessed November 29, 2015, [https://kijkonderzoek.nl/component/com\\_kijkcijfers/Itemid,133/file,n1-0-1-p](https://kijkonderzoek.nl/component/com_kijkcijfers/Itemid,133/file,n1-0-1-p).

<sup>28</sup> Elihu Katz, "Broadcasting Holidays," *Sociological Inquiry* 68, no. 2 (1998): 231.

voorbij kwamen.<sup>29</sup> De aannames van Silverstone, die in het theoretisch kader zijn uiteengezet, vormden de topics waaromheen de halfopen interviews werden opgebouwd. Op deze manier kon ik de interviews sturen in de richting van het onderwerp van dit onderzoek, en kwamen vrijwel altijd alle vijf de aannames, die Silverstone twintig jaar geleden deed over de relatie tussen de kijker en het televisielandschap, in het gesprek aan bod. De interviews zijn opgenomen en vervolgens getranscribeerd.

De getranscribeerde interviews zijn uiteindelijk kwalitatief geanalyseerd. Dit heb ik gedaan door allereerst de uitspraken die betrekking hebben tot de routines bij het kijken van televisie uit te lichten. Dit is gedaan door bij de getranscribeerde interviews (via een functie in Microsoft Word 2013) commentaren te plaatsen bij de relevante uitspraken en hierbij de routines uit te lichten. Dit heb ik gedaan aan de hand van het proces van 'gericht coderen', waarbij ik zoveel mogelijk uitspraken, die betrekking hebben tot het onderwerp van de vraagstelling van het onderzoek, heb uitgelicht.<sup>30</sup> Deze uitspraken zijn gecategoriseerd onder de vijf verschillende thema's die zijn opgesteld aan de hand van de aannames van Silverstone over de relatie tussen het (aanbod van) het televisielandschap en de kijker. Omdat dit onderzoek zich niet richt op het tellen van routines, maar op het blootleggen van bepaalde routines die juist wel of juist niet in relatie staan tot het huidige televisielandschap, dienen de categorieën slechts als leidraad bij het analyseren van de uitspraken en het verwerken van de informatie. Wel kan ik hiermee achterhalen hoe Silverstones aannames tegenwoordig, twintig jaar later en in een verder ontwikkeld televisielandschap, functioneren.

Aan de hand van bovenstaande analyse tracht ik uiteen te zetten hoe de personen in dit onderzoek tegenwoordig zelf praten over de afhankelijkheid van uitzendschema's, over het sociale aspect van het kijken naar televisie, over het gebruik van meerdere (televisie)schermen, over het volgen van het narratief en over het kijkgedrag bij live-evenementen en feestdagen. Aan de hand van deze aspecten van de relatie tussen het televisielandschap en de kijker, zijn de routines van de geïnterviewde mensen binnen dit kader uitgelicht en is er een relatie gezocht tussen deze hedendaagse routines en het hedendaagse televisielandschap. Hiermee geef ik antwoord op de eerder genoemde onderzoeksvraag: Op welke manier kijken mensen naar eigen zeggen tegenwoordig naar televisie en welke routines, rituelen en tradities heeft men bij het kijken van televisie?

---

<sup>29</sup> Hendrika Rokesina Boeije, *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*, (Den Haag: Boom onderwijs, 2005), 43-44.

<sup>30</sup> Fred Wester, "Analyse van kwalitatief onderzoeksmateriaal," *Huisarts en Wetenschap* 47, no. 12 (2004), 124-126.



#### 4. Resultaten

In dit onderzoek zijn er zeven interviews afgenomen. In de gesprekken hebben de geïnterviewde personen aangegeven wanneer ze gewoonlijk op een dag televisie kijken, met wie ze kijken (of dat ze juist alleen kijken), op welke media ze televisie kijken, in hoeverre ze programma's en series volledig of juist in fragmenten kijken, hoe hun kijkgedrag rond bepaalde evenementen en feestdagen verandert en in hoeverre ze ook echt betrokken zijn als ze televisie kijken. De routines die zij hierin beschrijven zijn verdeeld over zes verschillende categorieën ('dagelijkse structuur', 'sociale interactie', 'meerdere schermen', 'narratief', 'kalendertijd' en 'engagement'), die zijn opgesteld aan de hand van aannames die zijn gedaan door Silverstone over de relatie tussen het televisielandschap en de televisiekijker.<sup>31</sup>

De laatste categorie 'engagement' is niet gebaseerd op een aanname van Silverstone, maar bleek na het afnemen van de interviews wel een aspect in de relatie tussen de televisie en de televisiekijker die in de interviews meerdere malen aan bod kwam.<sup>32</sup> Vaak geven de geïnterviewde personen namelijk aan dat de televisie wel aan staat, maar dat de kijker tegelijk met iets anders bezig is. De geïnterviewde personen geven aan vaker niet meer bewust betrokken te zijn bij het programma dat op televisie aan staat. Routines binnen dit aspect van de relatie tussen het televisielandschap en de televisiekijker zijn in dit onderzoek hierom uiteindelijk ook betrokken, en in de resultaten verweven tussen de andere categorieën. *Engagement* (en hierbij dan vooral het 'niet betrokken zijn') speelt namelijk een duidelijke rol bij vrijwel alle vijf (in het theoretisch kader uiteengezette) facetten van de relatie tussen de televisie en de televisiekijker.

Ik heb de personen, die ik allemaal persoonlijk ken, gevraagd om te proberen mij als onbekende interviewer te beschouwen. Dit omdat ze anders wellicht 'vanzelfsprekende' routines niet zouden noemen, opdat deze voor mij al algemeen bekend zouden zijn. De achternamen van de geïnterviewde personen zijn vanwege de privacy achterwegen gelaten. Informatie over de geïnterviewde personen is verwerkt in een tabel, die op een zelfde manier is opgesteld als in een soortgelijk onderzoek over hoe mensen praten over hun kijkgedrag, door Barkhuus en Brown.<sup>33</sup> De tabel kan hieronder gevonden worden (figuur 1).

---

<sup>31</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 18-23.

<sup>32</sup> Zie bijlage 1.6.

<sup>33</sup> Louise Barkhuus and Barry Brown, "Unpacking the television," 8.

