

UNIVERSITEIT GENT

FACULTEIT POLITIEKE EN SOCIALE WETENSCHAPPEN

**‘Have You Been Bitten Yet?’ Een publieksonderzoek bij jongeren
naar cultkenmerken, toegepast op de serie *True Blood* van HBO.**

Wetenschappelijke verhandeling

aantal woorden: 24563

JULIE VANLERBERGHE

MASTERPROEF COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

afstudeerrichting FILM- EN TELEVISIESTUDIES

PROMOTOR: PROF. DR. DANIËL BILTEREYST

COMMISSARIS: FREDERIK DHAENENS

COMMISSARIS: SANDER DE RIDDER

ACADEMIEJAAR 2011 - 2012

Abstract

Cultproducties en hun publiek zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Het is bijna onmogelijk om een studie te maken over een cultproductie zonder de consumptie erbij te betrekken. Het publiek speelt namelijk een heel grote rol in het tot stand komen van een cultproductie. Het is onze opzet om beide factoren te verkennen. Voor dit onderzoeksrapport selecteren we de hedendaagse cultproductie *True Blood* die we toetsen aan de definitie van Ernest Mathijs en Xavier Mendik over cultkenmerken. We starten onze studie met een overzicht van de bestaande literatuur rond ons onderzoeksthema 'culttelevisie'. Vervolgens gaan we over tot de situering van ons onderzoeksobject, de Amerikaanse serie *True Blood* van regisseur Alan Ball en bestuderen we of de reeks als cult kan worden beschouwd conform de proposities van Mathijs en Mendik. We concluderen dat de reeks daadwerkelijk als een cultproductie kan beschouwd worden. Voor het tweede deel van deze onderzoeksopzet namen we een online survey af bij 347 jongeren uit de derde graad van het middelbaar onderwijs. We analyseerden de antwoorden aangaande kijkpatroon, plaats van series in de beeldcultuur van jongeren, kennis van series en de cultkenmerken voor wat betreft geslacht, studierichting en kijkgedrag. Dergelijk onderzoek werd nog niet verricht, waardoor het een hiaat betreft in het academisch veld. Aan de hand van statistische analyses tonen we aan dat de jongeren die de cultkenmerken waarderen, bereid zijn om naar *True Blood* te kijken of de reeks een hoge score geven. Zo wijzen we aan dat deze jongeren *True Blood* onrechtstreeks als een cultserie beschouwen.

Dankwoord

Ik dank iedereen die me heeft aangemoedigd om door te gaan tot dit werk voltooid was. Eerst en vooral wil ik mijn dank betuigen aan Prof. Dr. Daniël Biltereyst, onder wiens leiding dit onderzoeksrapport tot stand is gekomen. In de tweede plaats wil ik alle respondenten bedanken. Zonder hen was er geen onderzoeksrapport waarvoor ik dit dankwoord schrijf. Ten slotte wil ik mijn ouders, zus en Wouter bedanken voor hun aanmoedigingen, interesse en steun in alles wat ik doe.

It's in the bag, it's done.



Inhoudstafel

Inleiding	6
DEEL 1. Literatuurstudie: theoretisch kader	8
1.1. Wat is cult?	8
1.1.1. Definities	8
1.1.2. Culttelevisie	9
1.2. Definitie volgens Mathijs en Mendik	14
1.3. Wat is fandom?	16
1.4. Het vampiergenre	17
1.5. True Blood	18
1.6. Samenvatting	19
DEEL 2. Empirisch onderzoek: methoden en resultaten	20
2.1. Methodologie	20
2.1.1. Inleiding	20
2.1.2. Methode	21
2.1.3. Onderzoeksubject	23
2.1.3.1. <i>Innovatie</i>	25
2.1.3.2. <i>Badness</i>	27
2.1.3.3. <i>Transgressie</i>	28
2.1.3.4. <i>Genrehybridisering</i>	28
2.1.3.5. <i>Intertekstualiteit</i>	29
2.1.3.6. <i>Loose ends</i>	31
2.1.3.7. <i>Nostalgie</i>	31
2.1.3.8. <i>Gore</i>	32
2.1.3.9. <i>Humor</i>	34
2.2. Surveyanalyse	35
2.2.1. Steekproefomschrijving	35
2.2.1.1. <i>Algemeen</i>	35
2.2.1.2. <i>Sociodemografische gegevens</i>	36
2.2.2. Algemene bevindingen	37
2.2.2.1. <i>Kijkpatroon</i>	37
2.2.2.2. <i>Plaats van series in de beeldcultuur van jongeren</i>	39
2.2.2.3. <i>Kennis van series</i>	46
2.2.3. True Blood en de cultkenmerken	47
2.2.3.1. <i>Inleiding</i>	47
2.2.3.2. <i>Algemeen</i>	51

