

Universiteit Antwerpen
Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen
Academiejaar 2008 - 2009

MASTERPROEF

Een kwestie van smaak?

**De samenhang tussen de voorkeur voor *highbrow* of *lowbrow* comedy en
opleidingsniveau**

Nathalie Claessens

Master in de Communicatiewetenschappen - afstudeerrichting Mediacultuur

Promotor: Prof. Dr. Alexander Dhoest

Medebeoordelaar: Prof. Dr. Hilde Van den Bulck

Abstract

Vanuit Stuart Halls (1980) inzichten over verschillende *readings* van een tekst wordt onderzocht of hoger- en lageropgeleide personen eenzelfde comedyserie op een andere manier lezen en appreciëren. Deze masterproef behandelt dus de samenhang tussen opleidingsniveau en voorkeur voor *low-* of *highbrow* comedy. Ideeën over economisch en cultureel kapitaal blijken hier interessant alsook gelijkaardig onderzoek in Nederland en analyses van het buitenlandse en Vlaamse comedygenre. Op basis van de theorie is het verband tussen opleidingsniveau en de voorkeur voor comedy kwalitatief onderzocht aan de hand van twintig diepte-interviews. Bij de interviews is gebruik gemaakt van drie prototypische Vlaamse comedyseries (*low-*, *middle-* en *highbrow* comedy). Allereerst is het bredere smaakpatroon onderzocht, waarbij lageropgeleiden voor ontspanning kiezen en hogeropgeleiden voor diepgaande informatie. Daarna zijn, meer specifiek, de comedyseries bekeken. Hier is eerst gepeild naar de kennis van de series. Opvallend is dat lageropgeleiden weinig tot geen kennis hebben van *highbrow* comedyseries, wel gekend door hogeropgeleiden. De voorkeur van lageropgeleiden blijkt uit te gaan naar *lowbrow* comedy omwille van de lage moeilijkheidsgraad en het ontspannende karakter. Hogeropgeleiden verkiezen *highbrow* of moeilijkere maatschappijkritische series, al kijken zij ook naar *lowbrow* comedy, weliswaar puur als ontspanning. Hooggeschoolden consumeren dus zowel *low-* als *highbrow* comedy, al waarderen zij de eerste minder dan de laatste. Verder blijken mensen met een verschillend opleidingsniveau eenzelfde comedyserie anders te evalueren. Opmerkelijk is dat laaggeschoolden *highbrow* series gemakkelijk vinden en de gelaagdheid van de humor vaak niet begrijpen omdat zij bepaalde verwijzingen niet vatten.

Receptie - comedyserie – televisiekijkers – smaak – *highbrow/lowbrow* – diepte-interviews –
opleidingsniveau – Vlaanderen

Inhoudstafel

INLEIDING	3
1. SMAAK & COMEDY: EEN THEORETISCH OVERZICHT	5
1.1. Cultural Studies	5
1.2. Smaak en opleidingsniveau: een opmerkelijke relatie.....	6
1.3. Comedy: een complex genre	9
2. DE ROL VAN OPLEIDING BIJ DE VOORKEUR VOOR COMEDYSERIES	16
2.1. De kracht van diepte-interviews	16
2.2. Het bredere smaakpatroon.....	18
2.3. Voorkeur voor comedyseries	19
3. CONCLUSIE/DISCUSSIE.....	30
BIBLIOGRAFIE	32
BIJLAGE: TOPIC LIST	34

Inleiding

De keuze voor dit onderwerp is gestoeld op mijn grote belangstelling voor comedyseries op televisie en mijn ervaringen bij het maken van een comedyserie in de praktijk. Zeer uiteenlopende reacties op de *highbrow*¹ comedyserie waaraan ik heb meegewerkt, riepen vragen bij mij op omtrent het onderscheid tussen *high*- en *lowbrow*² comedy en de receptie van beide vormen. Het boeide mij zozeer dat ik de oorzaak van de verschillende appreciaties wilde achterhalen. Hiervoor zijn kijkerprofielen van VRT (Vermeir, studiedienst VRT) voor *low*-, *middle*- en *highbrow* comedy geraadpleegd. In deze profielen wordt duidelijk hoe het publiek van een bepaalde comedyserie is opgebouwd. Opleidingsniveau lijkt hier op het eerste gezicht een belangrijke onderscheidende factor.

Tabel 1. Kijkerprofielen VRT: ADH%³

	Lowbrow: FC De Kampioenen	Middlebrow: Het Eiland	Highbrow: Neveneffecten
Leeftijd			
4-14	11,4	8,2	6,2
15-19j.	3,1	4,3	5,8
20-24j.	2,0	3,2	3,0
25-34j.	9,9	18,3	11,5
35-44j.	13,0	17,1	18,8
45-54j.	15,8	16,0	18,5
55-64j.	16,2	13,7	16,0
65+	28,6	19,2	20,3
TOTAAL	100%	100%	100%
Geslacht			
man	46,6	48,6	51,9
vrouw	53,4	51,4	48,1
TOTAAL	100%	100%	100%
Opleidingsniveau			
Lager onderwijs	21,6	19,2	17,9
Lager sec. beroeps	13,6	8,4	4,6
Hoger sec. beroeps	22,9	12,9	11,5
Lager Sec.	5,7	8,0	7,5
Hoger sec.	10,8	15,9	18,8
Hoger niet-univ.	12,9	21,1	24,3
Univ.	3,6	9,0	11,9
TOTAAL	100%	100%	100%

Bron: Vermeir, Studiedienst VRT

¹ *Highbrow*: 'intellectueel', hoge cultuur

² *Lowbrow*: 'niet intellectueel', lage cultuur

³ ADH%: Adhesion: berekening van het procentueel aandeel binnen het totale publiek

Uit de tabel blijkt dat er een samenhang bestaat tussen de voorkeur voor *high-* of *lowbrow* comedy en opleidingsniveau. In deze masterproef zal dit verband verder uitgediept worden en zal getracht worden de oorzaken hiervoor te begrijpen.

Dit onderzoek is vernieuwend aangezien er, met uitzondering van Dhoest (2006), geen academische literatuur bestaat over Vlaamse televisiecomedy, noch over de receptie van comedyseries, in relatie tot opleidingsniveau, in Vlaanderen. Dit onderzoek tracht deels deze hiaten op te vullen door zich toe te leggen op de Vlaamse situatie. Verder is dit onderwerp van belang aangezien het voor zenders en productiehuisen interessant is te weten wat hun lager- of hogeropgeleide kijkers als goede comedy beschouwen en wat de reden hiervoor is.

In deze masterproef wordt eerst een theoretisch kader opgesteld aan de hand van een literatuurstudie. De invalshoek vanuit *Cultural Studies* wordt belicht, alsook de ideeën van Stuart Hall (1980). Bij een nadere ontleding van de samenhang tussen smaak en opleidingsniveau komen begrippen als cultureel en economisch kapitaal, *taste culture* en *highbrow - lowbrow* aan bod. Vervolgens worden theorieën over de evolutie van snob naar omnivoor bij hogeropgeleiden behandeld. Daarnaast worden enkele variaties van het comedygenre besproken. Op basis van de theorie worden de onderzoeksvragen opgesteld. De theoretische basis wordt aangevuld met een korte inhoudsanalyse van drie Vlaamse comedyseries die in de diepte-interviews als prototype voor *low-*, *middle-* en *highbrow*comedy gehanteerd worden. Bij de resultaten wordt allereerst de kwalitatieve methode van semigestructureerde diepte-interviews geëxpliciteerd. De belangrijkste uitkomsten worden vervolgens uiteengezet en toegelicht. Eerst wordt gekeken naar het bredere smaakpatroon van de respondenten. Vervolgens wordt dieper ingegaan op comedyseries. Hierbij wordt de kennis van hoger- en lageropgeleiden van *low-*, *middle-* en *highbrow* comedyseries onderzocht. Dan komt de voorkeur van hoog- en laaggeschoolden voor *low-*, *middle-* of *highbrow* comedyseries aan bod, alsook de criteria hierbij. Later wordt nagegaan of de evolutie van snob tot omnivoor aanwezig is bij de hogeropgeleide ondervraagden. Ten slotte wordt dieper ingegaan op het verschil in lezing of evaluatie van de prototypische comedyseries. Het laatste deel bevat de voornaamste conclusies van dit onderzoek, alsook de sterktes en zwaktes en suggesties voor toekomstig onderzoek.

1. Smaak & comedy: een theoretisch overzicht

1.1. *Cultural Studies*

Dit onderzoek kadert in de *Cultural Studies* benadering, die als eerste de complexe aard van het culturele consumptieproces van mediaproducten erkende (Morley, 1992). Volgens Evans (in Morley, 1992) wordt receptieonderzoek binnen *Cultural Studies* gekenmerkt door twee assumpties: 1) het publiek is actief, 2) media-inhoud is polysemisch.

Stuart Hall en diens *encoding/decoding* model zijn bij deze inzichten van belang (Morley, 1992). Volgens Hall (1980) is het publiek geen passieve ontvanger van mediaboodschappen naar het *hypodermic needle* of injectienaaldmodel, maar een actieve lezer die betekenis geeft aan een boodschap. Een tekst krijgt dan betekenis doorheen discours. De maker van een tekst encodeert een bepaalde boodschap (i.e. omzetting van gebeurtenis in discours). Dit is de *preferred reading*: de maker zou willen dat de kijker de tekst op deze manier begrijpt. De tekst heeft echter geen betekenis tot deze gedecodeerd wordt door de kijker. De lezing van de kijker is evenwel niet noodzakelijk de *preferred reading*: de decodering van de actieve kijker kan verschillende betekenissen ontwikkelen. Er is met andere woorden sprake van polysemie. Wanneer Hall zijn theorie toepast op televisie, meent hij dat er, naast het denotatieve aspect van het televisieteken, een open aspect is. Dit is het connotatieve niveau waaraan de kijker actief betekenis geeft en waar sprake is van polysemie. Uit het *encoding/decoding* model groeide het besef dat een tekst op verschillende manieren gelezen kan worden. De verschillende *readings* worden volgens Hall (1980) en Morley (1992) gestructureerd door een complex proces waarbij de sociale positie van personen de kennis van culturele codes kan bepalen. Het *encoding/decoding* model tracht met andere woorden de rol van sociale structuren (opleiding, sociale klasse, ...) na te gaan bij de verdeling van culturele competenties bij het publiek (Morley, 1991).

Vanuit de inzichten van *Cultural Studies* zal in dit onderzoek getracht worden de aard en oorzaken van de samenhang tussen opleidingsniveau en voorkeur voor comedyseries op televisie na te gaan. Hierbij wordt de kennis van hoger- en lageropgeleide personen van de comedyseries onderzocht, alsook de manier waarop zij de series lezen of evalueren.

Wanneer gesproken wordt over de relatie tussen opleidingsniveau en voorkeur voor comedyseries, dienen enkele belangrijke concepten over dit verband aangehaald te worden, waaronder smaak en cultureel kapitaal van Pierre Bourdieu (1979).