**Figuur 1: Geïnterviewde personen**

Geïnterviewde personen	Huisgenoten / gezinsleden	Leeftijd	Bezigheid / werk	Gebruik van andere media
André	Vrouw en drie kinderen	51	Zelfstandig klusbedrijf	Laptop/mobiel
Iris	Zeven huisgenoten van ± zelfde leeftijd	19	Student	Laptop/mobiel
Luuk	Alleenwonend (In het weekend met zijn vriend)	21	Student	Laptop/mobiel
Niels	Vader, moeder en twee broers/zussen (In het weekend met zijn vriendin)	23	Zelfstandig promotiefilm-bedrijf	Computer/mobiel
Simon	Vader, moeder en twee broers/zussen	16	Scholier	Mobiel
Stephanie	Vier huisgenoten van ± zelfde leeftijd	22	Student	Laptop
Tineke	Man en drie kinderen	49	Bankmedewerker	Laptop/mobiel

De interviews, inclusief de uitgelichte routines, kunnen gevonden worden in de bijlage.<sup>34</sup> De routines die gevonden zijn in de transcripties van de interviews zijn verwerkt in een tabel per (bovengenoemde) categorie. Deze kunnen ook gevonden worden in de bijlage.<sup>35</sup> In de tabellen is verwerkt welke routines genoemd zijn, welke personen deze routines expliciet genoemd hebben en wordt er per routine één (of meerdere) quote(s) uit de interviews genoemd, waarin de routine door één of meerdere geïnterviewde personen benoemd, gecontextualiseerd en beargumenteerd is. De veelgenoemde routines en routines die in relatie staan tot de aannames van Silverstone zijn in de resultaten hieronder verwerkt.

#### **4.1. Routines bij het televisiekijken in de dagelijkse structuur**

Uitspraken en routines met betrekking tot dag- en weekindelingen, het terugkijken van televisie, de afhankelijkheid van uitzendschema's, de televisie als meubelstuk en het wekelijks volgen van programma's of juist de routine van het marathonkijken (*bingewatchen*), zijn toegewezen onder de categorie 'dagelijkse structuur'.<sup>36</sup> Veel van de routines die gevonden zijn in de interviews hebben een raakvlak met deze categorie. Deze zijn gevonden aan de hand van uitspraken over wanneer mensen voornamelijk televisie kijken en of ze iets structureel volgen. Ook is er veel gezegd over de afweging

<sup>34</sup> Zie bijlage 2.

<sup>35</sup> Zie bijlage 1.

<sup>36</sup> Zie bijlage 1.1.

tussen het willekeurig kijken naar een zender of omroep op televisie, of het gericht zoeken van bepaalde (*on demand*) programma's of series om te kijken.

“Als je gaat kijken hoe de verdeling van het leven van mensen is. Ja, wat doen mensen: mensen slapen voor een derde van de dag, mensen werken voor een derde van de dag. Dus dan houd je nog ongeveer acht uur over. Ja, wat doe je daar in? Ja, dingen als boodschappen doen, koken en *what ever*. Maar daarna ga je altijd een soort van standaard voor de televisie zitten”.<sup>37</sup> In voorgaande citaat benoemt Luuk, één van de geïnterviewde personen, hoe groot het aandeel van het televisiekijken in het dagelijks leven is. Een groot deel van de personen bevestigt dit; het opzoeken van de televisie is een soort van ‘automatisme’ geworden.<sup>38</sup> Echter gaat het hierbij niet altijd over het televisieaanbod dat op een bepaalde tijd door de commerciële zenders en publieke omroepen wordt uitgezonden. Dit aanbod van televisie is voor een groep mensen, zoals ook voor Simon, namelijk te beperkt geworden: “Op de tv wordt het voor je uitgekozen. Ik vind het fijn om zelf te kunnen kiezen. Op *YouTube* heb je veel meer vrijheid.”<sup>39</sup> In de interviews kwamen de routines in de dag- en weekindeling, het terugkijken van programma's, de afhankelijkheid van uitzendschema's en het *bingewatchen* vele malen aan bod.<sup>40</sup>

Bij het indelen van de dag is televisie niet (meer) bewust een activiteit die ingepland dient te worden; de personen geven aan dat ze televisie gaan kijken als de rest van de taken/bezigheden is afgerond en er nog tijd over is. Televisiekijken is veelal een activiteit waarmee de dag, volgens Stephanie, begint: “Dan sta ik op, zet ik mijn tv aan en eet ik mijn ontbijt terwijl ik *Say yes to the Dress* kijk op *TLC*. Echt iedere ochtend”.<sup>41</sup> Daarnaast is het, ook volgens Luuk, een goed einde van de dag: “Ik vind het zelf altijd heel fijn om voor het slapen nog even tv te kijken, om een soort van mijn hoofd een beetje leeg te maken”.<sup>42</sup> Opvallend hierin is wel dat hoe jonger de geïnterviewde persoon is, hoe belangrijker het is geworden wat er op televisie wordt bekeken. De jongvolwassen personen geven namelijk aan al sneller op zoek te gaan naar *on demand* aanbod.<sup>43</sup> Vrijwel alle personen geven ook aan dat ze weinig programma's nog wekelijks volgen; vaak één programma met huisgenoten/familie (zoals *Expeditie Robinson* of *Wie is de Mol?*).<sup>44</sup> Op één persoon na is niemand meer echt een extreem grote fan of ‘trouwe kijker’ van een bepaald televisieprogramma.

Het terugkijken van televisieprogramma's is bij de personen een routine die een standaard vorm van televisiekijken is geworden. Een groot deel van de personen geeft aan dat ze wekelijks programma's terugkijken, zowel via websites (*RTLXL.nl* en *Uitzendinggemist.nl*) als in minder frequente

---

<sup>37</sup> Luuk, interview door Luc Nibbeling, januari 2, 2016, interview 2.3: 17, transcript.

<sup>38</sup> Zie bijlage 1.1.

<sup>39</sup> Simon, interview door Luc Nibbeling, december 22, 2015, interview 2.5: 27, transcript.

<sup>40</sup> Zie bijlage 1.1.

<sup>41</sup> Stephanie, interview door Luc Nibbeling, januari 6, 2015, interview 2.6: 28, transcript.

<sup>42</sup> Luuk, interview door Luc Nibbeling, januari 2, 2016, interview 2.3: 16, transcript.

