

De kijker als speler

**Een onderzoek naar de intermediale relatie tussen
televisie en het tweede scherm**

Neslihan Hazebroek

3706176

Blok 3, 2012-2013

28 april 2013

Sanne Koevoets en Rob Leurs

Nieuwe media en digitale cultuur

Inhoudsopgave

Inleiding	1
De intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm	3
Play als vierde sleutelmetafoor	9
Conclusie	16
Bibliografie	17

Inleiding

“Television tortured the intellectuals for a long time - it is about time that the intellectuals torture television.”¹

De Nederlandse consument kijkt meer tv dan ooit en bijna de helft van de Nederlanders kan zich geen leven voorstellen zonder televisie. Het overgrote gedeelte van de televisie kijkers (62%) geeft aan verder te internetten op een ander toestel tijdens het televisiekijken.² Er is dan ook sprake van een intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm. Mediajournalist Peter Olsthoorn omschrijft dit begrip als volgt:

“Second screen of tweede scherm is de term voor het gelijktijdig gebruik van een online applicatie op een computer gedurende het televisie kijken. Dat kan in de vorm van aanvullende informatie, maar bij voorkeur vindt er interactie plaats, zo mogelijk live. De kijker kan thuis participeren in het programma of in een online toevoeging en reacties zijn, eventueel geaggregeerd, terug te zien op televisie.”³

In populaire media worden de mogelijkheden van het tweede scherm voorgesteld als revolutionair en innovatief. Ook wordt er gesproken over een grotere mate van gebruikersparticipatie door het inzetten van het tweede scherm waarbij een actief publiek gecreëerd wordt. In mijn onderzoek zal ik deze notie bevragen om bij te dragen aan een beter begrip over dit fenomeen waar televisiekijkend Nederland bijna niet meer omheen kan. Mijn onderzoek biedt daardoor de mogelijkheid om utopische visies die in populaire media naar voren komen te ontcrachten. Ik zal concepten vanuit de televisiewetenschap en nieuwe media studies hercombineren om te toetsen of deze verenigbaar zijn in de benadering van de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm. In deze theoretische reflectie zal ik een wetenschappelijke discussie duiden en aanvullende concepten formuleren. In deze discussie staat de betekenis van geconvergeerde media en gebruikersparticipatie centraal. Op deze wijze zal ik een interdisciplinair veld formuleren om het hybride karakter van televisie kritisch te bevragen. Deze methode fungeert dan ook als convergentie van twee verschillende velden binnen mediastudies.

¹ Quote van videokunstenaar Nam June Paik, *Wikipedia*, geraadpleegd op 26 maart 2013, http://nl.wikipedia.org/wiki/Nam_June_Paik.

² Danny Oosterveer, “Onderzoek Deloitte: TV passé? Dacht het niet...,” *Marketingfacts*, 13 september 2012, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/tv-kijken-blijft-onverminderd-populair>.

³ Peter Olsthoorn, “Second screen: de experts van RTL en SBS aan het woord,” *Frankwatching*, 11 juni 2012, <http://www.frankwatching.com/archive/2012/06/11/second-screen-de-experts-van-rtl-en-sbs-aan-het-woord/>.

De kern van het debat over gebruikersparticipatie wordt gevormd door de utopische visie waarin een machtsverschuiving naar de kijker wordt toegekend en de dystopische visie waarin men stelt dat de machtspositie van de producent versterkt wordt door interactie. Eggo Müller stelt zichzelf op in een middenpositie in dit debat door te stellen dat geconvergeerde media institutioneel en cultureel gestructureerde ruimten creëren die bepalend zijn voor de mogelijkheid van gebruikersparticipatie.⁴ Deze notie dient als uitgangspunt voor mijn onderzoek waarin ik allereerst zal betogen dat de sleutelmetaforen *broadcasting flow* en *liveness* niet geheel toereikend zijn om betekenis te geven aan de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm. John Fiske stelt dat play een centrale rol vervult in het actieve en creatieve proces van betekenisgeving.⁵ Ik zal Fiskes *active audience* benadering als vertrekpunt aanwenden om vervolgens te betogen dat het concept play als vierde sleutelmetafoor inzetbaar is om het geconvergeerde medium televisie te benaderen en de implicaties die dit mee brengt voor de producent en de consument in een bredere context te plaatsen.

Kenmerkend voor de transitie die televisie ondergaat in het huidige digitale tijdperk is dat het medium in aanraking komt met externe platformen waaronder het tweede scherm. William Uricchio stelt dat mediapraktijken veranderen wanneer het technologische *design* van een medium aan verandering onderhevig is. Hij meent dat de hedendaagse televisie gebruik maakt van de *affordances* van computernetwerken.⁶ Door de theorie van Mirko Schäfer over gebruikersparticipatie in te zetten, zal ik aantonen op welke wijze de *interface*, het *design* en de *affordances* van het tweede scherm de interactie met de gebruiker begrenzen en de rol van play in dit proces duiden. Ten slotte zal ik aantonen dat play als televisiewetenschappelijk concept toegevoegd kan worden aan *broadcasting*, *flow* en *liveness*.

⁴Eggo Müller, "Formatted Spaces of Participation: Interactive Television and the Changing Relationship between Production and Consumption," in *Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology*, geredigeerd door Marianne van den Boomen et al. (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009): 59.

⁵ John Fiske, *Television Culture*, (Hoboken: Routledge, 2010): 236.

⁶William Uricchio, "The Future of a Medium Once Known as Television?" in *The YouTube Reader*, geredigeerd door P. Snikkars en P. Vonderau, (London: Wallflower Press, 2009): 37.

De intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm

Televisie is een medium dat voortdurend aan verandering onderhevig is. Zowel technologische als sociaal-culturele veranderingen hebben een belangrijk aandeel in de transformatie van dit medium.⁷ De introductie van televisie ging gepaard met verschillende visies en fantasieën over het gebruik van dit medium.⁹ Met de introductie van het tweede scherm lijkt er opnieuw een fase aan te zijn gebroken waarin utopische visies de overhand hebben. In populaire media wordt continu gespeculeerd over de mogelijkheden die het tweede scherm biedt voor de gebruiker om te participeren in televisieprogramma's. Interactiviteit en gebruikersparticipatie worden vaak in een adem genoemd met individualiteit en consumentenvrijheid. De metaforen en connotaties waarmee televisie in haar beginjaren werd geduid, lijken dan ook een radicale omkering te ondergaan.¹⁰

Stephen Heath beschrijft de wijze waarop de Amerikaanse televisie industrie verandert is van een politiek en tekstueel representatiesysteem naar een industrie die slechts gedreven wordt door winst binnen een commercieel kader.¹¹ Hij meent dat de concepten om televisie te benaderen niet los gezien kunnen worden van dergelijke representatiesystemen:

“One of the main difficulties in approaching television is the increasing inadequacy of existing terms and standards of analysis, themselves precisely bound up with a specific regime of representation, a certain coherence of object and understanding in a complex of political-social-individual meaning.”¹²

Bovenstaande geldt ook voor de begrippen broadcasting, flow en liveness die in de televisiewetenschap veelal gezien worden als intrinsieke eigenschappen van het medium televisie.¹³

⁷ William Uricchio, “Television’s Next Generation: Technology/Interface/Culture/Flow,” in *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*, geredigeerd door Lynn Spigel en Jan Olsson, (Durham: Duke University Press, 2005): 165.