1.2. Smaak en opleidingsniveau: een opmerkelijke relatie

Pierre Bourdieu (1979) beschouwt smaak als een belangrijk element voor het onderscheiden van groepen in de maatschappij. Hij spreekt hierbij over de samenhang tussen economisch (opleidingsniveau, sociale klasse) en cultureel kapitaal (culturele kennis) en de manier waarop beiden de *habitus* bepalen (Bourdieu, 1979). De *habitus* waarover Bourdieu (1992) spreekt, is een systeem van voorkeuren en criteria, door Kuipers (2006) smaak genoemd. Voor Bourdieu (1992) is de *habitus* een vorm van cultureel kapitaal, waarvan er verschillende soorten bestaan, maar de belangrijkste voor dit onderzoek geïncorporeerd cultureel kapitaal is. Dit is kennis verworven door middel van studie, opleiding, werken aan zichzelf (Bourdieu, 1992). Athique (2008) definieert de *habitus* dan ook als het product van opleiding dat aan personen de middelen verschaft om codes van culturele producten te begrijpen. Volgens Bourdieu (1979) hangt culturele voorkeur sterk samen met opleidingsniveau. Een cultureel object kan pas betekenisvol zijn voor iemand wanneer die persoon het cultureel kapitaal bezit om het te lezen. Hoger- of lageropgeleide personen zullen meer of minder kennis en dus cultureel kapitaal bezitten. Dit hoger of lager cultureel kapitaal construeert de culturele voorkeuren, waardoor deze verschillend zijn bij hoger- en lageropgeleiden.

Bourdieu (1979) onderscheidt drie smaakzones die corresponderen met opleidingsniveau. De legitieme smaak (vergelijkbaar met *highbrow* smaak) is voornamelijk aanwezig bij hogeropgeleide personen. De tussenvorm (overeenstemmend met *middlebrow taste*) komt voor bij de *petite bourgeoisie* met een gemiddeld opleidingskapitaal. Ten slotte is er de populaire smaak (vergelijkbaar met *lowbrow* smaak) die omgekeerd evenredig samenhangt met opleidingskapitaal. De populaire smaak wordt door Bourdieu (1979) gedefinieerd als een voorkeur voor logische, chronologische plots met een *happy end*, voor eenvoudige personages en situaties eerder dan voor ambigue, symbolische figuren, enigmatische problemen, vormelijke experimenten of innovaties, kenmerken van de legitieme smaak.

Bourdieu's inzichten worden aangevuld door Holt (1998) die stelt dat het belangrijk is te onthouden dat cultureel kapitaal kan veranderen doorheen de levensloop van personen. Zo kan een persoon opgevoed worden in een omgeving met veel cultureel kapitaal, maar ervoor kiezen niet verder te studeren. Het omgekeerde bestaat ook: een persoon die opgegroeid is in een familie met een laag cultureel kapitaal, kan studeren aan de universiteit en zo een hoger cultureel kapitaal verwerven (Holt, 1998). Personen kunnen met andere woorden hun cultureel kapitaal verhogen of verlagen (Holt, 1998). Vandaar dat hier opleidingsniveau gehanteerd wordt in plaats van sociale klasse, aangezien deze laatste overstegen kan worden.

Daarnaast is de scheiding tussen *highbrow* of legitieme smaak en *lowbrow* of populaire smaak niet zo rechtlijnig als Bourdieu (1979) vooropstelt. In dit onderzoek worden de smaakzones dan ook als een continuüm opgevat met enerzijds *highbrow* en anderzijds *lowbrow* smaak (zie figuur 1). Er zal in deze masterproef nagegaan worden of deze zones bij de receptie van comedyseries op televisie voorkomen en hoe ze samenhangen met opleidingsniveau. Anders gezegd zal onderzocht worden op welke manier de voorkeur van kijkers voor *low-* of *highbrow* comedy een verband vertoont met opleidingsniveau. Hierbij wordt ook gepeild naar de kennis en lezing of evaluatie van comedyseries.

Parkin (in Morley, & Brunson, 1999) meent dat, naast klasse of opleidingsniveau, ook leeftijd, geslacht, ras enzovoort van belang zijn bij het bepalen van verschillende *readings* van eenzelfde tekst. Van Rees en Van Eijck (2003) gaan hiermee akkoord: naast opleidingsniveau zijn er nog andere variabelen die de voorkeur voor bepaalde media bepalen: leeftijd, geslacht, budget, religie, politieke interesse, etcetera. Bourdieu's visie is ook volgens Skeggs, Thumim en Wood (2008) te simplistisch: de samenhang tussen sociale klasse (met opleidingsniveau als belangrijke factor) en de voorkeur voor bepaalde media wordt gecompliceerd door variabelen als geslacht en ras. Het is belangrijk zich bewust te zijn van deze interveniërende variabelen, al kunnen deze, gezien de korte tijdsperiode, niet allemaal onderzocht worden. Dit onderzoek zal zich beperken tot één variabele, namelijk opleidingsniveau, aangezien dit, zoals hierboven beschreven, volgens Bourdieu (1992) het meest bepalend is voor culturele kennis en voorkeuren. Uit de profielen van de studiedienst van VRT bleek eveneens dat opleidingsgraad het meest interessante kenmerk is voor een onderzoek naar smaak met betrekking tot televisiecomedy (zie tabel 1).

Naast Bourdieu zijn er nog andere auteurs die de samenhang tussen smaak en opleidingsniveau aankaarten. Zo menen onder andere Holt (1998) en Lawler (2005) dat er een samenhang is tussen, in Bourdieu's woorden, cultureel en economisch kapitaal. Kuipers (2001) stelt eveneens vast dat er een verband bestaat tussen opleiding en de appreciatie van verschillende stijlen van humor.

Giselinde Kuipers heeft daarnaast in 2006 een onderzoek, gelijkaardig aan deze masterproef, uitgevoerd. De bevindingen van dit onderzoek vormen een tweede invalshoek bij de samenhang tussen smaak en opleidingsniveau. Kuipers (2006) is op zoek gegaan naar het verschil tussen *high-* en *lowbrow* cultuur op televisie en de invloed van sociale klasse op *taste cultures*. Hier moet opgemerkt worden dat de termen *highbrow* en *lowbrow* niet alleen voor

comedy gebruikt worden, maar ook voor vele andere vormen van cultuur. Een *taste culture* bestaat volgens Kuipers uit kijkers die zich organiseren op basis van hun sociale status (opleidingsniveau, inkomen). *Taste cultures* of smaakculturen zijn interpretatieve gemeenschappen met gedeelde *likes*, *dislikes* en criteria voor goede smaak. Smaakculturen worden door Bourdieu (in Kuipers, 2006) beschreven als een voorkeur voor culturele objecten zoals televisieprogramma's. Smaak is hier een zichtbare stijl, een *habitus* en een vorm van culturele kennis: een mentaal kader voor interpretatie en evaluatie dat resulteert in voorkeuren en aversies. *Taste cultures* worden het best bekeken in contrast met elkaar, aldus Kuipers. De relatie tussen smaakculturen kan verschillende vormen aannemen. Bij het gebruikte *highbrow* - *lowbrow* model is er sprake van hiërarchie en exclusiviteit: *highbrow* als 'hogere', minder toegankelijke cultuur. Kuipers onderscheidt vier humormaken in haar artikel, waarvan er twee interessant zijn voor dit onderzoek. Enerzijds *lowbrow* comedy of humor gebaseerd op stereotypes en overdrijving. Hier wordt het programma expliciet als grappig gekaderd door het gebruik van een lachband, kostuums, grappige stemmetjes en de nadrukkelijke humoristische presentatie. Anderzijds spreekt Kuipers over *highbrow* comedy, waarbij de humor satirisch, ironisch en minder exuberant is. Het is enigszins avant-garde omdat humor gemengd wordt met onaangename emoties: afkeer, verdriet of woede.

Volgens Kuipers vertonen *high-* en *lowbrow* comedy in Nederland een hiërarchische ordening van smaak. *Highbrow* smaak is in haar onderzoek exclusief: hogeropgeleiden keuren *lowbrow* comedy af, terwijl lageropgeleiden *highbrow* comedy niet kennen en ook niet afkeuren. Daarnaast menen hogeropgeleiden de macht en status te hebben om zich uit te spreken over (*lowbrow*) televisieprogramma's, terwijl lageropgeleiden deze macht niet menen te hebben. Deze smaakhiërarchie verklaart Kuipers door een ongelijke verdeling van kennis. De lageropgeleiden hebben niet de juiste kennis om een *highbrow* televisieprogramma te lezen en te waarderen. Het is geen alternatieve lezing in de woorden van Hall: er is een gebrek aan kennis om het programma op de correcte manier te begrijpen, waardoor de lezing mislukt is. Volgens Kuipers is er nood aan een specifieke *habitus* om te genieten van *highbrow* comedy, waardoor haar onderzoek aanleunt bij Bourdieu. De elementen die het moeilijk maken om *highbrow* comedy op een juiste manier te decoderen zijn voor haar de ambivalentie en snelheid van de humor. Daarnaast wordt *highbrow* humor meestal niet als humoristisch gekaderd, waardoor mensen niet zeker zijn dat de getoonde absurditeit grappig is, mede omdat de humor op het onaangename gebaseerd is. Daarenboven is een houding nodig waarbij men afstand neemt om de humor te leren appreciëren. Op het eerste gezicht is de

humor dan ook onaangenaam: pas als men de juiste kennis bezit, kan men het waarderen. *Highbrow* comedy wordt dan ook voornamelijk geapprecieerd door personen met een hoger opleidingsniveau, aangezien zij vaker over gepaste kennis beschikken (Kuipers, 2006).

Het verband tussen smaak en opleidingsniveau is hierboven uiteengezet. Volgens enkele auteurs is er echter een evolutie op te merken bij de smaak van hogeropgeleide personen.

Bourdieu (1979) sprak reeds van een verschuiving van een plicht- naar plezierethiek. Volgens hem was het vroeger onmogelijk plezier te beleven aan legitieme culturele objecten. Recent hebben nieuwe intellectuelen echter getracht de notie van hiërarchie te vermijden door een nieuwe moraliteit uit te vinden waarbij plezier als plicht aanzien wordt (Bourdieu, 1979). Peterson en Kern (1996) spreken over een evolutie in de hogere sociale klassen, bij hogeropgeleide personen. Deze werden vroeger gekenmerkt door een snobistische houding ten opzichte van *middle-* en *lowbrow* cultuur. Peterson en Kern (1996) hebben echter vastgesteld dat hogeropgeleiden zich niet langer als snobs gedragen, maar dat ze, naast *highbrow*, ook openstaan voor de consumptie en appreciatie van *middle-* en *lowbrow* cultuur. Costera Meijer (2008) ziet in de hedendaagse samenleving eveneens een verandering bij hogeropgeleiden, hogere klassen. Deze zijn omnivoren geworden die zowel *high-* als *lowbrow* programma's consumeren. De kennis van de elite moet zich niet langer beperken tot kennis van de hogere cultuur, maar van cultuur uit allerlei sociale milieus. (Costera Meijer, 2008).

In dit onderzoek wordt eveneens nagegaan of hogeropgeleiden geëvolueerd zijn tot omnivoren: consumeren ze zowel *highbrow* als *lowbrow* comedy op televisie? Hierbij moet echter opgemerkt worden dat de consumptie van zowel *low-* als *highbrow* comedy er niet vanzelf voor zorgt dat hogeropgeleiden zich niet langer als snobs gedragen. Ze kunnen de *lowbrow* comedy immers wel consumeren, maar er nog steeds op neerkijken.

In deze masterproef zal onderzocht worden of de beschreven samenhang tussen smaak (voorkeur voor comedy) en opleidingsniveau in Vlaanderen terug te vinden is. Echter, alvorens dit na te gaan, is het noodzakelijk een besef te hebben van het genre 'comedy' en de verschillende verschijningsvormen.