<sup>43</sup> Zie bijlage 1.1.

<sup>44</sup> Ibid.

gevallen ook door opgenomen programma's terug te kijken.<sup>45</sup> Het is voor deze mensen echter niet zo dat het moment waarop een aflevering van een programma op televisie komt volledig irrelevant is geworden. Luuk geeft bijvoorbeeld aan: "Een nieuwe aflevering kun je toch maar één keer per week kijken. Je hoeft niet per se elke aflevering op donderdag avond om half negen te kijken, maar wel ergens in die week".<sup>46</sup> De personen blijven hierin op een manier afhankelijk van de uitzendschema's van televisie; niet om op het exacte uitzendmoment te kijken, maar dit tijdstip geldt wel als deadline waarvoor de vorige aflevering dient te zijn gekeken. Er is hierdoor een aparte routine binnen het lineaire kijkgedrag ontwikkeld: het lineair terugkijken van programma's.

Geen van de geïnterviewde personen zou nog voor een televisieprogramma thuisblijven; de afhankelijkheid van uitzendschema's is door de vele mogelijkheden van terugkijken zeker minder geworden.<sup>47</sup> Opvallend is dat het aanbod van televisie content tegenwoordig zo groot wordt gevonden (zowel op digitale televisie als *on demand*), dat de personen juist heel selectief zijn geworden in de zenders die ze bekijken. Zo geven Luuk en Stephanie aan dat ze meestal wel op *Comedy Central* eindigen als ze de televisie aanzetten. Een gedeelte van de personen heeft nog steeds een aantal vaste zenders.<sup>48</sup> Het gevolg is dat 'zappen' niet meer als routine wordt genoemd en soms zelfs als ouderwets wordt gezien.

Het *bingewatchen* (marathonkijken) is een routine binnen het televisiekijken die vooral door de jongvolwassen personen wordt genoemd.<sup>49</sup> Een onderbreking van een week tussen verschillende afleveringen van een serie is voor deze personen te lang geworden. Zij hebben routines ontwikkeld waarbij ze binnen een korte tijd een hele serie af kijken. Zo omschreef Stephanie: "Mijn broertje is zeg maar in vijf dagen door vijf seizoenen heen. En ik doe vijf weken over vijf seizoenen, en dat is snel voor mijn doen".<sup>50</sup> Het overdag kijken naar 'traditionele televisie' wordt door de geïnterviewde personen vrijwel niet gedaan, tenzij het een serie *on demand* is.

Roger Silverstone gaf in zijn onderzoek aan dat uitzendschema's de dagelijkse structuur en de routine binnen het huishouden bepalen.<sup>51</sup> Hoewel het opzoeken van televisie in de avond door de geïnterviewde personen als een automatisme wordt ervaren, geven ze daarentegen wel aan dat ze vrijwel geen rekening meer houden met het uitzendschema van de 'traditionele televisie'. Het zogenoemde *channel surfing* maakt plaats voor het gericht kiezen van televisieprogramma's en series

---

<sup>45</sup> Zie bijlage 1.1.

<sup>46</sup> Luuk, interview door Luc Nibbeling, januari 2, 2016, interview 2.3: 12, transcript.

<sup>47</sup> Zie bijlage 1.1.

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> Stephanie, interview door Luc Nibbeling, januari 6, 2015, interview 2.6: 34, transcript.

<sup>51</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

die de personen bewust willen zien, en wanneer ze dit willen zien.<sup>52</sup> Dit betekent echter niet dat het kijken van televisie als volledig non-lineair wordt ervaren. De personen hebben namelijk wel routines ontwikkeld waarbij ze zelf meer grip hebben gekregen op de tijd waarop ze bepaalde programma's (terug)kijken. Echter wordt deze grip beperkt doordat de uitzendtelevisie en streamingdiensten (zoals *Netflix*) bepalen vanaf wanneer een programma/serie bekeken kan worden. Op deze manier bepalen uitzendschema's (in een andere en misschien minder sterke vorm dan twintig jaar geleden) nog wel degelijk de dagelijkse structuur en routine binnen de huishoudens van deze personen. Uit de interviews blijkt dat de personen deze invloed tegenwoordig echter minder duidelijk ervaren.

#### **4.2. Routines bij het samen kijken en het alleen kijken van televisie**

Onder de categorie 'sociale interactie' zijn de uitspraken en routines gevoegd die betrekking hadden tot het sociale aspect van het kijken naar televisie.<sup>53</sup> Routines die hierbinnen vallen zijn bijvoorbeeld routines met betrekking tot het afspreken om samen te televisie te kijken, het samen volgen van bepaalde programma's, maar ook de keus om soms juist bepaalde programma's alleen te kijken. Dit laatste is ook een belangrijk onderdeel van de routines die betrekking hebben tot het sociale proces dat verbonden is aan het kijken van televisie.

Uit onderzoek gedaan onder Amerikaanse gezinnen in 2011 blijkt dat als een gezinslid televisie kijkt, dit vrijwel altijd in het gezelschap is van minimaal één andere persoon.<sup>54</sup> Het voorgaande klinkt heel logisch; televisiekijken is namelijk veelal onderdeel van een sociaal proces. Simon gaf in het interview aan: "Soms vind ik het leuker om alleen te kijken. Maar ik geloof wel dat tv mensen bij elkaar kan brengen".<sup>55</sup> Het citaat geeft aan dat televisie een medium is dat mensen bij elkaar brengt, maar dat mensen ook de behoefte hebben om bepaalde content alleen te bekijken. De geïnterviewde personen in dit onderzoek hadden verschillende routines bij het kijken van televisie in gezelschap, en het kijken van televisie in hun eentje.

Met andere mensen televisie kijken wordt door de personen als heel gewoon ervaren, mits je een familierelatie met die persoon hebt of diegene bij je thuis woont. Stephanie gaf in dit onderzoek namelijk aan dat ze een programma wekelijks met haar huisgenoten volgde: "...mijn hele huis keek zeg maar *Expeditie Robinson*. Dus als we konden dan keken we samen, en ook heel vaak misten we het allemaal. En dan probeerden we allemaal een beetje op hetzelfde moment, meestal op de vrijdag, terug te kijken".<sup>56</sup> De geïnterviewde personen geven ook aan dat veel programma's die ze volgen juist

---

<sup>52</sup> Louise Barkhuus and Barry Brown, "Unpacking the television," 17.