⁸ Deze wisselwerking tussen technologische artefacten, producenten en consumenten en de invloed hiervan op de betekenisgeving van media wordt uitgebreid onderzocht met de benaderingswijze van het sociaal constructivisme.

⁹ Brian Winston omschrijft in *Media Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet* verschillende vroege visies over televisie als magisch medium. Tekeningen van Albert Robida uit 1883 verbeelden een protocol voor televisie als wereldwijd communicatie systeem. Televisie werd door hem gezien als voyeuristisch medium.

¹⁰ José van Dijck, *Televisie in het tijdperk van de digitale manipuleerbaarheid*, (Amsterdam: University Press, 2002), 21.

¹¹ Lynne Joyrich, *Re-viewing Reception: Television, Gender and Postmodern Culture*, (Bloomington: Indiana University Press, 1996): 3.

¹² Stephen Heath, “Representing Television,” in *Logics of Television: Essays in Cultural Criticism*, geredigeerd door Patricia Mellencamp, (Bloomington: Indiana University Press, 1990): 268.

¹³ Jostein Gripsrud, “Television, Broadcasting, Flow: Key Metaphors in TV Theory,” in *The Television Studies Book*, geredigeerd door C. Geraghty and D. Lusted (London: Arnold, 1998): 18.

Raymond Williams koppelt in *Television: Technology and Cultural Form* broadcasting aan de historische context van het industriële tijdperk waarin toenemende individualisatie en fragmentatie de behoefte aan een medium oproept dat in staat was om de mensen weer te verbinden.¹⁴¹⁵ Broadcasting functioneert volgens Williams als effectieve distributiewijze van essentiële informatie aan burgers en draagt hierdoor bij aan een gedeelde nationale identiteit. Williams schreef zijn boek in een periode waarin televisie een relatief stabiele positie had verworven. De *one to many* structuur van het broadcastingmodel was destijds wenselijk als instrument voor politieke, sociale en culturele macht voor zowel de regering als de kijker.¹⁶

Een strategie van het broadcastingmodel is het aaneenschakelen van de programmering. Deze uitzendstrategie die een kijkervaring oproept waarin een constante, onophoudelijke stroom van *content* wordt aangeboden, omschrijft Williams als *flow*. Hij zet deze metafoer in om broadcasting zowel als technologische als culturele vorm te karakteriseren.¹⁷ Williams koppelt *flow* als duiding van programmering aan de ervaring van de kijker. Er kan echter gesteld worden dat de betekenis van metaforen om televisie als medium te beschrijven aan verandering onderhevig zijn. William Uricchio meent het volgende over de transformatie van de metafoer *flow*:

“Just as Williams's notion of flow needs to be situated within a particular technological, regulatory, and cultural moment, the changing status of the term, and particularly the criticism it generated, needs to be seen against the changing "regime of representations" of television offered by expanded broadcast channels, cable programming, and the VCR.”¹⁸

Uricchio meent dan ook dat het in kaart brengen van de transformatie van *flow* een beeldschets van de ontwikkelingen in het academische veld.¹⁹ Uricchio repositioneert *flow* als metafoer om fundamentele veranderingen in de interface tussen de kijker en het medium televisie te omschrijven.²⁰ Anders dan Williams koppelt Uricchio *flow* niet langer als uitzendstrategie maar als techniek aan de kijkervaring.

¹⁴ Raymond Williams, *Television: Technology and Cultural Form*, (Londen: Fontana, 1974): 19.

¹⁵ In het gedachtegoed van Raymond Williams staat de sociale vorming van technologie centraal. Sociaal-culturele en historische processen zijn in zijn optiek dan ook mede bepalend voor deze vorming. Technologische mogelijkheden begrenzen de implementatie van technologie in de samenleving. Sociale actoren zijn volgens hem cruciaal voor de wijze waarop technologie gebruikt wordt.

¹⁶ Jostein Gripsrud, “Broadcast Television: The chances of its Survival in a Digital Age,” in *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*, geredigeerd door Lynn Spigel en Jan Olsson, (Durham: Duke University Press, 2005): 212.

¹⁷ Raymond Williams, *Television: Technology and Cultural Form*, 86.

¹⁸ William Uricchio, “Television’s Next Generation: Technology/Interface/Culture/Flow,” 169.

¹⁹ *Ibidem*, 167.

²⁰ *Ibid.*, 166.

Hij wijst de afstandsbediening aan als de technologie die de verschuiving van een op programmering gebaseerde notie van flow naar een notie waarin de kijker centraal staat, bewerkstelligd heeft.^{21,22} Technologische ontwikkelingen hebben er volgens Uricchio voor gezorgd dat de controle van de kijker is toegenomen waardoor flow als metafoor voornamelijk keuzemogelijkheden behelst.²³ Uricchio meent dat mediapraktijken veranderen wanneer het technologische design van een medium aan verandering onderhevig is.^{24,25} Hij stelt hierover het volgende:

“Television has been imagined and deployed as a set of practices that make use of a shifting technological base including the telephone, radio, film and, most recently, the networked computer. Each of these dispositifs brought certain affordances to light.”²⁶

Kenmerkend voor de transitie die televisie ondergaat in het huidige digitale tijdperk is dat het medium in aanraking komt met externe platformen waaronder het tweede scherm. De intermediale relatie tussen deze media kan aangeduid worden als de convergentie van media.²⁷ De geconvergeerde media creëren institutioneel en cultureel gestructureerde ruimten die bepalend zijn voor de mogelijkheid van gebruikersparticipatie.^{28,29} Uricchio meent dat de televisie in het huidige digitale tijdperk gebruik maakt van de affordances van computernetwerken.³⁰ Hij meent dat het behouden van de metafoor flow onmisbaar is om discursieve continuïteit als het vitale element van het medium televisie te benaderen.³¹

²¹Uricchio meent dat er sprake is van een synergetische relatie tussen de introductie van de afstandsbediening en het toenemen van het aantal kanalen en de introductie van de videorecorder. Gezamenlijk hebben deze ontwikkelingen de mobiliteit van de kijker vergroot en vereenvoudigd.

²² William Uricchio, “Television’s Next Generation: Technology/Interface/Culture/Flow,” 170.

²³ Ibidem, 173.

²⁴Uricchio koppelt de verschillende visies op het medium televisie aan de media specifieke eigenschappen van andere media. Hij stelt dat televisie eind 19^e eeuw voorgesteld werd als een medium dat net als de telefoon communicatie mogelijk zou maken. Ook legt hij de link tussen televisie en radio waarbij televisie gezien wordt als universeel huishoudelijk apparaat dat bepalend is voor de huiselijke sfeer. Daarnaast koppelt Uricchio televisie aan film, omdat er sprake is van het aanschouwen van een evenement in een rijkelijk visuele omgeving. Deze notie kan verbonden worden aan respectievelijk broadcasting, flow en liveness als metaforen voor de intrinsieke eigenschappen van het medium televisie. Technologie staat bij Uricchio centraal om televisie als medium te definiëren.