1.3. Comedy: een complex genre

Mills (2001a) merkt op dat er een gebrek is aan onderzoek naar televisiecomedy. De voornaamste oorzaak hiervoor is de grootte en complexiteit van het veld: comedy omvat

immers de sitcom, sketch shows, stand-up, animatie, etcetera. Veel onderzoek naar comedy heeft zich geconcentreerd op de *sitcom* of *situation comedy*, waardoor het lijkt dat dit (voor academici) de enige bestaande vorm van comedy is. Daarnaast is de receptiezijde door de wetenschappelijke wereld verwaarloosd (Mills, 2001). In deze masterproef wordt getracht deze hiaten deels op te vullen. Enerzijds is de opvatting van comedy niet beperkt tot de sitcom, maar komen er ook andere variaties (satire, hybride sitcom) aan bod. Het is echter praktisch onmogelijk om alle vormen van comedy te analyseren, vandaar dat er gekozen is voor fictionele comedyseries op televisie. Deze noemer omvat alle komische series, met uitzondering van stand-upcomedy. Anderzijds is het verwaarloosde receptieaspect van comedy de focus van het onderzoek: de voorkeur van het publiek voor *high-* of *lowbrow* comedy. In wat volgt, worden enkele variaties van het comedygenre bekeken: de sitcom, *highbrow* comedy en Vlaamse comedy.

Marc (1989) spreekt in *Comic Visions* over de sitcom en diens archetypische opbouw: man versus vrouw, buur versus buur, jong versus oud, waartussen conflicten ontstaan. Sitcoms zijn volgens hem gebaseerd op vertrouwdheid, identificatie en bevestiging van populaire waarden (Marc, 1989). De narratieve structuur volgt steeds eenzelfde patroon, aldus Feuer (2001), waarbij de status quo verstoord wordt, men een (morele) les leert en de status quo hersteld wordt. De populariteit van sitcoms is volgens haar dan ook te wijten aan hun simpliciteit en herkenbaarheid. Volgens Hartley (2001) zijn er twee soorten *situation comedy*: de *family sitcom* en de *workplace sitcom*. De familiesitcom focust op het gedrag en de manier van samenleven bij families en concentreert zich op interne familierollen. Eén van de redenen waarom men er graag naar kijkt, is dan ook om bizarre familiesamenstellingen te observeren. Men toont zelden een *nuclear family*, eerder niet-standaard families. De *workplace sitcom* ontwikkelt vaak typering en acties die de situatie ondermijnen. De werkpleksitcom wordt opgebouwd rond seksuele spanningen en chemie op de werkvloer, eerder dan rond de beroepsspecificiteit. De focus ligt meer op relaties dan op werksituaties. Door deze focus gaan personages en acties overheersen en verdwijnt de situatie op de achtergrond (Hartley, 2001). Men kan de werkpleksitcom onderscheiden van de familiesitcom doordat het een ander, jonger, hipper publiek aanspreekt dat op ideologisch vlak controversiëler is (Feuer, 2001).

De tweede vorm van comedy, de *highbrow* of alternatieve comedy, is eveneens door academici onderzocht. Zo stelt Baker (2003) dat *highbrow* comedy zijn oorsprong in de jaren '60-'70 vindt wanneer de Britse televisie begon te experimenteren en een aantal nieuwe

comedyseries, zoals de sketchshow en de satirische revue, introduceerde. In de jaren '70 probeerden series de mainstream traditie uit te dagen door middel van vormelijke innovatie en gedurfter materiaal. Programma's als *Monty Python's Flying Circus* boden hun klein, maar loyaal publiek een surrealistische en intellectueel uitdagende ervaring, waarbij de absurditeit de gevestigde conventies van sketchcomedy onderuit probeerde te halen (Baker, 2003). Marc (1989) is van belang omwille van zijn analyse van satire, een subgenre van comedy, meerbepaald een vorm van variété comedy. Door hun beperkte populariteit kunnen programma's bestaande uit variété comedy en satire als *highbrow* gezien worden. Satire bestaat reeds lange tijd, maar wat moderne satire onderscheidt van vroegere versies is het feit dat hedendaagse satire voortkomt uit de cultuur van de hogere sociale groepen, aldus Wagg (1992). Hij schenkt veel aandacht aan het Britse satirische *Monty Python*. Hierbij stelt hij dat deze satirische vorm van comedy voornamelijk mannen, hogeropgeleiden, liberale middenklassers en jongeren aanspreekt. *Monty Python* heeft niet als voornaamste doel om een groot publiek aan te spreken, maar om zichzelf te vermaken. Essentieel bij *Monty Python* is dat er steeds een botsing ontstaat tussen elite- of *highbrow* cultuur en massa- of *lowbrow* cultuur. Dit zorgt voor een discrepantie in lezing bij mensen met verschillende opleidingsniveaus. De lageropgeleide personen, met weinig kennis van *highbrow* cultuur, zullen slechts de bespottung van populaire televisie in *Monty Python* vatten en kunnen appreciëren. Hogeropgeleide personen met meer kennis zullen naast de bespottung eveneens de referenties naar de *highbrow* cultuur begrijpen en het programma op een meer volledige manier appreciëren. Satire wordt door Wagg gezien als het emotionele en ideologische tegengif voor onrechtvaardigheid. In *Monty Python* wordt de (onrechtvaardige) wereld dan ook als absurd en krankzinnig voorgesteld (Wagg, 1992).

Zoals reeds gezegd is Alexander Dhoest (2006), die de evolutie van Vlaamse comedy onderzocht heeft, de enige auteur voor het comedygenre in Vlaanderen. Dhoest spreekt eerst over het prototype van de Vlaamse sitcom. Deze bestaat uit een reeks afleveringen met een kleine cast van vaste personages in een stabiele (maar problematische) relatie tot elkaar. Elke aflevering destabiliseert de onzekere balans, die uiteindelijk steeds hersteld wordt. De eerste sitcom van de BRTN⁴, *FC De Kampioenen*, dateert van 1990 (Dhoest, 2006). Belangrijk hier is de brave en conventionele humor die grotendeels voortkomt uit komische types, verbale verdachtmakingen, samenzweringen en misverstanden. In dit onderzoek wordt *FC De*

⁴ nu VRT, de openbare omroep in Vlaanderen

Kampioenen als prototype voor *lowbrow* comedy gebruikt: een typisch Vlaamse, veelbekeken, brave (quasifamilie-) sitcom. Vanaf 2000 ontwikkelen er zich naast de gevestigde Vlaamse sitcoms meer innovatieve programma's, aldus Dhoest. Veel van deze programma's zijn hybride: zo komen er regelmatig *reality* elementen voor in comedyseries. Een voorbeeld is de Britse docufiction *The Office*, een parodie op de docusoap. Docufiction bevat tal van docusoapconventies, maar is inhoudelijk komisch door de karakterisering en de presentatie van situaties als grappig (Mills in Dhoest, 2006). Mills gebruikt de term *comedy vérité* voor comedy die de processen en representaties van bestaande mediavormen uitdaagt. In Vlaanderen zijn gelijkaardige programma's gemaakt (Dhoest, 2006). Deze *reality comedies* zijn vaak intertekstueel: ze verwijzen zowel naar binnen- als buitenlandse, echte als *fake* realitygenres. Ze zijn zowel een afleiding van realitygenres (door gelijkenissen) als een innovatie erop (door het bewustzijn van conventies). Op cultureel gebied zijn ze zowel internationaal (universele thema's) als lokaal (verwijzingen naar lokale gebruiken, televisiepersoonlijkheden en humor). De evolutie van deze nieuwe comedyvormen is sterk gelinkt aan individuen die geassocieerd worden met een bepaald soort programma's. Een voorbeeld hiervan is regisseur Jan Eelen, wiens reputatie in de alternatieve Vlaamse comedy past: hij is bekend geworden door de minimalistische sketches van *Vaneigens* en de ironische sketchshow *In de gloria* (Dhoest, 2006). Als prototype voor hybride comedyseries wordt dan ook diens humoristische fictieserie *Het Eiland* (2004) gebruikt. *Het Eiland* wordt als *middlebrow* comedy opgevat omdat het op *Eén*, de algemene zender van de Vlaamse openbare omroep uitgezonden is en elementen van *low-* én *highbrow* comedy bevat. De derde prototypische comedyserie, *Neveneffecten* (2005), is ook een vorm van hybride comedy, namelijk docufiction. De serie wordt als *highbrow* gezien, omdat het uitgezonden is op *Canvas*⁵, het openbare omroepkanaal met aandacht voor experimentele humor (VRT, 2007). Anderzijds wordt *Neveneffecten* *highbrow* comedy genoemd, omwille van de vele *highbrow* elementen in de serie (zie verder).

Het comedygenre bestaat uit vele variaties, met telkens andere komische elementen die bij personen met verschillende opleidingsniveaus mogelijk verschillende reacties teweegbrengen. In deze masterproef wordt aan de hand van een *low-*, *middle-* en *highbrow* prototypische comedyserie nagegaan of comedy in Vlaanderen verschillend geapprecieerd wordt door lager- en hogeropgeleide personen.

⁵ Canvas: het tweede kanaal van de openbare omroep: het kanaal voor de meerwaardezoeker (VRT, 2007)

Op basis van deze theoretische inzichten kunnen deelvragen geformuleerd worden naast de centrale onderzoeksvraag naar de samenhang tussen voorkeur voor *high-* of *lowbrow* comedyseries en opleidingsniveau.

- Vertoont het bredere smaakpatroon van lager- en hogeropgeleiden een verschil?
- Toegepast op comedyseries:
 - Hebben lager- en hogeropgeleiden kennis van *high-* en *lowbrow* comedyseries?
 - Prefereren lager- en hogeropgeleiden *high-* of *lowbrow* comedy? Waarom?
 - Zijn hogeropgeleiden geëvolueerd? Consumeren zij *high-* én *lowbrow* comedy?
 - Hoe evalueren lager- en hogeropgeleide personen eenzelfde comedyserie?

Deze vragen worden beantwoord aan de hand van diepte-interviews. Om de interviews op een systematische manier te doen verlopen, is gekozen voor het gebruik van drie prototypische comedyseries die in elk interview bevraagd en, indien ze niet gekend zijn door de respondent, getoond worden: voor *lowbrow* comedy is dit *FC De Kampioenen*, voor *middlebrow* comedy *Het Eiland* en voor *highbrow* comedy *Neveneffecten*. Deze series worden hieronder beknopt geanalyseerd.

De *lowbrow* comedyserie *FC De Kampioenen* is een succesvolle sitcom over een team amateurvoetballers en hun families. Deze serie, voor de eerste keer uitgezonden in 1990, is in 2009 toe aan zijn 19^e seizoen (<http://www.een.be/fcdekampioenen/>). De serie bestaat uit een kleine, vaste cast met eenvoudige personages: de zakenman, de café-uitbaatster, de klungelige jongeman, de vijandige buurman, ... die in een stabiele, maar problematische relatie tot elkaar staan, iets wat Dhoest (2006) eveneens vaststelt. Daarnaast stelt Dhoest (2006) dat de typische Vlaamse sitcom *FC De Kampioenen* een gezellige, veilige serie is met komische types, verbale verdachtmakingen, samenzweringen en misverstanden als voornaamste bronnen van de brave, conventionele humor. De protagonisten zijn geen familie, maar vormen een hechte groep, waardoor de serie opgevat kan worden als een quasi-familiesitcom. Het plot is eenvoudig en voorspelbaar met een *happy end*, wat volgens Bourdieu (1979) toebehoort aan populaire smaak, vergelijkbaar met *lowbrow* comedy. De serie wordt nadrukkelijk als humoristisch gepresenteerd en er worden stereotypes, overdrijvingen, lachbanden en overdreven kostuums gebruikt, elementen die wijzen op *lowbrow* comedy (Kuipers, 2006). De simpliciteit, herkenbaarheid en de terugkerende verhaallijnen behoren volgens Feuer (2001) eveneens toe aan *lowbrow* comedyseries.