<sup>53</sup> Zie bijlage 1.2.

<sup>54</sup> Darby Saxbe, Anthony Graesch, and Marie Alvik, "Television as a Social or Solo Activity: Understanding Families' Everyday Television Viewing Patterns," 184.

<sup>55</sup> Simon, interview door Luc Nibbeling, december 22, 2015, interview 2.5: 27, transcript.

<sup>56</sup> Stephanie, interview door Luc Nibbeling, januari 6, 2015, interview 2.6: 30, transcript.

samen met andere mensen (familieleden/huisgenoten) gevolgd worden.<sup>57</sup> Samen een programma volgen blijkt uit de interviews een intieme activiteit te zijn, die je alleen met naasten doet. Tineke geeft in haar interview namelijk ook aan: “Want veel wat mijn man ook mooi vindt kijken we dan samen. Meestal als één van ons twee dan een programma niet kan zien, dus bijvoorbeeld ik wel en mijn man niet, dan kijk ik het programma niet, neem ik het op en kijken we het samen op een ander moment terug”.<sup>58</sup>

Televisie kijken met mensen die niet bij je thuis wonen wordt door de geïnterviewde personen totaal niet als routine ervaren. De personen gaven vrijwel allemaal aan dat het afspreken met mensen om televisie te gaan kijken eigenlijk nooit voorkomt.<sup>59</sup> Als de geïnterviewde personen dan bij iemand anders thuis zijn, zouden ze ook niet snel de televisie aanzetten of hierom vragen. Mocht de televisie wel aan gaan als iemand op visite komt, dan is dit vrijwel nooit op een willekeurig zender of programma. Zo zegt Stephanie: “...dat voelt tegenwoordig een beetje hetzelfde als zeggen: We gaan naar de bioscoop, maar we zien wel welke film...”.<sup>60</sup> Op een willekeurig moment naar willekeurige programma’s op televisiekijken in het bijzijn van niet-huisgenoten is volgens de geïnterviewde personen dus niet gebruikelijk.

De geïnterviewde personen geven aan dat het ook routine is om bepaalde programma’s alleen te kijken. Simon geeft in het interview aan: “Iedereen heeft wel tv programma’s die hij graag alleen wil kijken denk ik”.<sup>61</sup> Zelfs als er ook andere mensen in de woonkamer zitten, heeft André vaak het idee dat hij alleen televisie aan het kijken is: “Ja, vaak wel alleen, want dan kijkt mijn familie vaak niet mee. De anderen kijken dan voornamelijk op hun telefoon. Tegenwoordig is de telefoon belangrijker dan de televisie lijkt het wel”.<sup>62</sup> Het voorgaande komt veel terug in de interviews; veel personen zijn tijdens het televisiekijken vaak ook nog met iets anders bezig (en dus niet betrokken). Ook al zitten de personen wel samen met anderen in de woonkamer, het televisiekijken wordt voor een aantal personen vaak als een solo-activiteit ervaren. Dit is vooral voor de jongvolwassen personen geen probleem; alleen kun je rustig op eigen gelegenheid een aantal afleveringen van een serie bekijken.

Silverstone benadrukte dat er bij het onderzoeken van de routines bij de televisiekijker er onderscheid gemaakt dient te worden tussen het individueel en *the social*.<sup>63</sup> Deze grens blijkt uit de interviews vaag te zijn; uit bovenstaand citaat van André blijkt namelijk bijvoorbeeld dat de routine van het ‘samen

---

<sup>57</sup> Zie bijlage 1.2.

<sup>58</sup> Tineke, interview door Luc Nibbeling, december 30, 2015, interview 2.7: 36.

<sup>59</sup> Zie bijlage 1.2.

<sup>60</sup> Stephanie, interview door Luc Nibbeling, januari 6, 2015, interview 2.6: 31, transcript.

<sup>61</sup> Simon, interview door Luc Nibbeling, december 22, 2015, interview 2.5: 27, transcript.

<sup>62</sup> André, interview door Luc Nibbeling, december 23, 2015, interview 2.1: 1, transcript.

<sup>63</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 144.

zitten voor de televisie' iets heel anders is dan 'het samen kijken naar televisie'.<sup>64</sup> De personen geven aan dat de televisie mensen bij elkaar brengt, maar dat de mensen rond de televisie toch vaak hun eigen ding gaan doen, en vaak maar één persoon echt televisie kijkt. Uit de interviews blijkt dat het samen zitten voor de televisie nog een vanzelfsprekende routine is, maar dat het echt volgen van een programma steeds meer als individueel wordt ervaren. Uit eerder onderzoek blijkt ook dat de jongvolwassen personen het televisiekijken steeds meer alleen doen en ook als een individuele activiteit ervaren, terwijl het voor volwassen personen meer routine is om televisie voornamelijk met anderen te kijken.<sup>65</sup> Deze 'medekijkers' (*ambient viewers*) zijn dan ook vrijwel altijd familieleden of huisgenoten.<sup>66</sup> In het geval van André en zijn gezin is hij (André) de gefocuste kijker en zijn de zoon en dochter *ambient viewers* van het televisiescherm dat staat in de woonkamer, en zijn ze tegelijk gefocuste kijkers naar hun eigen mobiele televisiescherm. Hierbij is de televisie in de woonkamer dan nog wel steeds het middelpunt van het huis.

#### **4.3. Routines bij het televisiekijken op/met andere schermen**

De geïnterviewde personen gaven in de interviews aan dat ze op verschillende media televisie kijken. De uitspraken en routines die betrekking hadden tot het gebruik van andere/meerdere media (naast de televisie in de woonkamer) zijn gevoegd onder de categorie 'meerdere schermen'.<sup>67</sup> Hierbinnen komen routines voorbij die te maken hebben met het gebruiken van een scherm als *second screen*, maar ook met betrekking tot het kijken en terugkijken van programma's op bijvoorbeeld een laptop of mobiele telefoon.