²⁵William Uricchio, “The Future of a Medium Once Known as Television?,” 37.

²⁶Ibidem, 35.

²⁷ Henry Jenkins benoemt in *Convergence Culture: Where Old and New Media Collided* drie kenmerken van mediaconvergentie: content wordt verspreid over verschillende media, verschillende bedrijven werken samen en de grenzen tussen consument en producent verdwijnen. Hij ziet mediaconvergentie dan ook als een culturele transformatie waarin de actieve gebruikersparticipatie centraal staat.

²⁸Eggo Müller, “Formatted Spaces of Participation,” 59.

²⁹De kern van het debat over gebruikersparticipatie en interactiviteit wordt volgens Eggo Müller gevormd door de utopische visie waarin een machtsverschuiving naar de kijker wordt toegekend en de dystopische visie waarin men stelt dat de machtspositie van de producent versterkt wordt door interactie. Müller stelt zich op in een middenpositie. Hij stelt dat media nog steeds van bovenaf zijn gereguleerd en de vorm aannemen van ‘formatted spaces’

³⁰William Uricchio, “The Future of a Medium Once Known as Television?” 37.

³¹ William Uricchio, “Television’s Next Generation: Technology/Interface/Culture/Flow,” 183.

Bij steeds meer televisieprogramma's wordt een *hashtag* getoond in de uitzending. De kijker wordt hierdoor gestimuleerd om via *Twitter* zijn mening te geven over het programma. Het inzetten van een hashtag maakt het voor de makers van het programma mogelijk om dit commentaar op overzichtelijke wijze te benaderen. In programma's zoals *The Voice of Holland* worden de *tweets* van de kijker geïncorporeerd als significant segment van het programma.³² John Ellis omschrijft flow als de aaneenschakeling van de verschillende segmenten van een televisieprogramma.³³³⁴ Het medium *Twitter* fungeert in een dergelijke setting als tweede scherm. Flow kan in deze optiek als metafoor toegekend worden aan de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm. Het tweede scherm wordt echter niet enkel op deze wijze ingezet.

Pablo Cesar heeft onderzoek verricht naar de wijze waarop gebruikers van het tweede scherm betekenis toekennen aan dit medium. Uit dit onderzoek komt naar voren dat het tweede scherm voornamelijk gebruikt wordt om toegang te krijgen tot extra content en informatie. Daarnaast heeft de gebruiker behoefte aan de mogelijkheid om zelf content te delen.³⁵ In dit onderzoek richt Cesar zich op tweede scherm applicaties die complementair zijn aan de bijbehorende televisieprogramma's. Deze zijn specifiek ontworpen om de kijkervaring te verrijken door het publiek via het tweede scherm actief te betrekken bij het programma.³⁶³⁷ Er kan gesteld worden dat er ook bij dergelijke applicaties sprake is van een zekere flow die als discursieve continuïteit verbonden is aan het medium televisie. De daadwerkelijke betekenis die toegekend wordt aan de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm kan echter niet enkel door deze metafoor ingesloten worden.

De interactiviteit die een belangrijke rol vervult bij het gebruik van het tweede scherm zorgt voor een continue onderbreking en bevestiging van de flow van het televisieprogramma. Jennifer Gillan omschrijft de toegang tot content via verschillende platformen als circulerende flow.³⁸³⁹

³² Tijdens de live-uitzendingen wordt regelmatig overgeschakeld naar de 'red room'. De kandidaten reageren daar op de tweets van de kijkers en worden geïnterviewd over hun optreden en fans.

³³ Ellis omschrijft deze segmenten als kleine opeenvolgende eenheden van beeld en geluid van elk ongeveer vijf minuten. Deze segmenten zijn georganiseerd in groepen die cumulatief zijn zoals bij een nieuwsuitzending of georganiseerd zijn in een vaststaande structuur zoals in series of bepaalde formats.

³⁴ John Ellis, *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*, (Londen: Routledge, 1982): 112.

³⁵ Pablo Cesar, Dick C. A. Bulterman, en Jack Jansen, "Leveraging user impact: an architecture for secondary screens usage in interactive television." *Multimedia systems* 15, 3 (2009): 141.

³⁶ Een voorbeeld van een dergelijke applicatie is de *Wie is de Mol app* waarmee de kijker via het tweede scherm mee kan doen met het spel tijdens de televisie-uitzending. Er kunnen punten verdiend worden door antwoord te geven op vragen over opdrachten uit het programma ne te stemmen op de mol. Het spelelement vervult dan ook een belangrijke rol in deze app.

³⁷ "Wie is de Mol breidt uit met MolTalk," *Broadcastmagazine*, 2 januari 2013, <http://broadcastmagazine.nl/wie-is-de-mol-breidt-uit-met-moltalk/>.

³⁸ Gillan omschrijft de kijker als zogenaamde 'clickers' die net als internetgebruikers de controle hebben op de wijze waarop zij content willen bekijken. Zij kent de kijker dan ook een actieve rol toe waarbij deze een eigen flow samenstelt.

³⁹ Jennifer Gillan, *Television and New Media: Must-Click TV*, (New York: Routledge, 2011): 76.

Maar ook deze toepassing van flow als metafoor is niet voldoende om de betekenis van de intermediale relatie en het tweede scherm te theoretiseren omdat de actieve rol van de kijker niet afdoende belicht wordt door enkel te spreken van flow. Deze actieve rol wordt namelijk niet enkel gekenmerkt door controle zoals Uricchio betoogd. Cesar omschrijft het gebruik van het tweede scherm als het controleren, verrijken, delen en overdragen van content door de gebruikers.⁴⁰

Een metafoor die een dergelijk interactief karakter van het tweede scherm kan benaderen is liveness. In de beginjaren van televisie werden alle programma's *live* uitgezonden. Dergelijke liveness garandeert volgens Nick Couldry een connectie tot een gedeelde realiteit.⁴¹ Hij beschouwt liveness als een sociaal geconstrueerde term die niet enkel refereert aan live televisie uitzendingen. Ook het communiceren van een vriendengroep via mobiele telefoons bestempelt Couldry als liveness.⁴² In deze optiek behelst liveness voornamelijk verbondenheid.⁴³ Espen Ytreberg stelt dat hedendaagse televisieformats zich richten op een dergelijke verbondenheid door publieksparticipatie via verschillende digitale platformen te stimuleren. Er is sprake van een uitgebreide vorm van liveness en *eventfulness*⁴⁴ door het bewegen en participeren van het publiek op verschillende platformen.⁴⁵ Ytreberg stelt dat uitgebreide eventfulness bereikt kan worden door voor het uitzenden van de eerste aflevering van een programma via andere platformen deze uitzending al aan te kondigen om zo een *advance audience* te creëren.⁴⁷⁴⁸

De uitgebreide liveness komt voort uit *deimmediacy* van communicatie op digitale platformen die het gevoel van liveness van het televisieprogramma versterkt.⁴⁹ Liveness omvat als metafoor dan ook voornamelijk de interactiviteit in de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm.