2.2.3.3. <i>Geslacht</i>	51
2.2.3.4. <i>Studierichting</i>	52
2.2.3.5. <i>Kijkgedrag</i>	53
2.2.3.6. <i>Aantrekkingsfactoren</i>	54
2.2.3.7. <i>Genres</i>	55
2.2.3.8. <i>Cultkenmerken</i>	57
Discussie en conclusie	61
Bibliografie	64
Audiovisuele bronnen	67
Bijlagen	70

Inleiding

'Cult and mainstream, obscure and popular, esoteric and exoteric - the boundaries have blurred.'

David Lavery (2010, p. 2)

Bovenstaande quote van David Lavery dekt in zekere zin een groot deel van de lading van dit onderzoeksrapport. Daar waar de cultproductie vroeger – in een tijdperk van strikte censuurwetgeving – als een marginaal fenomeen beschouwd werd, winnen de nieuwe cultproducties steeds meer aan esthetisch belang. Zaken als lastige productieomstandigheden, technische tegenslagen en mislukkingen, legenden en mysteries waar de cast en crew in verwickeld zijn en een beperkte toegankelijkheid, zijn tegenwoordig geen *issue* meer, onder andere omwille van de technische vooruitgang (Mathijs & Mendik, 2010, p. 11). De eens zo sterk afgebakende grens tussen mainstream en cult wordt steeds vager.

In deze wetenschappelijke verhandeling willen we onderzoeken in welke mate een hedendaagse cultproductie nog voldoet aan de typische cultkenmerken. Daarnaast peilen we naar de mening van jongeren aangaande deze kenmerken en gaan we na of zij onrechtstreeks oordelen dat deze aanwezig zijn in een eigentijdse cultproductie. Als onderzoeksobject kiezen we de hedendaagse Amerikaanse serie *True Blood* van netwerkzender Home Box Office (HBO). We toetsen de reeks aan de acht cultkenmerken, vooropgesteld door Ernest Mathijs en Xavier Mendik en gaan na of *True Blood* als een cultproductie kan gezien worden. Het eerste luik van deze wetenschappelijke verhandeling bestaat uit een theoretisch kader waarbij we de fenomenen 'cult', 'culttelevisie' en 'fandom', gevolgd door een uiteenzetting van de cultkenmerken innovatie, *badness*, transgressie, genre, intertekstualiteit, *loose ends*, nostalgie en *gore* zullen bespreken. Vermits een groot aantal van de personages uit *True Blood* bestaat uit vampiers, nemen we in de literatuurstudie een korte geschiedenis op van het vampiergenre. Ondanks het feit dat *True Blood* een vrij recente productie is, zijn er toch al behoorlijk wat onderzoeken terug te vinden over deze serie. Deze halen we ook kort aan in de literatuurstudie.

Na een duidelijk beeld te hebben geschetst van de thematiek gaan we ons toeleggen op het publieksonderzoek. We opteren voor een online survey om leerlingen uit de derde graad van het middelbaar onderwijs te bevragen. De vragenlijst volgt een trechtermodel. We starten met algemene zaken, om concreet te eindigen (Soudijn, 2005, p. 44). We informeren naar het kijkpatroon van de respondenten, dat bestaat uit hoe vaak ze naar series kijken en via welk medium dit gebeurt. Ook de plaats van series in de beeldcultuur van jongeren levert interessante informatie op. Dit aspect bevat het koop- en huurgedrag, de genrevoorkeur, de manier van kijken naar series en de aantrekkingsfactoren. We peilen eveneens naar de voorkennis die de leerlingen hebben over *True Blood*. Ten slotte gaan we na of de respondenten die de cultkenmerken waarderen in een serie, bereid zijn om te kijken naar *True Blood* of de reeks een hoge score geven. Vermits we voor de aanvang van de enquête een korte

omschrijving geven van de reeks en de vier trailers van de vier seizoenen opnemen binnen de survey, kunnen ook de leerlingen zonder voorkennis een billijke score geven. Tijdens de analyse van de resultaten gaan we na of er significante verschillen zijn op basis van geslacht, studierichting of kijkgedrag.