In de interviews begrepen de personen de term 'televisiekijken' vrijwel altijd als het kijken naar het scherm in de woonkamer. Luuk gaf in het interview ook aan: "...ik zie het (televisiekijken) op mijn mobiel niet als TV kijken nee".<sup>68</sup> Tegenwoordig is het enige dat nodig is om televisie te kijken een scherm en een internetverbinding. Ook komt het steeds meer voor dat mensen tijdens het televisiekijken ook op een ander scherm (*second screen*) content bekijken.<sup>69</sup> In de interviews noemden de personen verschillende routines bij het gebruik van een variatie aan schermen bij het televisiekijken.

---

<sup>64</sup> André, interview door Luc Nibbeling, december 23, 2015, interview 2.1: 1, transcript.

<sup>65</sup> Darby Saxbe, Anthony Graesch, and Marie Alvik, "Television as a Social or Solo Activity: Understanding Families' Everyday Television Viewing Patterns," 186.

<sup>66</sup> Louise Barkhuus and Barry Brown, "Unpacking the television," 14.

<sup>67</sup> Zie bijlage 1.3.

<sup>68</sup> Luuk, interview door Luc Nibbeling, januari 2, 2016, interview 2.3: 10, transcript.

<sup>69</sup> Evelien D'heer and Cédric Courtois, "The changing dynamics of television consumption in the multimedia living room," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2014, 1-3.

Het scherm in de woonkamer blijft volgens alle geïnterviewde personen het primaire televisiescherm. Zoals ik al eerder noemde interpreteren de personen het ‘televisiekijken’ als het kijken van content dat door de zenders en omroepen wordt uitgezonden op een televisiescherm dat veelal in de woonkamer staat. Het televisiekijken op andere media wordt ook genoemd; vrijwel elke persoon geeft aan dat ze wel eens (*on demand*) televisie op hun laptop kijken.<sup>70</sup> Tineke geeft bijvoorbeeld aan: “Heel af en toe op de laptop. Bijvoorbeeld als er iets is wat mijn man wil zien, voetbal of weet ik veel wat, en hij heeft al zo vaak op de laptop gekeken omdat ik iets wilde zien, dan denk ik: ja, hij heeft al vaak op de laptop gekeken. Ik doe dat dan af en toe ook wel eens”.<sup>71</sup> De laptop fungeert in dit geval dus als ‘reservescherm’ voor als de televisie in de woonkamer bezet is. De kijker (Tineke) gebruikt de laptop hierbij als vervanging van ‘de televisie’. Door de jongvolwassen personen in dit onderzoek wordt de laptop juist vaak gebruikt als medium om televisie terug te kijken of *on demand* televisie te kijken.<sup>72</sup> Op de mobiele telefoon worden vooral korte filmpjes en YouTube filmpjes bekeken door de personen in dit onderzoek.<sup>73</sup>

De geïnterviewde personen geven aan dat ze vaak tijdens het televisiekijken op hun mobiel zitten. De routine hierbij is dat de content op de mobiele telefoon vrijwel nooit iets te maken heeft met de content die op de televisie wordt uitgezonden. Simon antwoordde het volgende op de vraag of hij wel eens een mobiele applicatie heeft gedownload die hoort bij een televisieprogramma: “Nee bijna nooit. Ik heb dat ooit één keer gedaan bij *Wie is de Mol?*. Maar ik doe dat eigenlijk bijna nooit”.<sup>74</sup> De rest van de geïnterviewde personen had dit zelfs nog nooit gedaan. Het enige andere geval waarbij de mobiel als *second screen* (met aansluitende content) werd gebruikt werd aangegeven door Luuk. Hij gaf aan: “Maar als je wel aan het kijken bent dan zie je soms dingen dat je denkt: Ooh, heeft de persoon op tv nu echt dit gezegd of dit gedaan? En dan app ik dat wel (naar iemand anders die het op dat moment ook kijkt) en dan zijn we het wel een soort van samen aan het kijken”.<sup>75</sup> In dit geval wordt de mobiele telefoon gebruikt als middel om (virtueel) met iemand anders samen televisie te kijken over een afstand.

In zijn onderzoek gaf Silverstone al aan dat wij ons bewegen van televisiescherm naar televisiescherm.<sup>76</sup> Het ‘televisiekijken’ wordt door de personen in dit onderzoek echter slechts geïnterpreteerd als het klassieke *channel surfing*, en niet als het kijken van series op een laptop of

---

<sup>70</sup> Zie bijlage 1.3.

<sup>71</sup> Tineke, interview door Luc Nibbeling, december 30, 2015, interview 2.7: 37.

<sup>72</sup> Zie bijlage 1.3.

<sup>73</sup> Ibid.

<sup>74</sup> Simon, interview door Luc Nibbeling, december 22, 2015, interview 2.5: 27, transcript.

<sup>75</sup> Luuk, interview door Luc Nibbeling, januari 2, 2016, interview 2.3: 12, transcript.

<sup>76</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.



internetfilmpjes op een mobiele telefoon. Deze laatste vorm van televisiekijken is voor alle geïnterviewde personen wel routine geworden. Voor vooral de jongvolwassen personen wint de laptop of de mobiele telefoon (waarop eigen content bekeken kan worden) het zelfs van de 'traditionele televisie' in de woonkamer. Zoals door D'heer en Courtois is geconstateerd blijkt dat het gebruik van de *second screens* ervoor zorgt dat het kijken van televisie een gezamenlijke activiteit is die als een solo-activiteit wordt ervaren.<sup>77</sup> Vooral omdat de content op het *second screen*, volgens de geïnterviewde personen, vrijwel nooit aansluit bij de content die op televisie wordt weergegeven. De routines in het gebruik van *second screens* maken het televisiekijken over het algemeen individueler, behalve bij het bovenstaande geval genoemd door Luuk.

#### 4.4. Routines bij het volgen van het narratief

Met de opkomst van *on demand* televisie en de websites om programma's terug te kijken is de mogelijkheid om zelf je eigen kijkschema in elkaar te zetten makkelijker geworden. In de interviews benoemen de personen routines die ze ontwikkeld hebben met betrekking tot de nieuwe mogelijkheden die *on demand* televisie en digitale televisie bieden binnen het volgen van het narratief. Deze routines en uitspraken zijn gevoegd onder de categorie 'narratief'.<sup>78</sup> Voorbeelden van routines die betrekking hebben tot het volgen van het narratief zijn het kijken van samenvattingen, het stopzetten en terugspoelen van programma's en het ontwijken van (te) lange onderbrekingen tussen afleveringen van series en programma's.