⁴⁰ Pablo Cesar, Dick C. A. Bulterman en Jack Jansen, "Usages of the Secondary Screen in an Interactive Television Environment: Control, enrich, share, and transfer Television Content," *Proceedings of the European Conference on Interactive Television* (2008): 176.

⁴¹ Nick Couldry, "Liveness, 'Reality' and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone," *The Communication Review* 7, 4 (2004): 355.

⁴² Ibidem, 357.

⁴³ Ibid., 366.

⁴⁴ Met eventfulness doelt Ytreberg op verschillende gebeurtenissen in *realityformats* die als ware evenementen gepresenteerd worden zoals de introductie van de wedstrijd en het benoemen van de winnaar. Daarnaast zijn er verschillende sub-evenementen die opbouwen naar het wekelijks wegstemmen van kandidaten.

⁴⁵ Espen Ytreberg, "Extended Liveness and Eventfulness in Multi-platform Reality Formats," *New Media & Society* 11, 4 (2009): 480.

⁴⁶ Ibidem, 474.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Een voorbeeld hiervan is het beschikbaar maken van de *Weet ik veel app* voordat de eerste uitzending van de quiz *Weet ik veel* uitgezonden werd. Men kon twee dagen voor deze uitzending via de app een zogenaamd introductiespel spelen om alvast bekend te worden met de quiz.

⁴⁹ Espen Ytreberg, "Extended Liveness and Eventfulness," 480.

Jürgen Müller omschrijft het digitale tijdperk als een uitdaging voor intermediaal onderzoek. Door verschillende mediatheoretici wordt gesteld dat mediavormen in het digitale tijdperk hun materialiteit en materiële aspecten verliezen. Hun vorm wordt als virtueel beschouwd, omdat zij hervormd en gerecombineerd worden.⁵⁰ De dynamiek en interrelaties tussen media, materialiteit en inhoud, en de reconstructie van condities die deze interacties vormen, zijn de centrale uitdagingen voor intermediaal onderzoek van digitale media. Materialiteit, media en betekenis moet volgens Müller dan ook in relatie tot elkaar gezien worden.⁵¹

Joost Raessens stelt dat speels gebruik in het ontwerp van hedendaagse digitale media als fundamentele eigenschap besloten ligt.⁵² Dit gebruik hangt samen met het interactieve karakter van deze media maar kan niet benadert worden met liveness als metafoor. Ook broadcasting en flow zijn niet toereikend om deze eigenschap te omschrijven.⁵³ Om de betekenis van de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm te benaderen zijn de metaforen dan ook niet geheel toereikend. Om deze relatie nader te belichten, zal ik aan te tonen op welke wijze de interface, het design en de affordances⁵⁵ van het tweede scherm de interactie met de gebruiker begrenzen. Het speelse gebruik van media staat hierbij centraal. Ik zal dan ook play als metafoor toevoegen aan de sleutelmetaforen broadcasting, flow en liveness om het geconvergeerde medium televisie te benaderen en de implicaties die dit mee brengt voor de producent en de consument in een bredere context te plaatsen.

⁵⁰Müller haalt Manovich aan die het effect van digitale cultuur en netwerken omschrijft als culturele totalisatie. Deze term staat voor de continue uitbreiding van digitale netwerken. Deze uitbreiding leidt tot een wereldwijd netwerk dat bestaat uit verschillende individuele media, instituties, dispositieven en infrastructuren. Hierdoor ontstaat er een digitale samenvoeging van fenomenen die voorheen los van elkaar bestonden.

⁵¹ Jürgen Müller, "Intermediality and Media Historiography in the Digital Era," *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies* 2 (2010): 27.

⁵² Joost Raessens, "Playful Identities, or the Ludification of Culture," *Games and Culture* 1, 1 (2006): 52.

⁵³ In de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm is niet enkel sprake van controle over de content. Het speelse element van digitale media behelst het controleren, verrijken, delen en overdragen van content. Een voorbeeld van een tweede scherm applicatie waarbij *user-generated content* een centrale rol vervult is *Miso*. Met deze app kan de televisiekijker een eigen invulling geven aan de tweede scherm door zelf aanvullende content bij televisieprogramma's te verzamelen in een zogenaamde 'SideShow'.

⁵⁴ Anna Heim, "How Miso 's CEO plans to make TV a more social experience," *The Next Web*, 22 december 2011, <http://thenextweb.com/media/2011/12/22/how-misos-ceo-plans-to-make-tv-a-more-social-experience/>.

⁵⁵ Deze concepten belichten zowel de materialiteit als betekenis van media. Uricchio zet in zijn betoog deze concepten op gelijksoortige wijze in.

Play als vierde sleutelmetafoor

De relatie tussen gebruikersparticipatie, het actieve publiek en betekenisgeving staat centraal in het benaderen van de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm.⁵⁶ Er wordt door zowel de producent als de consumentbetekenis aan deze media toegekend.⁵⁸ In het artikel “Encoding/decoding” van Stuart Hall staat deze constructie van betekenis centraal.⁶⁰ Volgens Hall draagt zowel de zender als de lezer van een tekst bij aan betekenisvorming. De producent van een televisieprogramma wordt door Hall gezien als de *encoder* van een boodschap die vanuit een bepaalde context en ideologie gevormd wordt.⁶² Ook het publiek, ofwel de *decoder*, construeert actief betekenis vanuit een zekere context en ideologie. Het publiek is dan ook in staat om teksten anders te decoderen dan deze bedoeld zijn en volgt daarmee niet vanzelfsprekend dominante ideologieën.⁶³ Deze theorie ligt ten grondslag aan de notie van het zogenaamde actieve publiek.

Een van de grondleggers van de active audience benadering is John Fiske. Zijn werk illustreert dat er ook in de televisiewetenschap concepten als play en playfulness gekoppeld worden aan het medium televisie en het zogenaamde actieve publiek.⁶⁴

⁵⁶ Deze relatie tussen gebruikersparticipatie, het actieve publiek en betekenisgeving aan media is ook in de kunst bevestigd door te experimenteren met interactie en het medium televisie. Een pionier op dit gebied is Nam June Paik die zichzelf als doel stelde om met zijn kunst de relatie tussen televisie, technologie, beelden en de kijker te veranderen. Het werk *Participation TV* uit 1963 van Paik belichaamt dit doel door de kijker de mogelijkheid te bieden om invloed uit te oefenen op televisiebeelden. Door te spreken, schreeuwen, of zingen in een microfoon kan de kijker verschillende abstracte beelden creëren op het scherm. Interactiviteit vervult een centrale rol in het werk van Fluxus-artisten zoals Paik. Jason Wilson legt een verband tussen het ontstaan van *videogames* en creatieve artistieke bewegingen zoals Fluxus. Hij ziet *videogames* dan ook als *new media artworks*. Wilson meent dat *Participation TV* het publiek confronteert met de *playfulness* van het medium televisie doordat Paik hen actief de controle geeft over de content die op het scherm te zien is.