Het Eiland, een hybride comedyserie uit 2004, is het prototype voor *middlebrow* comedy. Enerzijds lijkt de serie een sitcom doordat het zich in een bedrijf afspeelt waarbinnen de protagonisten een eiland van bureaus delen (Dhoest, 2006). Daarnaast zijn de personages sterk getypeerd en leidt de situatie wekelijks tot komische complicaties. Toch zijn er enkele afwijkingen van de sitcom, aldus Dhoest. Ten eerste zijn er doorlopende verhaallijnen, een kenmerk dat niet aanwezig is bij de klassieke Vlaamse sitcom. Regisseur en schrijver Jan Eelen noemt *Het Eiland* dan ook liever humoristische fictie omwille van de dramatische verhaallijn die over alle afleveringen heen loopt. Ten tweede zijn er duidelijke verwijzingen naar *reality*conventies en vooral naar de docusoap (Dhoest, 2006). Terwijl sommige personages sterk overdreven zijn, acteren veel (neven-) personages op een natuurlijke manier en reageren ze op de excentrieke protagonisten zoals een ‘normaal’ persoon zou doen (Dhoest, 2006). Het ontbreken van een lachband verhoogt het realistische effect van het programma. *Het Eiland* is een duidelijke afwijking van de traditionele Vlaamse sitcom en met succes, aangezien het zowel door de critici als het publiek geprezen wordt (Dhoest, 2006). Verder wordt *Het Eiland* als *middlebrow* opgevat aangezien het een mix van duidelijke, visuele grappen en subtiele humor bevat. Daarnaast is de serie minder exuberant en wordt ze minder nadrukkelijk als humoristisch gekaderd, volgens Kuipers (2006) elementen voor *highbrow* comedy. De herkenbare en confronterende serie is ten slotte niet bang om de belangrijke thema's in een mensenleven aan te raken: vriendschap, trouw, angst voor het onbekende, ..., vandaar dat *Het Eiland* als tussenvorm kan opgevat worden.

Indien de respondent *Het Eiland* niet kent, wordt tijdens het diepte-interview een fragment getoond. Dit bestaat uit de eerste vijf minuten van de eerste aflevering van het eerste seizoen van *Het Eiland: Een bewogen dag*. Het fragment behelst een impliciete voorstelling van de personages: personeelsleden van de administratieve dienst van *Cynalco Medics*, die per drie een eiland van bureaus delen. De onderlinge machtsrelaties en hiërarchische opbouw worden reeds enigszins duidelijk. Het fragment bevat een mix van duidelijke en subtiele humor.

De derde prototypische comedyserie, *Neveneffecten*, is een meer extreme vorm van innovatieve, hybride comedy. De serie, bestaande uit een reeks fictieve documentaires, vormt een parodie op de documentaire. Allerlei typische kenmerken van het genre worden sterk overdreven en met een laag absurditeit overgoten. *Neveneffecten* is een Vlaams voorbeeld van docufiction, een hybride genre dat volgens Dhoest (2006) een nieuw soort Vlaamse comedyserie met zich meebracht. Door de absurditeit en de complexe gelaagde humor kan dit

programma als *highbrow* beschouwd worden. In meerdere afleveringen wordt impliciet verwezen naar bestaande documentaires. Zo wordt *Fahrenheit 9/11*, een documentaire van Michael Moore over George W. Bush, geparodieerd door *Neveneffecten* met Sinterklaas in de hoofdrol. Zulke impliciete verwijzingen komen voor in elk van de afleveringen, waardoor kennis van de geparodieerde onderwerpen noodzakelijk is voor een volledig begrip van de humor. *Neveneffecten* brengt fictieve documentaires, overgoten met absurditeit, satire en ironie, waardoor de serie niet nadrukkelijk als humoristisch gekaderd is. Al deze elementen behoren volgens Kuipers (2006) toe aan *highbrow* comedy. Vaak wordt de humor in *Neveneffecten* gemengd met afkeer, verdriet of woede, voor Kuipers (2006) kenmerkend voor *highbrow* comedy. Ten slotte wordt de wereld in *Neveneffecten* als krankzinnig en absurd voorgesteld, wat Wagg (1992) ook in het *highbrow* satirische *Monty Python* terugvond.

Wanneer *Neveneffecten* in de diepte-interviews niet gekend is door de respondent, wordt een fragment getoond, namelijk de eerste vijf minuten van de eerste aflevering van het eerste seizoen: *De Bron van de E40*. In dit fragment worden de personages van deze aflevering, een groep wetenschappers en de zoon van de financier, voorgesteld terwijl zij inkopen doen voor hun ‘wetenschappelijke tocht’ langs de E40. Er is in het fragment zowel sprake van duidelijke visuele als subtiele maatschappijkritische humor.

De drie prototypische comedyseries worden op een continuüm geplaatst. In deze masterproef wordt immers niet uitgegaan van een tegenstelling *lowbrow* – *highbrow*, maar van een continuüm waarbij *low*- en *highbrow* zich elk aan een andere zijde bevinden.

Figuur 1. Continuüm *low-highbrow*: positie prototypische comedyseries



2. De rol van opleiding bij de voorkeur voor comedyseries

Om de onderzoeksvragen van deze masterproef te beantwoorden, wordt gebruik gemaakt van een kwalitatieve methodologie, die hieronder verder toegelicht wordt.

2.1. De kracht van diepte-interviews

Dit onderzoek kadert in de interpretatieve, constructivistische benadering waar de mens gezien wordt als een actief wezen en waar betekenis gevormd wordt in menselijk handelen. Zoals reeds uiteengezet is deze masterproef gebaseerd op de maatschappij- en cultuurgecentreerde visie van de *Cultural Studies*. Om de relatie tussen opleidingsniveau en voorkeur voor *high-* of *lowbrow* comedy te onderzoeken, is een cross-sectionaal design gebruikt waarbij de samenhang tussen smaak en opleidingsniveau op een bepaald moment in de tijd geanalyseerd is. De gebruikte strategie is kwalitatief aangezien ‘hoe’ en ‘waarom’ hier belangrijker zijn dan ‘hoeveel’. Met kwalitatief onderzoek kan men diepere informatie genereren aangezien men door de ogen van de onderzochte kijkt en er sprake is van hoge flexibiliteit. Volgens critici is kwalitatief onderzoek te subjectief en impressionistisch, vandaar dat ter verdediging een zo transparant mogelijke argumentatie naar voor geschoven wordt. Om een antwoord te bieden op de moeilijke repliceerbaarheid van kwalitatief onderzoek door het gebrek aan structuur, wordt bij de diepte-interviews gewerkt met een topic list. Ten slotte wordt vaak gesteld dat resultaten uit kwalitatief onderzoek moeilijk veralgemeenbaar zijn omdat de steekproef te klein is. Representativiteit is echter geen doelstelling voor dit onderzoek.

Het belangrijkste deel van deze masterproef, het receptieonderzoek, wordt uitgevoerd aan de hand van semigestructureerde diepte-interviews met twintig kijkers. Er worden diepte-interviews gebruikt aangezien het perspectief van de onderzochten hierbij naar boven komt, waardoor rijkere informatie gegenereerd wordt. Een ander voordeel is de flexibiliteit. De onderzoeker heeft hierbij echter een impact, iets waar men zich doorheen de analyse bewust van dient te zijn. De selectie van de kijkers is gebeurd aan de hand van een theoretische of *purposive* steekproeftrekking, waarbij relevante respondenten gekozen zijn. In dit geval zijn dat kijkers van één of meerdere van de prototypische comedyseries, met verschillende opleidingsniveaus. Omwille van praktische redenen zijn kijkers tussen 18 en 65 jaar geselecteerd. De respondenten zijn bekenden van bekenden om zowel afstandelijkheid als te grote vertrouwdheid te vermijden. Een gevolg van deze methode van steekproeftrekking is dat alle respondenten afkomstig zijn uit de provincie Antwerpen. De respondenten zijn daarnaast geselecteerd op basis van hun opleidingsniveau, aangezien zowel hoger- als lageropgeleiden

vertegenwoordigd moeten zijn om een samenhang tussen opleidingsniveau en voorkeur voor *high-* of *lowbrow* comedy te onderzoeken. De berekening van het opleidingsniveau is gebeurd volgens de methode van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM, 2008) (zie tabel 2). Groep één en twee worden onder lageropgeleiden gerekend en groep drie onder hogeropgeleiden. De respondentengroep bestaat uit tien hoger- en tien lageropgeleiden.

Tabel 2. Verdeling respondenten met betrekking tot opleidingsniveau

Opleidingsniveau	Samenvoegingen
<ul style="list-style-type: none"> • zonder diploma of lager onderwijs • lager secundair onderwijs, algemeen (3 eerste jaren) • lager secundair onderwijs, technisch, artistiek of beroeps (3 eerste jaren) 	Groep 1: lager onderwijs en lager secundair onderwijs
<ul style="list-style-type: none"> • hoger secundair onderwijs, algemeen (3 laatste jaren) • hoger secundair onderwijs, technisch (3 laatste jaren) • hoger secundair onderwijs, artistiek (3 laatste jaren) • hoger secundair onderwijs, beroeps (3 laatste jaren) • postsecundair, niet hoger onderwijs 	Groep 2: hoger secundair onderwijs
<ul style="list-style-type: none"> • hoger niet-universitair van het korte type • hoger niet-universitair van het lange type • hoger universitair onderwijs • hoger universitair onderwijs met aanvullend diploma • doctoraat met thesis 	Groep 3: hoger niet-universitair en hoger universitair onderwijs

Bron: CIM (2008)

Ondanks het feit dat representativiteit geen doelstelling is voor dit onderzoek, is toch getracht een zo groot mogelijke variatie te bereiken wat betreft leeftijd en geslacht om op deze manier een brede groep te onderzoeken. De respondentengroep bestaat dan ook uit tien mannen en tien vrouwen, elf personen ouder en negen personen jonger dan 30 jaar.

De diepte-interviews zijn semigestructureerd en worden uitgevoerd met behulp van een topic lijst (zie bijlage 1), gebaseerd op *sensitizing concepts* uit de literatuur. Het gebruik van een topic lijst wordt beargumenteerd aan de hand van de hogere vergelijkbaarheid van de interviews door meer structuur en systematiek.

Na het uitvoeren en transcriberen van de interviews, worden deze geanalyseerd en gecodeerd. Het coderen wordt uitgevoerd met behulp van *NVivo* waar trefwoorden worden toegekend aan segmenten. Na de codeerfase volgt de analysefase, waar gezocht wordt naar terugkerende patronen en verbanden. Bij de analyse wordt getracht om orde aan te brengen en structuren te ontdekken. De ontdekte patronen worden verwerkt tot de resultaten, die in de onderstaande delen uiteengezet worden. Er wordt allereerst gekeken naar het bredere smaakpatroon van de respondenten en hoe dit correspondeert met opleidingsniveau. Vervolgens wordt de

samenhang tussen comedyseries en opleidingsniveau onderzocht. Er wordt hierbij eerst gepeild naar de kennis van *high-*, *middle-* en *lowbrow* comedyseries bij de lager- en hogeropgeleide respondenten. Daarna komt de voorkeur van de hoger- en lageropgeleiden voor *high-*, *middle-* of *lowbrow* comedy aan bod, alsook de criteria voor deze preferentie. Aansluitend wordt nagegaan in hoeverre de hogeropgeleide respondenten omnivoor zijn. Ten slotte zal blijken of de hoger- en lageropgeleiden eenzelfde comedyserie op een verschillende manier ‘lezen’ of evalueren.