Reclameblokken breken bij de 'traditionele televisie' afleveringen op in aparte stukken van het complete narratief. Een paar personen gaven aan dat ze deze blokken als vervelend ervaren. Voor anderen, zoals Niels, zijn deze pauzes binnen het narratief juist fijn: "Ik vind reclame heel vaak een momentje dat je gewoon met elkaar over het programma hebt wat je kijkt. En dat vind ik vaak ook bij films. Want dan pak je iets te eten. Ik vind het ook leuk dat onze bioscoop dat nog heeft. Dat je pauzes hebt en dat je dan even uit de film wordt gehaald en kunt adem halen. En daarna weer verder".<sup>79</sup> Opvallend is dat de personen, die Niels' mening delen, bij *on demand* televisie (waar geen reclameblokken in zitten) soms een aflevering op pauze zetten om even afleiding te zoeken.<sup>80</sup> Zij hebben een routine ontwikkeld waarbij zij het narratief van de *on demand* televisieprogramma's aanpassen op die van de traditionele televisie. Zij simuleren hiermee de reclameblokken als pauze.

Binnen een aflevering mogen de onderbrekingen volgens de geïnterviewde personen niet te lang zijn. Luuk geeft namelijk aan: "Nee, ik zou nooit als ik weet dat ik over 20 minuten weg moet een

---

<sup>77</sup> Evelien D'heer and Cédric Courtois, "The changing dynamics of television consumption in the multimedia living room," 8.

<sup>78</sup> Zie bijlage 1.4.

<sup>79</sup> Niels, interview door Luc Nibbeling, december 30, 2015, interview 2.4: 20.

<sup>80</sup> Zie bijlage 1.4.

serie gaan kijken en dan pauzeren en weggaan, en dan later weer verder gaan kijken. Ik wil wel het liefst onafgebroken kijken, waarbij de enige pauzes korte pauzes zijn waarbij ik naar de wc moet of dat. Nee, ik zou er dan niet aan kunnen gaan beginnen”.<sup>81</sup> Deze routine; het plannen van afleveringen binnen de tijd die een persoon nog vrij in te plannen heeft, noemen meerdere personen. Het volgen van het narratief van het begin tot het eind binnen één aflevering is voor de geïnterviewde personen erg belangrijk.

Tegenwoordig zijn ook programma’s online als samenvattingen te bekijken, waarin alleen de hoogtepunten binnen het narratief worden laten zien. Dit is vaak bij series het geval. De geïnterviewde personen geven aan vrijwel nooit dit soort samenvattingen te kijken. Stephanie zei in het interview bijvoorbeeld: “Samenvattingen vind ik een beetje stom. Ik kijk wel gewoon. Als ik het terug ga kijken, kijk ik het hele programma terug”.<sup>82</sup> Voor de personen is het volgen van het complete narratief, behalve bij bijvoorbeeld voetbalwedstrijden, dus erg belangrijk.

Silverstone beschreef in zijn onderzoek dat de narratieve paden die in televisieprogramma’s zitten een model bieden om een bepaalde structuur en volgorde binnen een verhaal te kunnen herkennen.<sup>83</sup> De geïnterviewde personen hebben routines ontwikkeld waarbij ze zelf binnen het narratief kunnen schuiven; het programma terugspoelen, op pauze zetten en stukken overslaan. De personen hebben hierdoor meer invloed op hoe ze het narratief volgen.<sup>84</sup> Ondanks de eigen invloed, is het volgens de geïnterviewde personen nog wel belangrijk dat de pauzes niet te lang zijn, ze zelf kunnen kiezen wat ze overslaan of niet en is het zeer belangrijk dat ze het einde van de aflevering in ieder geval kunnen zien. De reclame-onderbrekingen op de televisie wordt door de helft over het algemeen niet als heel vervelend ervaren. Deze mensen simuleren soms tijdens het kijken van *on demand* televisie de ‘originele’ pauzes omdat ze dit gewend zijn.

#### **4.5. Routines bij het kijkgedrag rond jaarlijkse evenementen en feestdagen**

De enkele routines die in de gesprekken voorbij kwamen en betrekking hadden tot het kijkgedrag rond (inter)nationale evenementen en feestdagen zijn gevoegd onder de categorie ‘kalendertijd’.<sup>85</sup> De routines onder deze categorie hebben betrekking tot het veranderende kijkgedrag tijdens feestdagen en live-evenementen, en de sociale druk die deze evenementen hebben op het kijkgedrag. Deze routines wijken namelijk af van de routines in het dagelijks leven.

---

<sup>81</sup> Luuk, interview door Luc Nibbeling, januari 2, 2016, interview 2.3: 14, transcript.

<sup>82</sup> Stephanie, interview door Luc Nibbeling, januari 6, 2015, interview 2.6: 31, transcript.

<sup>83</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

<sup>84</sup> Mira Moshe, “Media Time Squeezing: The Privatization of the Media Time Sphere,” 69-70.

<sup>85</sup> Zie bijlage 1.5.

Als er (inter)nationale evenementen op televisie komen verandert het kijkgedrag van de geïnterviewde personen. In hoofdstuk 4.2 beschreef ik dat het een routine is dat de personen nooit met anderen afspreken om televisie te kijken. Als het gaat om (meerdere-)jaarlijkse evenementen, zoals een Europees Kampioenschap voetbal, is het juist wel routine om af te spreken en in gezelschap televisie te kijken. André gaf in het interview bijvoorbeeld aan: “Eigenlijk alleen (afspreken met anderen) bij een EK of WK. Dan kijken we met de hele familie meestal. De ene keer bij iemand anders thuis en soms bij ons. Telkens ergens anders”.<sup>86</sup> Bij dit soort evenementen wordt daarnaast ook de routine om vrijwel niet met mensen naast familieleden en huisgenoten televisie te kijken verbroken.