⁵⁷ Jason Wilson, “Participation TV: Videogame Archaeology and New Media Art,” in *The Pleasures of Computer Gaming: Essays on Cultural History, Theory and Aesthetics*, geredigeerd door Melanie Swalwell en Jason Wilson, (Jefferson: McFarland, 2008): 97-98, 103.

⁵⁸ De wijze waarop televisieteksten betekenis creëren staat centraal bij de methode van tekstuele analyse binnen de televisiewetenschap.

⁵⁹ Patricia Holland, *The Television Handbook* (Londen: Routledge, 2000): 13.

⁶⁰ Semiotiek is een stroming binnen de methode van tekstuele analyse. In de semiotiek wordt onderzoek gedaan naar tekens en tekensystemen in teksten en de wijze waarop de lezer deze decodeert ofwel interpreteert. Hall kan beschouwd worden als autoriteit op het gebied van semiotiek en grondlegger van Cultural Studies. Zijn encoding/decoding model zorgde ervoor dat er niet langer gesproken werd van het effect van media op de maatschappij. De nadruk kwam te liggen op het actieve publiek dat op eigen wijze mediateksten leest. Een andere methode die gehanteerd wordt bij tekstuele analyse is narratologie. Bij een dergelijke methode staat de narratieve structuur van het verhaal binnen de televisietekst centraal in onderzoek naar het creëren van betekenis door bijvoorbeeld de vertelstructuur te analyseren.

⁶¹ J. R. Macnamara, “Media content analysis: Its uses, benefits and best practice methodology,” *Asia Pacific Public Relations Journal* 6, 1 (2005): 15.

⁶² Stuart Hall, “Encoding/decoding,” in *Media and Cultural Studies: Keywords*, geredigeerd door Gigi Meenakshi Durham en Douglas M. Kellner, (Chicester: Wiley-Blackwell, 2009): 164.

⁶³ *Ibidem*, 171.

⁶⁴ Play is een centraal concept in game studies. Game studies heeft zich als discipline lange tijd afgezonderd van andere disciplines zoals media studies. Vanaf 2000 kwamen deze disciplines nader tot elkaar door publicaties over de relatie tussen games en andere media zoals film. Raessens meent dat game studies geleidelijk een integraal onderdeel van media studies is geworden. Het concept play wordt dan ook steeds belangrijker om media ervaringen te analyseren en verwerft als notie geleidelijk een centrale positie in media-onderzoek.

Fiske zet Roland Barthes' theorie in om de mogelijkheid van een lezer om controle uit te oefenen op de betekenisgeving van een tekst te omschrijven.⁶⁶ Daarnaast haalt Fiske historicus Johan Huizinga aan om het begrip play nader te belichten. Huizinga beschrijft in *Homo Ludens* play als essentieel voor elke vorm van culturele uiting waaronder kunst, oorlog, het huwelijk en de wet.⁶⁸ Play is in deze optiek vrijwillig en bewerkstelligt zowel vrijheid als controle voor de speler.⁷⁰

Fiske stelt dat play een productiever concept is dan *pleasure*, omdat het actieve en creatieve aspect van betekenisgeving hier meer in naar voren komt.⁷² Fiske omschrijft play dan ook als *active pleasure* en stelt dat het de grenzen van regels en de consequenties van het breken van deze regels aftast.⁷³ Fiske legt een verband tussen actief vermaak, betekenis en identiteit door televisie te omschrijven als een medium dat de gebruiker in staat stelt om te participeren in de representatiewijze binnen dit medium en te spelen met dit semiotische proces van betekenisgeving.⁷⁴ Mediawetenschapper Henry Jenkins omschrijft deze notie van Fiske waarin participatie en play centraal staan als cruciaal voor de totstandkoming van een culturele theorie om het medium televisie te benaderen.⁷⁵

Fiske legt ook een verband tussen arcade *games* en televisie in relatie tot het begrip play en de regels die verbonden zijn aan de interactie met deze media. Hij omschrijft de arcade

⁶⁵ Joost Raessens, *Homo Ludens 2.0: The Ludic Turn in Media Theory* (Utrecht: Universiteit Utrecht, 2012): 9.

⁶⁶ Roland Barthes, *Image-Music-Text*, (Londen: Fontana, 1977): 155-164.

⁶⁷ Barthes stelt dat *pleasure* niet in een tekst besloten ligt, maar tot stand komt door de verbinding tussen de lezer en de tekst. Het spelen met een tekst speelt een belangrijke rol in de interactie van de lezer met de tekst. De woorden en beelden in een tekst worden geruimd voor plezier. Het product dat de lezer koopt is niet een vaststaande verhaalwereld, maar het plezier dat besloten ligt in het proces om invulling te geven aan de betekenis van deze wereld.

⁶⁸ Johan Huizinga, *Homo ludens: Proeve eener bepaling van het spel-element der cultuur*, 1938, (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2008): 47-48.

⁶⁹ Huizinga stelt dat play ofwel spel zich afspeelt in een denkbeeldige danwel stoffelijke ruimte waarbinnen zekere regels gelden. Tijdens verschillende culturele uitingen zoals bijvoorbeeld de rechtspraak vinden bepaalde rituelen plaats in een dergelijke ruimte. De gelofte die van belang is voor verschillende culturele uitingen zoals het huwelijk benadrukt de afgrenzing in het spel. Deze afgrenzing komt tot uiting in regels die bij bepaalde rituelen horen maar ook de regels van de samenleving zoals deze zijn vastgelegd in de wet.

⁷⁰ John Fiske, *Television Culture*, 236.

⁷¹ De orde die gecreëerd wordt is hierbij de controle over de speler die volgens Huizinga vrijwillig deelneemt aan het spel. Er is echter geen sprake van een totaal gecontroleerde ordelijke spelruimte. Onvoorziene gebeurtenissen benadrukken de vrijheid binnen deze ruimte. De spanning tussen sociale orde en vrijheid ligt volgens Fiske dan ook ten grondslag aan het begrip play.

⁷² John Fiske, *Television Culture*, 236.

⁷³ Ibidem.

⁷⁴ John Fiske, *Television Culture*, 241.

⁷⁵ Henry Jenkins, "Why Fiske still matters," in John Fiske, *Television Culture*, xxxiv.

⁷⁶ Jenkins stelt dat Fiske in het academische debat vaak fungeerde als een tegenwicht voor heersende paradigma's van eind jaren '80 door populaire cultuur centraal te stellen. Fiske gebruikt in zijn werk de term *power-block* van Stuart Hall om een theoretisch model te construeren dat lijnrecht tegenover de visie van massacultuur critici staat. Zij meenden dat economische en politieke beperkingen bepalend waren voor de mogelijkheid om alternatieve denkwijzen over media voor te stellen. Dit idee stond centraal in het destijds heersende paradigma. Fiske benadrukt in zijn theoretische model de capaciteit van de gebruiker om weerstand te bieden aan dominante ideologieën en een eigen betekenis en plezier te construeren. Populair entertainment kan in zijn optiek door de gebruiker geïmplementeerd worden voor eigen doeleinden.

als een zogenaamde *third space* die minder gereguleerd wordt door volwassenen dan andere instituties zoals school en werk. Dit impliceert een zekere vorm van vrijheid in het spelen van games door te ontsnappen uit een samenleving die geconstitueerd wordt door regels en controle.⁷⁷ De speler van een game heeft volgens Fiske zowel materiële controle als invloed op het narratief. Televisie biedt de kijker in zijn optiek enkel semiotische controle over het narratief.⁷⁸ Fiske duidt hiermee impliciet op het concept *playability* dat door Julian Kücklich als volgt wordt omschreven:

“(...) playability is understood [...] as the product of a media technology's or media text's characteristics and its user's media literacy. In other words: play is not just a mode of interaction the user is subjected to, but also an attitude that she brings to the medium in the form of notions and expectations about the technology or text.”⁷⁹

Kücklich omschrijft play vervolgens als voortdurend aan verandering onderhevig:

“(...) we are inventing new modes of play as we interact with new media, and if they prove viable they become implemented into the technology itself. By using this technology, new modes of play are disseminated and undergo social change within and across different cultures.”