2.2. Het bredere smaakpatroon

Bij een blik op de bredere smaak van de respondenten, zijn er enkele patronen te ontwaren. Wanneer gepeild wordt naar de televisiezender die de respondenten het meest bekijken, zijn er verschillen aanwezig. Zo kijken de lageropgeleiden vaker naar commerciële televisiezenders zoals *VTM* en *VT4/2Be* dan de hogeropgeleiden. *Eén*, het algemene kanaal van de openbare omroep, wordt door enkele lager- en alle hogeropgeleide respondenten bekeken. Naar *Canvas*, het openbare omroepkanaal voor de meerwaardezoeker, kijken alleen de hogeropgeleiden. Wanneer men in het achterhoofd houdt dat de meeste *lowbrow* comedyseries op *VTM* en *Eén* worden uitgezonden, *middlebrow* voornamelijk op *Eén* en *Canvas* en *highbrow* comedyseries op *Canvas*, is te verwachten dat lageropgeleiden een voorkeur hebben voor *low-* en, op de tweede plaats, *middlebrow* humor en hogeropgeleiden voor *middle-* en *highbrow* humor. Kranten worden door alle hogeropgeleiden en de meerderheid van de lageropgeleiden gelezen. Opvallend is dat de lageropgeleide respondenten de *Gazet Van Antwerpen* verkiezen omwille van de duidelijkheid en het streeknieuws, terwijl de hogeropgeleiden kiezen voor een krant met meer duiding en achtergrond zoals *De Standaard* of *De Morgen*. Tijdschriften worden door quasi alle respondenten geconsumeerd. De hogeropgeleiden kiezen vaker voor informatieve en opinietijdschriften zoals *Knack* en *Humo*, terwijl de lageropgeleiden zich eerder wenden tot roddelmagazines en vrouwenbladen, zoals *Dag Allemaal*, *Story* en *Libelle*.

De voorkeur voor de verschillende zenders, kranten en tijdschriften duidt op een preferentie van lageropgeleiden voor ontspannende, duidelijke media en van hogeropgeleiden voor informatieve, gelaagde media. Verder zal onderzocht worden of de voorkeur voor comedyseries in het bredere smaakpatroon van de respondenten past.

2.3. Voorkeur voor comedyseries

Wanneer de samenhang tussen de voorkeur voor comedyseries en opleidingsniveau onderzocht wordt, is het noodzakelijk te kijken naar de kennis van *low-*, *middle-* en *highbrow* comedyseries bij lager- en hogeropgeleiden. Later in de analyse zal duidelijk worden dat vertrouwdheid met een programma belangrijk is voor de appreciatie.

Alle lageropgeleide respondenten kennen *FC De Kampioenen*, de prototypische *lowbrow* comedyserie. Vaak halen zij zelf ook andere Vlaamse *lowbrow* comedyseries aan, zoals *De Kotmadam* en *2 Straten Verder*, allemaal uitgezonden op de commerciële zender VTM. De hogeropgeleiden hebben allen kennis van de prototypische *lowbrow* comedyserie, *FC De Kampioenen*. Voor velen was het echter al een tijd geleden dat zij de serie nog bekeken hadden. Andere *lowbrow* comedyseries werden door de hogeropgeleiden niet genoemd. *Het Eiland*, de prototypische *middlebrow* comedyserie, is bij enkele laaggeschoolde respondenten bekend, maar vaak is deze kennis oppervlakkig en beperkt tot de grote verhaallijnen en de meest opvallende stereotiepe personages. Elke hooggeschoolde respondent kent *Het Eiland*. Hun kennis van de *middlebrow* comedyserie is doorgaans uitgebreid en diepgaand: ze kennen meerdere verhaallijnen en onderliggende lagen. De prototypische *highbrow* comedyserie, *Neveneffecten*, is onbekend bij alle lageropgeleide respondenten. Andere *highbrow* comedyseries zijn vaak evenmin gekend. Bij de hogeropgeleiden kennen enkele personen *Neveneffecten*. De meerderheid van de hooggeschoolde respondenten noemt zelf equivalenten van deze *highbrow* comedyserie: *Monty Python*, *Alles Kan Beter*, *In de Gloria*, Vier hogeropgeleide respondenten verwijzen naar de Britse comedyseries *Monty Python*, *The Office*, *Little Britain*, enzovoort. Wanneer ze deze series aanhalen, blijkt dat hun voorkeur naar dit soort *highbrow* humor uitgaat. Om hun appreciatie van Britse humor uit te drukken, gebruiken ze woorden als ‘droge humor’, onvoorspelbaar, moeilijk, ‘nadenkertjes’, absurd, uitvergroting van het reële leven. Ze beschouwen *Het Eiland* en *In de Gloria* als de Vlaamse equivalenten van Britse humor.

Voor de analyse van de voorkeur van lager- en hogeropgeleide personen voor comedyseries is in de diepte-interviews allereerst gepeild naar de appreciatie van een bepaalde *low-*, *middle-* of *highbrow* comedyserie. Hierbij is gevraagd welke elementen de serie goed of slecht maken.

Lageropgeleide personen hebben over het algemeen een hoge appreciatie van *lowbrow* comedyseries. Hierbij worden de acteurs en verhaallijnen geprezen. De terugkerende typetjes en de algemene herkenbaarheid worden positief ervaren. De moeilijkheidsgraad van *lowbrow*

comedyseries ligt niet hoog, wat geapprecieerd wordt door de meeste lagergeschoolde respondenten. Eenvoudige humor wordt als een voordeel gezien aangezien het ontspannend is. De populariteit van *lowbrow* sitcoms is ook door Feuer (2001) toegeschreven aan de simpliciteit en herkenbaarheid. Dit wordt bevestigd door een 25-jarige lageropgeleide respondent: “Je kan je verstand op nul zetten”.

FC De Kampioenen en andere *lowbrow* comedyseries worden door de meeste hogeropgeleide personen minder goed bevonden. De lage appreciatie komt voort uit de te hoge voorspelbaarheid: de verhaallijnen volgens telkens eenzelfde patroon, waarbij een misverstand ontstaat dat uiteindelijk opgelost wordt. Daarnaast is het gebrek aan gelaagdheid en maatschappijkritisch elementen storend voor vele hogeropgeleide respondenten. *Lowbrow* humor wordt dan ook vaak als te gemakkelijk ervaren: de series worden te duidelijk als grappig gekaderd. Het brave karakter van *lowbrow* humor alsook de overdreven acteerstijl zorgen voor een lagere appreciatie bij de hogeropgeleiden. Toch blijkt dat veel hooggeschoolde respondenten wel naar *FC De Kampioenen* kijken, puur als ontspanning.

De *middlebrow* comedyserie *Het Eiland* wordt door ongeveer de helft van de laaggeschoolde respondenten, grotendeels personen ouder dan 30 jaar, niet sterk gewaardeerd. Ze omschrijven de humor als saai, serieus, flauw en ‘apart’. De andere helft, voornamelijk personen jonger dan 30 jaar, waardeert voornamelijk de duidelijke, visuele grappen en stereotiepe personages van *Het Eiland*. Leeftijd lijkt bij deze respondenten een belangrijke variabele te zijn bij de voorkeur voor comedy. Hieraan kan Feuer (2001) gekoppeld worden: zij stelde reeds dat de werkpleksitcom (waarmee *Het Eiland* enigszins te vergelijken is) een jonger publiek aanspreekt dan een (quasi-) familiesitcom zoals *FC De Kampioenen*. Het belang van andere variabelen zoals leeftijd bij de voorkeur voor comedy is in de theorie aangehaald door Parkin (in Morley & Brunson, 1999), Van Rees en Van Eijck (2003) en Skeggs, Thumim en Wood (2008). Maar zoals reeds gezegd zijn de praktische omstandigheden van dit onderzoek te beperkt om in te gaan op de andere variabelen. De tussenkomst van de variabelen zal telkens vermeld worden, maar de meeste aandacht gaat uit naar de samenhang tussen opleidingsniveau en voorkeur voor *low-* of *highbrow* comedy.

Elke hogeropgeleide respondent vindt *Het Eiland* goed. Hierbij worden de acteurs en de verhaallijnen geprezen. De mix van absurde en herkenbare humor wordt als onmisbaar omschreven, alsook de aanwezigheid van meerdere lagen en maatschappijkritiek die het geheel boeiender maakt. De hogere moeilijkheidsgraad en subtiliteit van *middlebrow* humor wordt zeer positief, als een uitdaging, ervaren.

De *highbrow* comedyserie *Neveneffecten* wordt door de lageropgeleiden minder tot niet geapprecieerd. Volgens de meesten is er ‘niet veel aan’, onder andere door de onbekendheid van de acteurs en de lage graad van herkenbaarheid. Het absurde concept wordt meestal niet begrepen, vandaar dat uitdrukkingen als ‘belachelijk’ en ‘niet komisch’ aan bod komen. Dat het onbegrip van bepaalde komische elementen kan leiden tot een aversie, is uiteengezet door Kuipers (2006). De culturele kennis die samenhangt met het opleidingsniveau, bepaalt immers de smaak (voorkeuren en aversies) van een persoon (Bourdieu, 1979; Kuipers, 2006). De moeilijkere *highbrow* humor wordt als een nadeel ervaren, omdat men hierbij harder moet nadenken en zich minder kan ontspannen. De lagere appreciatie van het satirische *Neveneffecten* bij de lageropgeleiden is geen verrassing: Wagg (1992) had reeds vastgesteld dat satirische humor voornamelijk hogeropgeleiden, mannen en jongeren aanspreekt. Wat betreft de voorkeur van (alle) mannen voor *highbrow* comedy, is hier geen samenhang gevonden, noch voor (alle) jongeren. Wat echter wel blijkt, is dat binnen de lageropgeleide groep van respondenten een patroon aanwezig is: de mannelijke lageropgeleiden appreciëren *highbrow* humor over het algemeen meer dan de lageropgeleide vrouwen. Daarnaast blijken de jongere lagergeschoolden de enige lageropgeleiden te zijn die *Neveneffecten* goed vinden. Waggs (1992) stelling klopt dus deels binnen de groep lageropgeleide respondenten: mannen en jongeren worden meer aangesproken door *highbrow* humor dan vrouwen en ouderen. Deze resultaten moeten echter genuanceerd worden door het kleine aantal respondenten. Het is dan ook aangewezen om in verder onderzoek na te gaan of dergelijke patronen terugkeren. In dit onderzoek wordt immers, door gebruik van de kwalitatieve methode, de nadruk gelegd op de motieven achter de voorkeur, eerder dan op het hardmaken van een samenhang.

De meeste hogeropgeleide respondenten hebben een hoge waardering voor *Neveneffecten* en andere *highbrow* comedyseries. De subtiele humor en complexe plots worden geprezen, alsook de originaliteit, absurditeit en moeilijkheidsgraad van de serie. De aanwezigheid van meerdere lagen en maatschappijkritiek in *highbrow* comedy is voor vele hogeropgeleiden een *must* bij een goede comedyserie. Baker (2003) stelde dit ook vast: *highbrow* comedyseries zoals *Monty Python* worden gewaardeerd vanwege de intellectueel uitdagende ervaring en de absurditeit van de humor die de gevestigde waarden onderuit tracht te halen. Waggs (1992) stelling geldt hier niet: er zijn bij de hogeropgeleide respondenten geen patronen terug te vinden die wijzen op een hogere appreciatie van *highbrow* humor bij mannen en jongeren dan bij vrouwen en oudere personen. Echter, door de kleine groep respondenten is het mogelijk dat er geen patronen terug te vinden zijn omwille van individuele verschillen.

Naast de appreciatie is ook de voorkeur van hoger- of lageropgeleiden voor *low-*, *middle-* of *highbrow* comedy onderzocht. Om deze voorkeur te achterhalen, is aan de respondenten gevraagd om de drie prototypische comedyseries in een top drie te plaatsen.