De periode rond kerst is een periode waarbinnen de routines bij het televisiekijken volgens de geïnterviewde personen ook anders zijn. Simon geeft bijvoorbeeld aan: “Kerst is wel echt een tijd om naar films te kijken. Het is ook gewoon een hele leuke tijd. Ik kijk dan ook weer naar *Home Alone* en zo. Het is dan ook gewoon weer gezellig”.<sup>87</sup> Stephanie heeft daarentegen juist een routine om de televisie met kerst te ontwijken: “Met kerst is het verplicht *All You Need is Love*, vind ik ook vreselijk. (...) Ja. *All You Need is Love* vermijden is wel een redelijk doel in mijn leven”.<sup>88</sup> Rond de feestdagen is televisie wederom een plek waar iedereen samen komt, en wanneer het, uit interpretatie van de interviews, het weer belangrijk wordt gevonden wat er op televisie bekeken wordt. Geen van de personen heeft gezegd dat ze op deze dagen *on demand* televisie kijken. Het lijkt verplicht te zijn om samen naar de ‘traditionele televisie’ te kijken

Tijdens vakanties en feestdagen worden mensen uit hun dagelijkse structuur gehaald, zijn er bij bepaalde gemeenschappen verschillende rituelen en is iedereen zich bewust van wat de mensen om hen heen aan het doen zijn.<sup>89</sup> De televisie sluit hierbij aan en articuleert de verschillen die er zijn in de indeling van feestdagen ten opzichte van een ‘gewone’ dag door unieke programma’s en films uit te zenden.<sup>90</sup> In dit onderzoek blijkt dit wederom; de geïnterviewde personen geven aan dat de routines bij het televisiekijken tijdens de feestdagen anders zijn dan gewoonlijk. De televisie en de omgeving dwingt men hier ook in: Stephanie voelt bijvoorbeeld de druk om *All You Need is Love (Kersteditie)* te kijken, omdat dit een exclusief familieprogramma is tijdens kerstavond. De afhankelijkheid van de uitzendschema’s van uitzendtelevisie lijkt op deze dagen ineens weer een stuk groter te zijn.

---

<sup>86</sup> André, interview door Luc Nibbeling, december 23, 2015, interview 2.1: 2, transcript.

<sup>87</sup> Simon, interview door Luc Nibbeling, december 22, 2015, interview 2.5: 26, transcript.

<sup>88</sup> Stephanie, interview door Luc Nibbeling, januari 6, 2015, interview 2.6: 33, transcript.

<sup>89</sup> Elihu Katz, "Broadcasting Holidays," 231.

<sup>90</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

## 5. Conclusie

In dit onderzoek is aan de hand van een klein aantal interviews in kaart gebracht hoe de betrokken personen in dit onderzoek tegenwoordig naar eigen zeggen televisie kijken, en welke routines zij hebben bij en rond het kijken van televisie. De aannames van Silverstone over de relatie tussen de televisie en de televisiekijker, beschreven in zijn onderzoek in 1994, vormden hierbij de categorieën waaronder de gevonden routines zijn gevoegd.<sup>91</sup> Uit de interviews kwam een groot scala aan routines voorbij die betrekking hadden tot de manier waarop televisie een rol speelt in het dagelijks leven van de personen, de sociale interactie die voor de personen bij het televisiekijken een essentieel onderdeel vormt, het gebruik van andere schermen bij het televisiekijken, de manier waarop kijkers het volgen van het narratief kunnen manipuleren en het veranderende kijkgedrag rond live evenementen en feestdagen.<sup>92</sup>

Uit de analyse van de transcripties bleek dat de geïnterviewde personen niet meer geheel afhankelijk zijn van de uitzendschema's van de televisiezenders en –omroepen, maar dat weldegelijk nog steeds een (andere) vorm van afhankelijkheid blijft bestaan. De kijkers geven namelijk aan dat ze alle programma's tegenwoordig terug kunnen zien en niet snel thuis zouden blijven voor een programma, maar dat de volgende aflevering wel de deadline is voor het kijken van de vorige aflevering. Sommige personen hebben zelfs vaste momenten in de week dat ze een programma terugkijken. De personen geven hiermee aan dat de afhankelijkheid van het uitzendschema niet verdwenen is, maar dat hierbinnen een nieuwe vorm van verantwoordelijkheid bij de kijker is ontstaan. Namelijk de verantwoordelijkheid dat de kijker zelf bepaalt wanneer hij/zij een aflevering kijkt, zo lang het maar binnen het kader van het uitzendschema van televisie en binnen het kader van je omgeving past. De omgeving (vrienden en/of familie) verwacht namelijk vaak ook dat je als kijker de meest recente aflevering hebt gezien en net zo ver in het volgen van het narratief bent als de rest.

Er wordt ook een andere nieuwe vorm van verantwoordelijkheid herkend bij de routines. De kijker wordt tegenwoordig namelijk gedwongen om een aflevering of programma te kiezen uit een extreem groot assortiment aan televisieaanbod (van bijvoorbeeld digitale televisie, *on demand* televisie en terugkijk-websites), wat aansluit bij eerder onderzoek over de gevolgen van de opkomst van *on demand* televisie.<sup>93</sup> De personen hebben hierbij routines ontwikkeld, waarbij het belangrijk is dat er onderscheid gemaakt wordt tussen televisieaanbod dat de kijker echt wil zien (vaak *on demand*) en televisieaanbod dat een toevoeging is bij een sociaal proces. Bepaalde programma's willen mensen echt gefocust zien, waarbij ze (vooral jongvolwassenen) dan vaak alleen kijken en *bingewatchen*.<sup>94</sup>

---

<sup>91</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 18-23.

<sup>92</sup> Zie bijlage 1.

<sup>93</sup> Louisa Steele et al., "The Consumption of On-Demand," 220.

<sup>94</sup> Louise Barkhuus and Barry Brown, "Unpacking the television," 14.

Andere programma's (op televisie) worden met de familie of met huisgenoten bekeken om weer dat 'traditionele moment' te creëren waarbij het kijken van televisie een sociale activiteit is.<sup>95</sup> Hierbij is dan minder belangrijk wat er op televisie komt. Een (groot) deel van het gezelschap neemt dan vaak ook nog een tweede scherm in gebruik, waarop de content (meestal) niet aansluit met wat op televisie wordt bekeken. Vrijwel alle personen gebruiken een tweede scherm tegenwoordig, zoals ook aangegeven is in eerder onderzoek over het kijkgedrag in een multimedia omgeving.<sup>96</sup>

Als laatste blijkt uit de gesprekken met de personen dat de mensen tegenwoordig erg bewust zijn van de manier waarop ze televisie kijken, wanneer ze televisie kijken, met wie en het belangrijkste ook: waarom ze op deze manier kijken. Bepaalde personen gaven aan dat televisiekijken een automatisme is geworden, maar uit de gesprekken blijkt ook dat zij zich hier heel bewust van zijn. De personen zijn dan ook heel bedachtzaam op welk soort televisie ze kijken en om welke reden (puur uit interesse of juist als onderdeel van een sociaal proces). Uitzendschema's en de rol van televisie binnen een dagelijkse structuur worden niet meer zo zeer voor lief genomen als Silverstone beweerde in zijn onderzoek.<sup>97</sup> Routines bij het televisiekijken hebben hierin een andere invulling gekregen; van (wellicht onbewuste) automatismen tot bedachtzame keuzes om televisie op een bepaalde manier te kijken. Dit laatste is dan ook een antwoord op de vraag hoe de personen in dit onderzoek naar eigen zeggen tegenwoordig televisie kijken.