Kücklich meent dat ook playability op verschillende niveaus toegepast kan worden. Het basisniveau is de interactie van de gebruiker met een mediatekst of technologie. Een meer abstract niveau is de wisselwerking tussen media producenten, distributeurs en consumenten als een speelse activiteit.⁸⁰

Het onderscheid in niveaus van play en playability kan gekoppeld worden aan de verschillende dimensies van het begrip interactiviteit. Het begrip interactiviteit heeft veelal een ideologische lading en wordt geassocieerd met het vergroten van de keuzemogelijkheid van de consument.

Oude media zorgden in deze optiek enkel voor passieve consumptie en nieuwe media bieden de mogelijkheid tot interactiviteit.⁸¹ De gebruiker krijgt hierdoor een sterker gevoel van betrokkenheid bij het medium.⁸³

⁷⁷ John Fiske, *Television Culture*, xxxvi.

⁷⁸ Ibidem, xxxv.

⁷⁹ Kücklich, Julian, *Play and Playability as Key Concepts in New Media Studies*, (Dublin: Dublin City University, 2004), 6.

⁸⁰ Ibidem.

⁸¹ Marshall McLuhan, de grondlegger van een theorie over gebruikersparticipatie, heeft hier een andere gedachte over. McLuhan maakt in zijn *hot and cool* media theorie onderscheid tussen twee soorten media op

Play kan als metafoor verbonden worden aan het design van software applicaties voor het tweede scherm. De ideologie van de kijker als speler om deze meer te betrekken bij televisieprogramma's is niet los te zien van een commercieel kader.⁸⁴ Het is van belang om veranderingen in mediatechnologie in het licht te zien van de digitalisering van de laatste decennia. Er is dan ook sprake van een langdurige transformatie waarin brede maatschappelijke ontwikkelingen zoals commercialisering, mondialisering, medialisering en individualisering ten grondslag liggen aan deze verandering.⁸⁵ De huidige veranderingen in technologie, media en cultuur roepen dan ook de vraag op naar de rol van nieuwe media in een digitale cultuur, een cultuur die vooral gericht lijkt te zijn op individuele maakbaarheid en zelfverwezenlijking.⁸⁶ José van Dijck meent hier het volgende over:

“De digitale televisie lijkt naadloos te passen in de culturele dynamiek van de laat-twintigste en vroege eenentwintigste eeuw: het is een dynamiek van individuele maakbaarheid en zelfverwezenlijking, van drang naar controle over het eigen leven.”⁸⁷

De nieuwe televisie wil volgens haar dan ook een instrument zijn waarmee men de wereld naar eigen hand kan zetten en het eigen leven kan vormgeven.⁸⁸ Deze belofte is echter eenzijdig en vol tegenstrijdigheden.

Van Dijck stelt hier het volgende over:

“Dezelfde digitale technieken die individualiteit en zelfverwezenlijking lijken te bevorderen, zijn tegelijk subtiele instrumenten van commerciële en ideologische

basis van de mate waarin er van de gebruiker verwacht wordt dat hij participeert. Hot en cool media hebben respectievelijk een lage en hoge participatiegraad. Een hot medium is volgens McLuhan een verlenging van een bepaald zintuig in *high definition*. Met high definition bedoelt McLuhan dat er een overvloed aan data is. Het medium creëert een compleet beeld waardoor er weinig ruimte is voor invulling door de gebruiker. Een cool medium laat meer ruimte over voor de gebruiker om in te vullen en vereist daardoor meer participatie. Radio en film zijn in zijn optiek hot media en televisie en cartoons cool media. McLuhan zag het televisiebeeld als een grote hoeveelheid puntjes, waarvan enkel een klein aantal gebruikt werd door de gebruiker om een beeld te vormen. Hij gaf wel aan dat wanneer de kwaliteit van het beeld van de televisie zou verbeteren, het medium een hot medium zoals film zou worden. Vandaag de dag is er *high-definition* televisie en zou televisie in de ogen van McLuhan een hot medium zijn.

⁸² Marshall McLuhan, *Understanding media: The Extensions of Man*, (Cambridge: MIT Press, 1994): 22-23.

⁸³ Martin Lister et al. *New Media: A Critical Introduction*, (New York: Routledge, 2009), 21.

⁸⁴ Kücklich, Julian, *Play and Playability*, 37.

⁸⁵ José van Dijck, *Televisie in het tijdperk van de digitale manipuleerbaarheid*, (Amsterdam: University Press, 2002), 22.

⁸⁶ Ibidem.

⁸⁷ José van Dijck, “Televisie en digitale manipuleerbaarheid,” 20.

⁸⁸ Ibidem.

beïnvloeding. Technologie is altijd al door *zowel makers als kijkers* ingezet om macht uit te oefenen over het individuele én collectieve bewustzijn, en dat zal ook in de toekomst zo blijven.”⁸⁹

Interactiviteit heeft naast een ideologische dimensie ook een instrumentele dimensie. De instrumentele dimensie van dit begrip draait om de mogelijkheid die het medium aan de gebruiker biedt om direct in te grijpen. De gebruiker kan zo beelden en teksten veranderen en het medium daardoor enigszins manipuleren.⁹⁰ Play heeft voornamelijk een metaforische betekenis en staat in deze optiek gelijk aan de ideologische dimensie van interactiviteit. Playability komt overeen met de instrumentele dimensie van interactiviteit waarin materialiteit meer naar voren komt dan het metaforische karakter van dit begrip.

Mirko Schäfer betoogt dat eigenschappen als interactiviteit besloten liggen in de materialiteit van een medium. De ideologie van gebruikersparticipatie komt volgens Tim O’Reilly als volgt naar voren in dergelijke media:

“The beneficial effects of a network of users can be incorporated into software design, something referred to by O’Reilly as the ‘architecture of participation’. O’Reilly also anticipates that taking easy-to-use interfaces can lead to commercially successful applications that take advantage of user activities.”⁹¹

Keuzes voor dergelijke interfaces zijn onderdeel van het design van *software* applicaties. Sociale relaties, ideologie, verlangens en politieke voorkeuren kunnen herleid worden uit dit design.⁹² Schäfer stelt dat affordances onderdeel zijn van het materiële aspect van een software applicatie en bepalend zijn voor de wijze waarop een medium gebruikt wordt:

“This material aspect, called affordance, determines the design in the first place, before it affects the appropriation by users. Material aspects have to be considered when analysing the way users might use, change, and modify the designed object.