Bij de lagergeschoolde respondenten gaat de voorkeur bijna unaniem uit naar *lowbrow* comedyseries zoals *FC De Kampioenen* en *De Kotmadam*. De preferentie van *lowbrow* humor wordt deels verklaard door een grote vertrouwdheid met de programma's. Vertrouwdheid met een comedyserie blijkt mede bepalend bij de voorkeur voor *low-*, *middle-* of *highbrow* comedy. Dit kan een vertekenend effect hebben, vandaar dat aan de respondenten eveneens gevraagd is waarom ze een bepaalde serie goed vinden.

De humor van de *lowbrow* comedyseries wordt door de lageropgeleide respondenten als gemakkelijk omschreven, wat voor hen een voordeel is aangezien dit zorgt voor een hoge graad van ontspanning. Feuer (2001) stelde eveneens dat simpliciteit een belangrijke reden is voor de appreciatie van *lowbrow* sitcoms. Dit wordt bevestigd door de respondenten:

“Dat moet voor mij geen zware kost zijn, dat is een komische serie.” (49-jarige lageropgeleide vrouw)

“Het moet niet te ingewikkeld zijn, vind ik, dan moet je te lang nadenken.” (21-jarige lageropgeleide vrouw)

De herkenbaarheid van *FC De Kampioenen* en *De Kotmadam* is eveneens van belang voor de laaggeschoolden: voor hen zijn herkenbare elementen essentieel bij een goede comedyserie, iets wat Feuer (2001) ook vaststelde. *Lowbrow* humor is vaak vrij tot zeer braaf, wat verdeelde meningen oproept bij de lageropgeleide respondenten: voor sommigen, voornamelijk de mannelijke lageropgeleiden, is het te braaf, voor anderen, meestal de vrouwelijke lageropgeleiden, is het niet storend. De hoge voorspelbaarheid van *lowbrow* comedyseries wordt niet negatief ervaren, al wensen ze soms toch iets meer verrassing. De voorspelbare stereotiepe personages van *FC De Kampioenen* worden meestal zeer positief onthaald: “Bij Markse of Boma weet je soms hoe ze gaan reageren en dat vind ik heel goed.” (21-jarige lageropgeleide vrouw). Het gebrek aan meerdere lagen humor en aan maatschappijkritische elementen wordt door de lageropgeleiden niet als een probleem gezien: voor hen is het van weinig belang of er sprake is van gelaagdheid. Vaak merken zij de meerdere lagen in *middle-* en *highbrow* comedy niet eens op. *Middlebrow* comedyserie *Het Eiland* belandt op de tweede plaats, na de *lowbrow* series. De grappige stereotiepe personages en het ontspannende karakter worden hier als voornaamste pluspunten ervaren. Voor de

lageropgeleiden is *middlebrow* humor iets gedurfter, maar nog vrij braaf, wat zij over het algemeen appreciëren. De *highbrow* humor van *Neveneffecten* scoort het slechtst bij de lageropgeleiden. Een vaak genoemde reden is de hoge moeilijkheidsgraad, waardoor de serie afbreuk doet aan zijn ontspannende aspect. Een 30-jarige lageropgeleide vrouw evalueert *Neveneffecten* dan ook als volgt: “Goh, als ze dit als iets komisch beschouwen, dan heb ik liever iets waar je minder bij moet nadenken”. De absurditeit van *highbrow* comedy zoals *Neveneffecten* wordt vooral door oudere lageropgeleiden als onaangenaam ervaren, terwijl jongere lageropgeleiden een beperkt niveau van absurditeit appreciëren.

“Ik vind dit meer belachelijk, ik vind het niet komisch.” (49-jarige lageropgeleide man over *Neveneffecten*)

“Nee, dat stoort niet, ik vind wel dat het mag, het moet niet altijd realiteit zijn.” (21-jarige lageropgeleide vrouw over absurde humor)

De reden voor de verschillende appreciatie van absurditeit bij jongere en oudere lageropgeleiden is een interessant fenomeen dat hier niet verder onderzocht zal worden, maar wel boeiend is voor verder onderzoek. Het verschil kan hier immers te wijten zijn aan individuele verschillen bij de relatief kleine groep respondenten.

Bij de hogeropgeleide respondenten gaat de voorkeur doorgaans uit naar het *middlebrow* programma *Het Eiland*. Hier speelt vertrouwdheid opnieuw een rol. Meerdere respondenten geven aan dat ze de *highbrow* comedyserie eventueel wel boven de *middlebrow* comedyserie zouden plaatsen, maar omdat ze *Neveneffecten* niet goed kennen, kiezen ze toch voor *Het Eiland*. Het al dan niet bekend zijn met een comedyserie bepaalt, zoals reeds vermeld, mee de voorkeur voor *low-*, *middle-* of *highbrow* comedy. De kennis van een individuele comedyserie zoals *Het Eiland* of *Neveneffecten* speelt eveneens een grote rol wanneer het gaat om appreciatie en voorkeur. Het is dan ook belangrijk om deze bedenkingen steeds in het achterhoofd te houden bij het lezen van de analyse. *Het Eiland* wordt geprezen omwille van de mix van duidelijke, eenvoudige humor en subtiele, moeilijkere humor, die voor vele hogeropgeleiden onontbeerlijk is in een goede comedyserie. Daarnaast bevat *middlebrow* comedy vaak een, door de hogeropgeleiden geliefde, mengeling van absurde en herkenbare humor, waarbij herkenbare situaties op een absurde manier worden uitgewerkt. Wat gedurfdheid betreft, wordt *middlebrow* humor als tussenvorm gezien: braver dan *highbrow*, maar gedurfter dan *lowbrow* comedy. De hogeropgeleiden prefereren gedurfde humor. *Highbrow* comedyserie *Neveneffecten* wordt in het merendeel van de gevallen op de tweede plaats gezet, omwille van diens gedurfde en verrassende aard. Een 60-jarige hogeropgeleide

respondent meent dan ook: “Humor moet voor mij onvoorspelbaar zijn.”. De hoge graad van absurditeit wordt door de meeste hogeropgeleide respondenten gesmaakt. De voorkeur voor *middle-* en *highbrow* humor, eerder dan voor *lowbrow* humor, wordt tevens toegeschreven aan de gelaagdheid, de aanwezigheid van maatschappijkritiek in de *middle-* en *highbrow* series. De afwezigheid van gelaagdheid in *lowbrow* comedyseries wordt door de meeste hogeropgeleiden dan ook als een gebrek ervaren, aangezien zij veel belang hechten aan maatschappijkritiek in humor. “Ik vind dat een comedyserie niet mag drijven op één enkele laag. En dat mogen genoeg lagen zijn zelfs. Ik denk dat dat de kunst is van een goede comedyserie.”, aldus een 60-jarige hogeropgeleide man. *Lowbrow* comedy scoort het minst bij de hogeropgeleide respondenten. De humor wordt door sommigen als te gemakkelijk ervaren, terwijl andere hogeropgeleiden zich er niet aan storen omdat gemakkelijke humor binnen het concept van *lowbrow* series past, waar ontspanning centraal staat. De herkenbaarheid en de oppervlakkige, stereotiepe personages zijn vaak storend voor de hooggeschoolde respondenten, die absurde humor en diepgaande personages prefereren. Het brave karakter van de humor is eveneens een nadeel voor de meeste hogeropgeleide respondenten: zij hebben liever gedurfde humor. De hoge voorspelbaarheid en het terugkerend patroon in de verhaallijnen wordt door sommigen als te eenvoudig ervaren, terwijl dit volgens anderen past bij *lowbrow* comedy, gericht op pure ontspanning. Hierbij kan de vraag gesteld worden wat de eerste van de laatste groep onderscheidt: uit de analyse blijkt dit noch leeftijd, noch geslacht te zijn. Verder onderzoek kan hier mogelijk uitsluitsel geven.

Wat betreft comedyseries hebben de lager- en hogeropgeleide respondenten (vrij) duidelijk een andere voorkeur. De moeilijkheidsgraad van de humor is voor de laaggeschoolden liefst relatief laag, terwijl de hogeropgeleiden dit te gemakkelijk vinden en moeilijkere humor appreciëren. De oudere lageropgeleiden verkiezen herkenbare humor, terwijl absurde humor de jongere lageropgeleiden en alle hogeropgeleide personen meer aanspreekt. Zowel brave als gedurfde humor wordt door de lageropgeleiden gewaardeerd, de hogeropgeleiden hebben het liever gedurfd. Voorspelbaarheid is een nadeel voor de hogeropgeleide respondenten. Voor de lageropgeleiden is dit niet storend, al hebben zij ook graag verrassende elementen. De hogeropgeleide respondenten vinden gelaagde humor en maatschappijkritische elementen essentieel voor een goede comedyserie. De lageropgeleiden hechten hier niet veel belang aan en merken het vaak niet eens op. Personages van comedyseries zijn voor de lageropgeleiden het best oppervlakkig, voorspelbaar en stereotiep en voor de hogeropgeleiden subtiel, complex en diepgaand.

Tabel 3. Voorkeur van lager- en hogeropgeleiden: elementen van een comedyserie

Lageropgeleiden	Hogeropgeleiden
Gemakkelijk	Moeilijk
Absurd (jongeren) Herkenbaar (ouderen)	Mix van absurd & herkenbaar
Braaf & gedurfd	Gedurfd
Voorspelbaar & verrassend	Verrassend
Gelaagdheid niet essentieel	Gelaagdheid essentieel
Oppervlakkige, stereotiepe personages	Subtiele, diepgaandere personages

De bovenstaande conclusie en tabel zijn een vereenvoudiging van de werkelijkheid die complexer is door vele uitzonderingen op de regel. Deze resultaten dienen daarnaast ook met enige omzichtigheid gelezen te worden: de analyse is immers op slechts twintig diepte-interviews gebaseerd, waardoor het onmogelijk is veralgemeningen te maken.

De evolutie, beschreven door Costera Meijer (2008) en Peterson en Kern (1996), blijkt in dit onderzoek aanwezig te zijn. De hogeropgeleiden zijn omnivoor (geworden). Op één uitzondering na, een 60-jarige man, kijken alle hogeropgeleide respondenten naar de prototypische *lowbrow* comedyserie *FC De Kampioenen*, zij het met een ander doel dan wanneer ze naar *middle-* of *highbrow* series kijken: puur als ontspanning. Hun voorkeur blijft echter wel beperkt tot *middle-* en *highbrow* comedyseries. Dat de hogeropgeleide respondenten *lowbrow* comedy voor een ander doel consumeren en het de minst geliefde vorm van humor is, betekent dat ze zich nog steeds snobistisch gedragen en enigszins, al is dit niet noodzakelijk bewust, neerkijken op *lowbrow* comedy. Men dient bijgevolg voorzichtig te zijn wanneer gesproken wordt over de evolutie van snob tot omnivoor bij hogeropgeleiden: het is niet omdat men zowel *low-* als *highbrow* comedy consumeert, dat men er evenveel waarde aan hecht of er niet langer op neerkijkt. Er is dus nog steeds sprake van een smaakhiërarchie, zoals Kuipers (2006) die in Nederland waargenomen heeft. *Highbrow* cultuur staat in Vlaanderen eveneens voor een ‘hogere’, minder toegankelijke smaak: om de humor volledig te begrijpen is er nood aan kennis, een *habitus* waarover slechts een gedeelte van de bevolking beschikt. Daarnaast kan *highbrow* smaak als enigszins exclusief beschouwd worden aangezien hogeropgeleiden minder waarde hechten aan de, louter ontspannende, *lowbrow* comedy. Toch moet duidelijk gemaakt worden dat de exclusiviteit in dit onderzoek minder sterk aanwezig is dan bij Kuipers (2006): hier keuren hogeropgeleiden *lowbrow* comedy niet zomaar af. Daarnaast menen de lageropgeleide respondenten, in tegenstelling tot

bij Kuipers (2006), dat ze de macht wel hebben om zich uit te spreken over *highbrow* comedy: zij drukken hun mening vaak explicieter uit dan de hogeropgeleide respondenten.