Door de traditionele cultkenmerken te toetsen aan *True Blood* kunnen we de opbouw van hedendaagse cultproducties in kaart brengen en door jongeren uit de derde graad van het middelbaar onderwijs te bevragen, gaan we na wat de mening is van deze doelgroep wat betreft dit onderwerp.

DEEL 1. Literatuurstudie: theoretisch kader

In het eerste deel van deze wetenschappelijke verhandeling definiëren we het begrip ‘cult’ en staan we stil bij het fenomeen ‘culttelevisie’. Daarna omschrijven we de cultkenmerken volgens Mathijs en Mendik. Deze cultkenmerken komen eveneens aan bod in het tweede deel van dit onderzoeksrapport, het empirisch onderzoek. We definiëren het concept ‘*fandom*’ en situeren beknopt het vampiergenre. Ten slotte halen we kort de al bestaande onderzoeken aan met betrekking tot *True Blood*.

1.1. Wat is cult?

1.1.1. Definities

Vanuit onze interesse leidde de zoektocht naar een gepast onderwerp ons al gauw naar het cultgenre. Na een exhaustieve studie van de bestaande literatuur over het omvangrijke terrein van cultproducties, besloten we om het subject van dit onderzoeksrapport te reduceren tot het aspect van cultseries en daarbij een case study te maken van de serie *True Blood*, geregisseerd door Alan Ball.

In wat volgt, wordt een schets gemaakt van de globale discipline. De term ‘cult’ duidt op verschillende zaken. Het kan refereren naar een afkorting van het woord ‘cultuur’ of het kan staan voor een cultus waarbij dit in de antropologie attendeert op de praktisering van onder andere magie. ‘Cult’ verwijst verder naar de meer specifieke ‘cultfilm’. Vooral in dit aspect van de definitie zijn we geïnteresseerd in het kader van deze literatuurstudie. Het is opmerkelijk dat het gegeven ‘cultus’, ook wel de adoratie van een voorwerp, gelinkt kan worden aan een film en dat deze combinatie een cultfilm typeert. Nu we de verschillende definities tegenover elkaar geplaatst hebben en onze invalshoek afgebakend is, gaan we over op de consumptie van cultfilms.

Vaak hebben cultfilms een heel sterke achterban van fans die dwepen met de film in kwestie. In de literatuur wordt dit aangeduid met de term ‘*fandom*’. In de onderzoekswereld is het genre van de cultfilm door zijn zonderlinge kenmerken een aantrekkelijk onderzoeksgegeven. De eigenschappen wijken sterk af van andere – mainstream – genres. Om te beginnen speelt het publiek een hoofdrol in het tot stand komen van een cultfilm. Doordat het publiek van cultfilms zich sterk afzet tegen de gemiddelde toeschouwer, creëren ze een bepaalde betekenis rond zichzelf, maar nog sterker rond de films die hun voorkeur wegdragen.

Een film kan tot cultfilm gedoopt worden omwille van verschillende redenen, gaande van te absurd tot ronduit slecht op bijvoorbeeld het vlak van montage (Jancovich, 2003, p. 2). Bovendien is een controversieel karakter typerend voor de cultfilm. De publieke controverse die onlosmakelijk verbonden is met de cultfilm, gaat uit van het mainstreampubliek dat de belichaming is geworden van trefwoorden als preutsheid, elitarisme en conformiteit (Paszyk, 2009, p. 1). Over de bewonderaars

van de cultfilm is het passender om te spreken in termen van publieke appreciatie of – sterker nog – van publieke adoratie aangezien cultfilms vaak leiden tot de obsessieve subcultuur die *'fandom'* genoemd wordt, waarover later meer.