Affordance describes two characteristics, the material aspects, or the specificity of an object or a technology, and the affordance imposed on it through the design.

⁸⁹José van Dijck, “Televisie en digitale manipuleerbaarheid,” 22.

⁹⁰Martin Lister et al. *New Media: A Critical Introduction*, 21-22.

⁹¹Mirko Tobias Schäfer, *Bastard Culture! How User Participation transforms Cultural Production* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011), 107.

⁹²Mirko Tobias Schäfer, *Bastard Culture!*19.

Design describes the creation and shaping of artefacts. Design creates its own affordances but is also subject to the affordances of the materials utilized.”⁹³

De playability van het tweede scherm ligt dan ook besloten in de affordances. Om het publiek meer te betrekken bij een televisieprogramma kunnen *game mechanics* geïntegreerd worden als affordance van een tweede scherm applicatie. Een voorbeeld van een dergelijke applicatie is het tweede scherm bij het televisieprogramma TUSSENKUNST EN KITSCH.⁹⁴

In het academische debat wordt het integreren van game mechanics in applicaties om deze aantrekkelijker te maken voor de gebruiker aangeduid met de term *gamification*.⁹⁶ Nitya Narasimhan, Silviu Chiricescu en Venu Vasudevan hebben onderzoek verricht naar de gamification van televisie en benoemen verschillende voorbeelden van applicaties waarin dit concept ingezet wordt om de kijker te betrekken bij televisieprogramma's:

“Social TV applications like Miso and GetGlue apply this idea to the content domain, letting users ‘check-in’ to the TV shows, movies or videos that they were currently watching. Based on their check-in history, users can then unlock badges or gain exclusive access to content. An associated social network makes check-ins observable, allowing a user to befriend or follow others for content discovery or conversation.”⁹⁷

Er kan dan ook gesteld worden dat het inzetten van het tweede scherm de gamification van televisie faciliteert. Deze ontwikkeling staat echter nog in kinderschoenen.⁹⁸

⁹³Mirko Tobias Schäfer, *Bastard Culture!*19.

⁹⁴ Met deze app kan de kijker de objecten die in de uitzending voorbij komen op waarde schatten waarbij men kan kiezen tussen een bedrag van 0 en 75.000 euro. Door goed te raden kan men een hoge positie verwerven op de ranglijst van de app. De gebruiker kan door in te loggen via een *social network site* zoals *Facebook* zijn plek op de ranglijst delen met vrienden waardoor er sprake is van een bepaald wedstrijdement. De app is genomineerd voor de *Prix d'Italia* tv-prijs voor de wijze waarop de kijker bij het programma betrokken wordt.

⁹⁵ “Hilversum oefent met tweede schermen,” *Netwesties*, 10 juni 1012, <http://www.netwesties.nl/521/hilversum-oefent-met-tweede-schermen.htm>.

⁹⁶NityaNarasimhan, SilviuChiricescu en VenuVasudevan, “The Gamification of Television: Is there Life beyond Badges?” *Gamification Research*, 7 mei 2011, <http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/21-Narasimhan.pdf>.

⁹⁷ Ibidem.

⁹⁸ Dit geldt niet alleen voor het creëren van een toegevoegde waarde van het tweede scherm voor de kijkervaring van de gebruiker. Ook technische problemen kunnen voor ontevredenheid bij de gebruiker zorgen zoals recentelijk bij de app van de kennisquiz WEET IK VEEL duidelijk werd toen deze op *Twitter* omgedoopt werd tot #weetikfail. De app werd voorafgaand aan de eerste aflevering van het programma veelvuldig gepromoot. Het systeem kon de grote belangstelling echter niet aan waardoor de app niet meer werkte.

⁹⁹ Dave van Aken, “Weet Ik Veel-app van RTL is ‘weetikfail’,” *Metronieuws*, 11 maart 2012, <http://www.metronieuws.nl/entertainment/weet-ik-veel-app-van-rtl-is-weetikfail/SrZmck!FOFmCcz93CDGU/>.

Bruno Latour stelt met zijn *Actor Network Theory* dat de materialiteit van een medium begrepen moet worden als de mogelijkheden die een medium biedt aan de producent en de consument.¹⁰⁰ Door gamification te integreren in het design van applicaties voor het tweede scherm wordt de kijker op speelse wijze uitgenodigd om te participeren om zo de kijkervaring te verrijken waardoor de verbintenis tussen de kijker en het televisieprogramma wordt versterkt. De instrumentele en ideologische dimensie van interactiviteit en play komen hierin samen. Kücklich stelt dan ook dat er nu sprake is van een culturele verschuiving van de actieve kijker naar speler.¹⁰¹ Fiskes notie dat de kijker enkel semiotische controle over het narratief van televisie heeft, is dan ook niet meer houdbaar.

¹⁰⁰ Bruno Latour, "On Actor-Network Theory: A Few Clarifications," *Soziale welt* (1996): 369.

¹⁰¹ Kücklich, Julian, *Play and Playability*, 37.

Conclusie

In populaire media wordt continu gespeculeerd over de mogelijkheden die het tweede scherm biedt voor de gebruiker om te participeren in televisieprogramma's. Interactiviteit en gebruikersparticipatie worden vaak in een adem genoemd met individualiteit en consumentenvrijheid. De metaforen en connotaties waarmee televisie in haar beginjaren werd geïdentificeerd, lijken dan ook een radicale omkering te ondergaan. De begrippen broadcasting, flow en liveness die veelal gezien worden als intrinsieke eigenschappen van het medium televisie zijn aan verandering onderhevig in het digitale tijdperk.

Kenmerkend voor de transitie die televisie ondergaat is dat het medium in aanraking komt met externe platformen waaronder het tweede scherm. De intermediale relatie tussen deze media kan aangeduid worden als de convergentie van media. De geconvergeerde media creëren institutioneel en cultureel gestructureerde ruimten die bepalend zijn voor de mogelijkheid van gebruikersparticipatie.

De relatie tussen gebruikersparticipatie, het actieve publiek en betekenisgeving staat centraal in het benaderen van de intermediale relatie tussen televisie en het tweede scherm. Materialiteit, media en betekenis moeten in relatie tot elkaar gezien worden. Speels gebruik ligt in het ontwerp van hedendaagse digitale media besloten. Dit gebruik hangt samen met het interactieve karakter van deze media. Broadcasting, flow en liveness kunnen ingezet worden om deze interactiviteit te benaderen. Deze metaforen zijn echter niet geheel toereikend om het speelse gebruik van het tweede scherm bij televisieprogramma's te benaderen. Om dit gebruik nader te belichten, heb ik aangetoond op welke wijze de interface, het design en de affordances van het tweede scherm de interactie met de gebruiker begrenzen. Play kan als metafoor voor dit speelse gebruik toegevoegd worden aan de sleutelmetaforen broadcasting, flow en liveness om het geconvergeerde medium televisie te benaderen en de implicaties die dit mee brengt voor de producent en de consument in een bredere context te plaatsen.