Naast de verschillende voorkeuren van de lager- en hogeropgeleide respondenten is het van belang te onderzoeken in hoeverre hun lezing van eenzelfde comedyserie verschilt. Uit het *encoding/decoding* model van Stuart Hall (1980) blijkt immers dat een lezing gestructureerd wordt door een complex proces waarbij de sociale positie van personen, deels gebaseerd op opleidingsniveau, de kennis van culturele codes bepaalt (Morley, 1992). De kennis van deze codes is nodig om een tekst, hier een comedyserie, op de juiste manier te lezen en te waarderen (Kuipers, 2006). De term 'lezing' is meerduidelijk en kan op verschillende manieren geïnterpreteerd worden. Hier wordt het 'lezen' van een comedyserie opgevat als een evaluatie. In dit deel wordt dan ook nagegaan of hoger- en lageropgeleiden eenzelfde comedyserie op een andere manier evalueren. Om dit te onderzoeken, is aan de respondenten gevraagd of ze een *low-*, *middle-* of *highbrow* serie als moeilijk/gemakkelijk, absurd/herkenbaar, gedurfd/braaf, verrassend/voorspelbaar en gelaagd zouden omschrijven.

Uit de analyse blijkt dat hoger- en lageropgeleiden eenzelfde comedyserie werkelijk vaak op een verschillende manier evalueren. Bourdieu (1979) stelde reeds dat dit onder andere toegeschreven kan worden aan een verschil in opleidingsniveau (geïncorporeerd cultureel kapitaal). Personen die een hogere opleiding achter de rug hebben, beschikken over meer kennis en cultureel kapitaal en zijn zo in staat om comedyseries te evalueren op de manier die de makers voor ogen hadden. Personen met een lager opleidingskapitaal hebben minder kennis en cultureel kapitaal en zullen een, voornamelijk *highbrow*, comedyserie niet op eenzelfde manier evalueren als hogeropgeleiden. Hierbij komt dat het essentieel is voor *highbrow* comedyseries als *Monty Python* dat er een botsing ontstaat tussen elite of *highbrow* cultuur en massa- of *lowbrow* cultuur (Wagg, 1992). Dit zorgt voor een discrepantie in de evaluatie bij mensen met verschillende opleidingsniveaus. De lageropgeleide personen, met weinig kennis van *highbrow* cultuur, zullen alleen de bespotting van populaire televisie in *Monty Python* vatten en kunnen appreciëren. Hogeropgeleide personen met meer kennis zullen naast de bespotting eveneens referenties naar *highbrow* cultuur begrijpen en het programma op een meer volledige manier appreciëren (Wagg, 1992). Volgens Kuipers (2006) is er daarnaast nood aan een specifieke *habitus* om te genieten van *highbrow* comedy. De ambivalentie en snelheid van de humor maken het vaak moeilijk om *highbrow* comedy op een juiste manier te decoderen. *Highbrow* humor wordt daarnaast meestal niet als humoristisch

gekaderd, waardoor mensen niet zeker zijn dat de getoonde absurditeit grappig is, mede omdat de humor gebaseerd is op het onaangename. Daarenboven is een specifieke houding nodig waarbij men afstand moet nemen om de humor te leren appreciëren. Op het eerste gezicht is de humor onaangenaam: pas wanneer men de juiste kennis bezit, kan men het waarderen (Kuipers, 2006).

Het is dan ook niet verwonderlijk dat de discrepantie in evaluatie van comedyseries bij de lager- en hogeropgeleide respondenten het meest frappant tot uiting komt bij *highbrow* comedy. Zo beschouwen de meeste lageropgeleiden de humor van de *highbrow* comedyserie *Neveneffecten* als eenvoudig, terwijl de meerderheid van de hogeropgeleiden de serie als moeilijk beschrijven. Dit is merkwaardig omdat men zou verwachten dat lageropgeleiden de humor als moeilijk zouden beschrijven, omdat deze minder gemakkelijk te vatten is. Een mogelijke verklaring voor het feit dat lageropgeleiden *highbrow* humor als eenvoudig omschrijven, is dat de visuele en duidelijke grappen de elementen zijn die de lageropgeleiden het meest bijblijven. In de interviews wordt voornamelijk gesproken over deze visuele, opvallende grappen. De subtiele, moeilijkere verwijzingen en maatschappijkritische onderlagen worden niet opgemerkt en ook niet besproken door de lageropgeleide respondenten. Vanuit hun gebrek aan kennis om maatschappijkritische en andere subtiele verwijzingen te herkennen, evalueren zij *Neveneffecten* op een andere, oppervlakkige manier. Hier kan verwezen worden naar Kuipers (2006): pas wanneer men de juiste kennis bezit, kan men alle aspecten van *highbrow* humor begrijpen en waarderen. Bij de hogeropgeleide respondenten is er eveneens een onderscheid: zo noemen enkele personen *Neveneffecten* gemakkelijker dan *middlebrow* humor, omwille van de visuele elementen. De respondenten die de serie als moeilijk omschrijven, wijten dit aan de woordenschat, zinsbouw, subtiele verwijzingen naar de maatschappij, etcetera. Deze laatste groep zou dan ook de enige zijn die over de 'juiste' *habitus* beschikt om *Neveneffecten* en andere *highbrow* comedy ten volle te appreciëren. Naast opleidingsniveau zijn er bijgevolg nog andere variabelen die een invloed hebben op iemands *habitus* (Parkin in Morley & Brunsdon, 1999; Van Rees en Van Eijck, 2003; Skeggs, Thumim & Wood, 2008), maar deze dienen in verder onderzoek behandeld te worden. De verschillende evaluatie van de moeilijkheid van *highbrow* comedy is dus potentieel vernieuwend materiaal.

Wanneer gepeild wordt naar het voorspelbaarheidgehalte van de *highbrow* comedyserie *Neveneffecten*, komt er eveneens een verschillende evaluatie van hoger- en lageropgeleide respondenten aan de oppervlakte. Voor de meeste lageropgeleiden is *highbrow* humor

voorspelbaar, anderen twijfelen, maar kiezen toch voor verrassend. Hier wordt wederom gefocust op eenvoudige humoristische elementen zoals de vrij stereotiepe personages en de duidelijke visuele grappen. De hogeropgeleiden beschrijven de humor van *Neveneffecten* als een mix van verrassend en voorspelbaar, waarbij ze zowel over de stereotiepe personages en de visuele grappen als over het originele concept en de ‘doordenkers’ spreken.

Daarnaast wordt duidelijk dat de lager- en hogeropgeleide respondenten een andere invulling van het begrip ‘gedurfd’ hanteren. Voor lageropgeleiden bestaat gedurfd humor uit seksuele elementen, zoals naakte personen, porno, Bij hogeropgeleiden wordt gedurfd opgevat als het behandelen van *hot items*, het beledigen van maatschappelijke groepen, enzovoort. Dit verklaart waarom de *middlebrow* comedyserie *Het Eiland* door hogeropgeleiden als vrij gedurfd aanzien wordt en door lageropgeleiden als braaf. Bij *highbrow* humor is dit eveneens aanwezig: hogeropgeleiden vinden het gedurfd omwille van de *hot items*, lageropgeleiden vinden het ofwel braaf, ofwel gedurfd omwille van het tonen van pornoboekjes.

Een ander onderscheid in evaluatie is te vinden bij de gelaagdheid van de humor, bij maatschappijkritische elementen. Allereerst is hier opnieuw sprake van een andere invulling van het begrip ‘meerdere lagen’: voor lageropgeleiden gaat het om de vrij duidelijke moraal die uit het verhaal geleerd kan worden. Hogeropgeleiden associëren gelaagdheid eerder met, al dan niet impliciete, verwijzingen naar maatschappelijke problemen. Daarnaast blijken de lageropgeleiden de aanwezigheid van meerdere lagen in een comedyserie vaak niet op te merken. Zo bevat de *middlebrow* comedyserie *Het Eiland* volgens de meeste lageropgeleide respondenten geen maatschappijkritiek of meerdere lagen. Op de vraag of *Het Eiland* maatschappijkritiek bevat, antwoordt een 49-jarige lageropgeleide vrouw dan ook: “Ik denk het niet... komt dat veel voor dat er in komische series een boodschap zit?”. De hogeropgeleiden verwijzen echter allemaal expliciet naar de aanwezigheid van meerdere lagen en maatschappijkritiek in *Het Eiland* en zetten hierbij uitgebreid hun eigen visie uiteen.

“Daar bestaan volgens mij verschillende lagen: er waren maatschappijkritische punten, er waren relatiekritische punten, daar waren voornamelijk, denk ik, menselijke verhoudingen maar dan niet alleen op het kantoor geprojecteerd, ook op de maatschappij, op verhoudingen binnen huwelijk, buiten huwelijk enzovoort.” (60-jarige hogeropgeleide man over de gelaagdheid van *Het Eiland*)

Bij *highbrow* comedyseries worden de meerdere lagen evenmin opgemerkt door het merendeel van de lageropgeleide respondenten.

49-jarige lageropgeleide man over de gelaagdheid van *Neveneffecten*: “Nee, niks! Volgens mij zit daar geen boodschap in, dat is een lege zak.”

22-jarige lageropgeleide vrouw over maatschappijkritiek in *Neveneffecten*: “Nee, eigenlijk niet echt. Omdat het vooral zo dom is. Je ziet wel verschillende types, maar het verhaal is zo dom dat er toch geen boodschap achter zit.”

De hogeropgeleiden merken deze lagen wel op en geven hier wederom vaak uitgebreide hypothesen met betrekking tot die maatschappijkritische onderlagen. Opvallend is dat enkele hogeropgeleide respondenten zelf aanhalen dat verschillende personen comedyseries op een andere manier evalueren.

“Als je erover nadenkt, denk ik wel dat je kan zeggen dat er een kritiek inzit en dat ze bepaalde thema’s aanhalen, maar, ik vraag me af, de gemiddelde kijker, heeft die dat door?” (25-jarige hogeropgeleide vrouw over maatschappijkritiek)

“Ik denk dat sommige mensen best wel kunnen denken van ‘is dit nu grappig?’, ‘er is toch geen mop gemaakt’ [...] Ik denk dat de verschillende lagen van de bevolking met andere dingen lachen.” (30-jarige hogeropgeleide vrouw over *middlebrow* humor)

“Ik denk dat het wel moeilijker is, ik denk dat veel mensen dat superslecht vinden omdat ze dat gewoon niet snappen.” (20-jarige hogeropgeleide vrouw over *highbrow* humor)

Ze proberen dan zelf ook de reden voor deze verschillende evaluaties te formuleren.

“En dat die mensen [lageropgeleiden] misschien wel met iets anders lachen dan iemand die slimmer is. Als ik dat zie in mijn klas bijvoorbeeld [geeft les in een middelbare school voor TSO & BSO] dan laat ik een aflevering van *Friends* zien en de dingen waar ik mee lach, daar lachen die niet mee. Maar van het moment dat een personage een taart op de grond laat vallen, elk jaar in elke klas ligt die klas plat van het lachen, terwijl ik iets heb van ‘pff, die laat een taart vallen’.” (30-jarige hogeropgeleide vrouw)

“Ik denk dat de humor bij *Neveneffecten* wat te gelaagd is om echt te gieren. [...] Dat is misschien ook wel de reden waarom sommige mensen dat niet begrijpen.” (20-jarige hogeropgeleide vrouw)

De gelaagdheid van humor blijkt volgens hen belangrijk te zijn voor de verschillende evaluatie van eenzelfde comedyserie. Dit koppelen ook zij aan opleidingsniveau: hogeropgeleiden hebben meer kennis van bepaalde culturele codes waardoor ze *highbrow* comedy op een meer complete, diepgaande manier evalueren dan lageropgeleiden. Dit lijkt bij de respondentengroep van dit onderzoek het geval te zijn.