## 6. Discussie

In dit onderzoek zijn de interviews gestructureerd, de routines gecategoriseerd en de resultaten verwerkt aan de hand van de aannames van Silverstone over de relatie tussen televisie en de televisiekijker.<sup>98</sup> Deze constante lijn en categorisering binnen het onderzoek (aan de hand van de vijf thema's) hebben ertoe geleid dat in alle stadia van het onderzoek rekening is gehouden met deze aspecten van de relatie tussen de televisie en televisiekijker en hebben de resultaten inzicht gegeven in de mate waarop de aannames van Silverstone zich verhouden tot de routines van de kijkers binnen het televisielandschap ruim twintig jaar later. Aan de andere kant kan deze categorisering (in alle stadia) wellicht te sturend gewerkt hebben richting de aannames van Silverstone, en is hierdoor misschien een (aanzienlijke) groep routines rond het televisiekijken niet aan bod gekomen.

Uit het onderzoek blijkt dat de personen zich zeer bewust kunnen uitdrukken over hun televisiekijkgedrag. Een uitgebreider onderzoek aan de hand van interviews over de manier waarop

---

<sup>95</sup> Darby Saxbe, Anthony Graesch, and Marie Alvik, "Television as a Social or Solo Activity: Understanding Families' Everyday Television Viewing Patterns," 186.

<sup>96</sup> Evelien D'heer and Cédric Courtois, "The changing dynamics of television consumption in the multimedia living room," 8.

<sup>97</sup> Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, 20.

<sup>98</sup> Ibid.

mensen praten over hun eigen kijkgedrag zou nog meer inzicht kunnen bieden over de reflectie van mensen op hun eigen kijkgedrag, waardoor er patronen kunnen worden gevonden waarom bepaalde personen naar een bepaald aanbod kijken. Dergelijk onderzoek zou een kwalitatieve invulling zijn binnen een kader van kwantitatief onderzoek dat (bijvoorbeeld door *Stichting Kijkonderzoek*) al wordt gedaan over het kijkgedrag van het Nederlands televisiepubliek. Het combineren van resultaten uit beide soorten onderzoek zal nieuwe (en uitgebreidere) inzichten bieden in (de motivatie achter) het kijkgedrag van het Nederlands televisiepubliek.

## 7. Literatuurlijst

- Barkhuus, Louise, and Barry Brown. "Unpacking the television." *ACM Transactions on Computer-Human Interaction* 16, no. 3 (2009): 1-22.
- Boeije, Hendrika Rokesina. *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Den Haag: Boom onderwijs, 2005.
- D'heer, Evelien, and Cédric Courtois. "The changing dynamics of television consumption in the multimedia living room." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2014, 1-16.
- Giddens, Anthony. *The Consequences of Modernity*. Stanford, Calif: Stanford University Press, 1990.
- Goel, Vindu, and Brian Stelter. "Social Networks in a Battle for the Second Screen." *The New York Times*, October 2, 2013.
- Hess, Jan, Benedikt Ley, Corinna Ogonowski, Lin Wan, and Volker Wulf. *Jumping between Devices and Services: Towards an Integrated Concept for Social TV*. Siegen: University of Siegen, 2011. [http://www.wiwi.uni-siegen.de/wirtschaftsinformatik/paper/2011/jumping-between-devices-services\\_2011.pdf](http://www.wiwi.uni-siegen.de/wirtschaftsinformatik/paper/2011/jumping-between-devices-services_2011.pdf).
- Johnson, Catherine. "The Continuity of 'Continuity': flow and the changing experience of watching broadcast television." *Key Words: A Journal of Cultural Materialism* 11 (October 2013).
- Katz, Elihu. "Broadcasting Holidays." *Sociological Inquiry* 68, no. 2 (1998): 230-241.
- Modleski, Tania. "The Rhythms of Reception: Daytime Television and Women's Work." *Regarding Television*, 1983, 67-75.
- Morley, David. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia Pub. Group, 1986.
- Moshe, Mira. "Media Time Squeezing: The Privatization of the Media Time Sphere." *Television & New Media* 13, no. 1 (2011): 68-88.

- Saxbe, Darby, Anthony Graesch, and Marie Alvik. "Television as a Social or Solo Activity: Understanding Families' Everyday Television Viewing Patterns." *Communication Research Reports* 28, no. 2 (2011): 180-189.
- Silverstone, Roger. *Television and Everyday Life*. London: Routledge, 1994.
- Steele, Louisa, Rebecca James, Rosella Burrows, Demi Leigh Mantell, and Jo Bromham. "The Consumption of On-Demand." *Journal of Promotional Communications* 3, no. 1 (2015): 219-241.
- Stichting Kijkonderzoek. *TV in Nederland 2014*. Amsterdam: SKO, 2015.
- Stichting Kijkonderzoek. "JAAR TOP 100 EXCLUSIEF SPORT 2014." SKO. Accessed November 29, 2015. [https://kijkonderzoek.nl/component/com\\_kijkcijfers/Itemid,133/file,n1-0-1-p](https://kijkonderzoek.nl/component/com_kijkcijfers/Itemid,133/file,n1-0-1-p).
- Wester, F. "Analyse van kwalitatief onderzoeksmateriaal." *Huisarts en Wetenschap* 47, no. 12 (2004): 122-128.
- Zillich, Ana Freya. "Watching television with others: The influence of interpersonal communication on entertainment." *Communications* 39, no. 2 (2014): 169-192.