Het concept play verwerft als notie geleidelijk een centrale positie in media-onderzoek. Deze ontwikkeling hangt nauw samen met interdisciplinair onderzoek dat verricht wordt vanuit game studies en media studies. Het concept play is niet enkel te herleiden naar onderzoek naar games, maar vervult ook in de televisiewetenschap een belangrijke rol in de active audience benadering van Fiske. Met mijn onderzoek heb ik het belang van dit concept opnieuw onder de aandacht gebracht en draag ik bij aan de convergentie van game studies en media studies. Een dergelijke interdisciplinaire methode kan dan ook ingezet worden om het hybride karakter van televisie kritisch te bevragen. Een kritische reëvaluatie van concepten uit verschillende disciplines draagt hierdoor bij aan onderzoek naar de wetenschap zelf.

Bibliografie

- Aken, Dave van. "Weet Ik Veel-app van RTL is 'weetikfail'." *Metronieuws*. 11 maart 2012. <http://www.metronieuws.nl/entertainment/weet-ik-veel-app-van-rtl-is-weetikfail/SrZmck!FOFmCcz93CDGU/>.
- Barthes, Roland. *Image-Music-Text*. Londen: Fontana, 1977.
- Cesar, Pablo, Bulterman, Dick C. A. en Jack Jansen. "Leveraging user impact: an architecture for secondary screens usage in interactive television." *Multimedia systems* 15, 3 (2009): 127-142.
- Cesar, Pablo, Bulterman, Dick C. A. en Jack Jansen. "Usages of the Secondary Screen in an Interactive Television Environment: Control, enrich, share, and transfer Television Content." *Proceedings of the European Conference on Interactive Television* (2008): 168-177.
- Couldry, Nick. "Liveness, 'Reality' and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone." *The Communication Review* 7, 4 (2004): 353-361.
- Dijck, José, van. *Televisie in het tijdperk van de digitale manipuleerbaarheid*. Amsterdam: University Press, 2002.
- Ellis, John. *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. Londen: Routledge, 1982.
- Fiske, John. *Television Culture*. Hoboken: Routledge, 2010.
- Gillan, Jennifer. *Television and New Media: Must-Click TV*. New York: Routledge, 2011.
- Gripsrud, Jostein. "Broadcast Television: The chances of its Survival in a Digital Age." In *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*. Geredigeerd door Lynn Spigel en Jan Olsson. (Durham: Duke University Press, 2005): 210-223.
- Gripsrud, Jostein. "Television, Broadcasting, Flow: Key Methaphors in TV Theory." In *The Television Studies Book*. Geredigeerd door C. Geraghty and D. Lusted. (London: Arnold, 1998): 17-32.
- Hall, Stuart. "Encoding/decoding." In *Media and Cultural Studies: Keywords*. Geredigeerd door Durham, Meenakshi Gigi en Kellner, Douglas M. (Chicester: Wiley-Blackwell, 2009): 163-173.
- Heath, Stephen. "Representing Television." In *Logics of Television: Essays in Cultural Criticism*. Geredigeerd door Patricia Mellencamp. (Bloomington: Indiana University Press, 1990): 267-302.
- Heim, Anna. "How Miso 's CEO plans to make TV a more social experience." *The Next Web*. 22 december 2011. <http://thenextweb.com/media/2011/12/22/how-misos-ceo-plans-to-make-tv-a-more-social-experience/>.
- Holland, Patricia. *The Television Handbook*. Londen: Routledge, 2000.
- "Hilversum oefent met tweedeschermen." *Netkwesties*. 10 juni 2012. <http://www.netkwesties.nl/521/hilversum-oefent-met-tweede-schermen.htm>.

- Huizinga, Johan. *Homo ludens: Proeve eener bepaling van het spel-element der cultuur*. 1938. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2008.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University, 2006.
- Joyrich, Lynne. *Re-viewing Reception: Television, Gender and Postmodern Culture*. Bloomington: Indiana University Press, 1996.
- Kücklich, Julian. *Play and Playability as Key Concepts in New Media Studies*. Dublin: Dublin City University, 2004.
- Latour, Bruno. "On Actor-Network Theory: A Few Clarifications." *Soziale welt* (1996): 369-381.
- Lister, Martin et al. *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge, 2009.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge: MIT Press, 1994.
- Macnamara, J. R. "Media content analysis: Its uses, benefits and best practice methodology." *Asia Pacific Public Relations Journal* 6, 1 (2005): 1-34.
- Müller, Jürgen. "Intermediality and Media Historiography in the Digital Era." *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies* 2 (2010): 15-38.
- Narasimhan, Nitya, Silviu Chiricescu en Venu Vasudevan. "The Gamification of Television: Is there Life beyond Badges?" *Gamification Research*. 7 mei 2011. <http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/21-Narasimhan.pdf>.
- Olsthoorn, Peter. "Second screen: de experts van RTL en SBS aan het woord." *Frankwatching*. 11 juni 2012. <http://www.frankwatching.com/archive/2012/06/11/second-screen-de-experts-van-rtl-en-sbs-aan-het-woord/>.
- Oosterveer, Danny. "Onderzoek Deloitte: TV passé? Dacht het niet..." *Marketingfacts*. 13 september 2012. <http://www.marketingfacts.nl/berichten/tv-kijken-blijft-onverminderd-populair>.
- Quote van videokunstenaar Nam June Paik. *Wikipedia*. Geraadpleegd op 26 maart 2013. http://nl.wikipedia.org/wiki/Nam_June_Paik.
- Raessens, Joost. *Homo Ludens 2.0: The Ludic Turn in Media Theory*. Utrecht: Universiteit Utrecht, 2012.
- Raessens, Joost. "Playful Identities, or the Ludification of Culture." *Games and Culture* 1, 1 (2006): 52-57.
- Schäfer, MirkoTobias. *Bastard Culture! How User Participation transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011.
- Uricchio, William. "Television's Next Generation: Technology/Interface/Culture/Flow." In *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*. Geredigeerd door Lynn Spigel en Jan Olsson. (Durham: Duke University Press, 2005): 163-183.

Uricchio, William. "The Future of a Medium Once Known as Television?" In *The YouTube Reader*. Geredigeerd door PelleSnikkars en PatrickVonderau. (London: Wallflower Press, 2009): 24-37.

"Wie is de Mol breidt uit met MolTalk." *Broadcastmagazine*. 2 januari 2013.
<http://broadcastmagazine.nl/wie-is-de-mol-breidt-uit-met-moltalk/>.

Williams, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. Londen: Fontana, 1974.

Wilson, Jason. "Participation TV: Videogame Archaeology and New Media Art." In *The Pleasures of Computer Gaming: Essays on Cultural History, Theory and Aesthetics*. Geredigeerd door Melanie Swalwell en Jason Wilson. (Jefferson: McFarland, 2008): 94-117.

Ytreberg, Espen. "Extended Liveness and Eventfulness in Multi-platform Reality Formats." *New Media & Society* 11, 4 (2009): 467-485.