3. Conclusie/Discussie

In deze masterproef is getracht de bestaande hiaten in het wetenschappelijk onderzoek naar de receptie van Vlaamse comedyseries gedeeltelijk in te vullen. Er is onderzocht in hoeverre de receptie van *high-* en *lowbrow* comedyseries samenhangt met het opleidingsniveau van televisiekijkers in Vlaanderen. De uitkomsten zijn belangwekkend, zowel voor de academische wereld als voor Vlaamse zenders en productiehuisen. Aan de hand van dit en verder gelijkaardig onderzoek kunnen zij zich een idee vormen van de voorkeuren van het publiek en wat voor de kijkers de belangrijkste elementen zijn in een comedyserie.

Eerst is het bredere smaakpatroon van de respondenten bekeken. Hierbij blijken de laaggeschoolden ontspannende en duidelijke media op te zoeken, zowel wat betreft televisiezenders, kranten als tijdschriften. Hogeropgeleiden verkiezen duiding en achtergrondinformatie in diepgaande en gelaagde media. Op basis van de bredere smaak wordt dieper ingegaan op de kennis, voorkeur en evaluatie van comedyseries. Allereerst is het van belang te weten in hoeverre hoger- en lageropgeleiden de comedyseries kennen, aangezien vertrouwdheid een belangrijk element is bij de appreciatie en voorkeur van een serie. Zoals Bourdieu (1979; 1992) stelde hangt economisch kapitaal samen met cultureel kapitaal. Opleidingsniveau bepaalt mede het cultureel kapitaal en, daaruit volgend, de mogelijkheid tot kennis, begrip en appreciatie van *low-* of *highbrow* comedy. In dit onderzoek blijkt dat laaggeschoolden veel *lowbrow* comedyseries kennen, maar dat hun kennis van *middle-* en *highbrow* series varieert van beperkt tot niet-bestaande. Hogeropgeleiden kennen, wat *lowbrow* comedy betreft, alleen de prototypische serie. *Middlebrow* comedyseries zijn bij alle hooggeschoolden gekend en de kennis is vaak diepgaand en volledig. De meeste hogeropgeleiden kennen meerdere Vlaamse *highbrow* comedyseries en ook Britse comedy.

De kern van deze masterproef is de voorkeur van lager- en hogeropgeleiden voor *low-* of *highbrow* comedy. Hier zijn vrij duidelijke verschillen aanwezig. Lageropgeleiden prefereren *low-* en *middlebrow* comedyseries omwille van de eenvoudige humor, het herkenbare karakter en de stereotiepe personages. Voor hen is het niet van belang of er meerdere lagen aanwezig zijn, zolang het ontspannend is. De voorkeur van de hooggeschoolden gaat uit naar *middle-* en *highbrow* comedyseries. De moeilijke, subtiele humor wordt geprezen, alsook de absurde, gedurfde en verrassende aard. De hogeropgeleiden prefereren diepgaande, subtiele personages en voor hen is gelaagdheid essentieel: een comedyserie is pas geslaagd wanneer die maatschappijkritiek bevat. De voorkeur voor comedyseries lijkt dus te passen binnen het

brede smaakpatroon van de respondenten. Daarnaast blijkt dat hogeropgeleiden omnivoor zijn in zoverre ze *low-* én *highbrow* comedy consumeren, maar dat ze zich nog snobistisch gedragen wanneer het gaat om hun voorkeur en de waarde die ze aan *low-* en *highbrow* comedy hechten. Er is dus nog steeds enigszins sprake van een smaakhiërarchie.

Ten slotte is nagegaan of de hoger- en lageropgeleiden eenzelfde comedyserie op een andere manier ‘lezen’ of evalueren. De verschillende evaluaties van eenzelfde tekst werden in dit onderzoek duidelijk, voornamelijk bij *highbrow* comedy. Hier blijken de lager- en hogergeschoolden andere ideeën te hebben wat betreft de moeilijkheidsgraad, het gedurfde karakter en de gelaagdheid. Interessant is dat de hogeropgeleiden *highbrow* humor moeilijk noemen, terwijl de lageropgeleiden deze als gemakkelijk omschrijven. Deze onverwachte discrepantie kan verklaard worden doordat de lageropgeleiden voornamelijk de visuele, duidelijke humor opmerken, terwijl de hogeropgeleiden ook de subtiele, gelaagde humor waarnemen. De gedurfde aard van *highbrow* comedy wordt eveneens anders ingeschat. Een verschillende invulling van het begrip ligt hier aan de basis: voor de laaggeschoolden is porno en naaktheid gedurfd, voor de hogeropgeleiden *hot items* en maatschappijkritiek. Het verschil in evaluatie was het meest opvallend bij de gelaagdheid van *highbrow* comedy: de meerdere lagen worden door de lageropgeleiden niet opgemerkt, terwijl de hogeropgeleiden ze niet alleen zien, maar ze ook vaak uitgebreide hypothesen geven over de mogelijke maatschappijkritiek die voor hen cruciaal is bij een goede comedyserie.

Deze bevindingen vullen een lacune in wetenschappelijk onderzoek voor een gedeelte in: deze masterproef is een eerste stap naar een analyse van Vlaamse comedyseries en een volledig begrip van de samenhang tussen de receptie van televisieprogramma's, meerbepaald comedyseries, en opleidingsniveau en andere variabelen in Vlaanderen. Met behulp van kwalitatieve diepte-interviews is inzicht verkregen in de motieven achter de voorkeur voor *low-* of *highbrow* comedy. De geringe tijd en middelen bij een masterproef brengen echter enkele beperkingen met zich mee. Zo is de respondentengroep vrij klein en situeert deze zich volledig in de provincie Antwerpen. Voor verder onderzoek is het dan ook aangeraden een grotere en meer gevarieerde groep personen te ondervragen, verspreid over gans Vlaanderen. Een andere suggestie voor nader onderzoek is het gebruik van andere prototypische comedyseries, waarbij getest kan worden of ook bij deze series dezelfde resultaten gevonden worden. Ten slotte is het interessant om na te gaan in hoeverre leeftijd, geslacht, etcetera een samenhang vertonen met voorkeur voor *high-* of *lowbrow* comedy of smaak in het algemeen.

Bibliografie

- Bourdieu, P. (1979). *La distinction: critique sociale du jugement*. Editions de minuit: Paris.
- Bourdieu, P. (1992). *Opstellen over smaak, habitus en veldbegrip*. Van Genneep: Amsterdam.
- CIM. (2008). *Bereikstudies Pers en Bioscoop 07-08, Methodologie*. Brussel: CIM [elektronische versie]. Gelezen op http://www.cim.be/agora/audience/trpc_14/00-Methodologie_NL.pdf.
- Costera Meijer, I. (2008). *Quality taste or tasting quality? A television audience in transition* (work in progress). Amsterdam: VU University Amsterdam.
- Dhoest, A. (2006). From theatre play to reality comedy: a history of fictional comedy genres in Flemish television. *New Review of Film and Television Studies*, 4(2), 147-166.
- Feuer, J. (2001). Situation comedy, part 2. In Creeber, G., Miller, T., & Tulloch, J. (eds.). *The Television Genre Book* (pp. 67-70). London: British Film Institute.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. & Willis, P. (eds.). *Culture, media, language: working papers in cultural studies* (pp. 128-138). Manchester: Hutchinson/CCCS.
- Hartley, J. (2001). Situation comedy, part 1. In Creeber, G., Miller, T., & Tulloch, J. (eds.). *The Television Genre Book* (pp. 65-67). London: British Film Institute.
- Holt, D. B. (1998). Does cultural capital structure American consumption? *The Journal of consumer research*. 25(1), 1-25.
- Kuipers, G. (2001). *Goede humor, slechte smaak: Nederlanders over moppen*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Kuipers, G. (2006). Television and taste hierarchy: the case of Dutch television comedy. *Media, Culture & Society*. 28(3), 359-378.
- Lawler, S. (2005). Introduction: Class, culture and identity. *Sociology*. 39(5), 797-806.
- Mills, B. (2001). Studying comedy. In Creeber, G., Miller, T., & Tulloch, J. (eds.). *The Television Genre Book* (pp. 61-62). London: British Film Institute.
- Morley, D. (1991). Changing paradigms in audience studies. In Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G., & Warth, E. (eds.). *Remote control: Television, audiences and cultural power* (pp. 16-44). London: Routledge.
- Morley, D. (1992). *Television audiences and cultural studies*. London: Routledge.
- Morley, D., & Brunson, C. (1999). *The Nationwide television studies*. London: Routledge.
- Peterson, R.A. & Kern, R.M. (1996). Changing highbrow taste: from snob to omnivore. *American Sociological Review*. 61(5), 900-907.

- Skeggs, B., Thumim, N., & Wood, H. (2008). Oh goodness, I am watching reality TV: How methods make class in audience research. *European Journal of Cultural Studies*. 11(5), 5-24.
- VRT. (2007). *Jaarverslag 2007*. Brussel: VRT [elektronische versie]. Gelezen op <http://www.vrt.be/extra/JV07.pdf>.
- Wagg, S. (1992). You've never had it so silly. The politics of British satirical comedy from Beyond the Fringe to Spitting Image. In Strinati, D. & Wagg, S. (Eds.). *Come on down? Popular media culture in post-war Britain* (pp. 254-284). London: Routledge.

Bijlage: Topic List

- Algemene demografische gegevens (leeftijd, beroep/studie, hoogst behaalde diploma)
- Kijkt u naar (Vlaamse) comedyseries op televisie?
 - Welke series?
 - Waarom?
 - Wat is goed/slecht?
 - Acteurs (wie is de slechtste/beste (lievelingsacteur))
 - Leukste fragment/slechtste fragment
 - complexe verhaallijn <-> eenvoudige verhaallijn
 - ...
 - Hoe zou je de humor omschrijven?
 - moeilijk <-> gemakkelijk
 - voorspelbaar <-> verrassend, vernieuwend
 - absurd<-> herkenbaar
 - gedurfd <-> braaf
 - meerdere lagen?
 - Kijken naar vergelijkbare series?
 - Welke?
 - Waarom wel/niet?
 - Wat is goed/slecht?
- Specifieke vragen over de gebruikte prototypische comedyseries (*FC De Kampioenen*, *Het Eiland*, *Neveneffecten*)
 - Al van gehoord?
 - Zo niet, vergelijkbare programma's noemen & eventueel fragment tonen
 - Gekeken? (vaak?)
 - Waarom wel/niet?
 - Goed bevonden? Wat goed/slecht? Verhaallijn / acteurs...
 - Hoe zou je de humor beschrijven?
 - moeilijk <-> gemakkelijk

- voorspelbaar <-> verrassend, vernieuwend
 - absurd <-> herkenbaar
 - gedurfd <-> braaf
 - meerdere lagen?
- Vragen *FC De Kampioenen, Het Eiland, Neveneffecten* in een top 3 te plaatsen - Waarom de gekozen volgorde?
 - Vragen naar verdere consumptiepatroon:
 - Welke zender bekijk je het vaakst? - Waarom?
 - Welk soort programma's, genres bekijk je het meest/liefst? - Waarom?
 - Welke kranten lees je? – Waarom?
 - Welke tijdschriften lees je? – Waarom?
 - Welke radiozender beluister je (het meest)? – Waarom?
 - Wat zijn je hobby's?
 - Ga je naar theater, ballet, opera, film (welke soort films), ... ?