1.1.2. Culttelevisie

Wanneer we onderzoek doen naar culttelevisie kunnen we niet om *The Cult TV Book* heen. Roberta Pearson (2010, p. 7) stelt dat de term 'cult' door de media en in de academische literatuur gebruikt wordt om elk televisieprogramma aan te duiden dat anders of scherp is, dat een nichepubliek aantrekt, dat een nostalgische aantrekkingskracht heeft of dat als een symbool wordt beschouwd van een bepaalde subcultuur.

Het veld van de filmstudie hanteert de term 'cult' wanneer er verwezen wordt naar gemarginaliseerde films die als waardeloos of onaangenaam worden gepercipieerd op vlak van geweld of seksualiteit, die niet eenvoudig te bezichtigen waren en die gekoesterd werden door een harde kern van enthousiastelingen. Pearson en Sara Gwenllian-Jones (2010, p. 8) plaatsen cultfilm tegenover culttelevisie. Eerder in dit onderzoek gaven we al het belang van het publiek in casu cultfilms aan. Pearson en Gwenllian-Jones menen dat het gemeenschappelijke kenmerk tussen cultfilms en culttelevisie niet de tekstuele, inhoudelijke eigenschappen zijn, maar wel de aard van het publiek. Zowel cultfilms als culttelevisie hebben een aantrekkingskracht op de mate van interesse en betrokkenheid bij een specifieke groep van kijkers. Dit wordt beschouwd als het directe gevolg van een combinatie van intens fysiek en emotioneel engagement en niet van een willekeurige zoektocht naar entertainment.

Culttelevisie wordt bovendien bepaald door de wijze waarop het gepositioneerd wordt ten aanzien van mainstreamtelevisie. *'Authorship signatures'* worden gehanteerd binnen de marketingstrategie van een bepaalde productie en beschikken over een zeker effect tijdens de receptie van de tekst. Deze opvatting van Sergio Angelini en Miles Booy (2010, p. 27) wordt gekaderd binnen de industriële context van cultproducties en is ongetwijfeld van toepassing op HBO. Het productiehuis hielp bouwen aan het concept dat op vandaag 'culttelevisie' wordt genoemd met programma's als *The Sopranos* (1999-2007), *Deadwood* (2004-2006) en *The Wire* (2002-2008) als ideale voorbeelden. Aangezien HBO programma's distribueert onder de vorm van betaaltelevisie, is de inhoud amper onderhevig aan censuur. De *content* wordt aangewend voor een exclusief en volwassen kijkpubliek en heeft aandacht voor verschillende subculturen. De slogan *"It's not TV. It's HBO"* maakt het duidelijk: HBO positioneert zich aan de andere kant van het spectrum dan mainstreamtelevisie. Later in dit onderzoeksrapport volgt een meer algemene uiteenzetting van de werkwijze van HBO.

Volgens Rhonda V. Wilcox (2010, p. 31) verschillen bepaalde esthetische componenten van culttelevisie van deze van de cultfilm. Ze stelt dat een analyse van geluid en muziek al te vaak

verzuimd wordt in het veld van de televisiestudies. De intro, met bijhorende *theme song*, is in het bijzonder van groot belang bij culttelevisie aangezien het als visitekaartje beschouwd kan worden en het de kijker introduceert in de wereld uit de reeks. Umberto Eco (1987, p. 198) meent dat een cultproductie een wereld moet aanbieden aan de kijker die afdoende aangekleed is, waardoor de cultervaring versterkt wordt. Door geluid en muziek op verschillende manieren te combineren is het mogelijk om het vervreemdend effect te creëren dat eigen is aan cultproducties. De afwisseling tussen zachte muziek en gesproken tekst bij *Star Trek* (1966-1969), de statige, heldere klanken van *Twin Peaks* (1990-1991) die het niveau van emotie stipuleren, maar toch een zonderlinge weerslag hebben, de contrapunctuele ritmes van *Doctor Who* (1963-1989) en het ontraceerbare gefluit uit *The X-Files* (1993-2002) zijn slechts enkele voorbeelden die de stelling van Wilcox kracht bijzetten. Al deze *theme songs* zorgen ervoor dat het publiek van bij de aanvang als het ware in de wereld van de cultserie gezogen wordt. Ook de *theme song* van *True Blood – Bad Things* van Jace Everett – creëert een dergelijk effect. Er is geen sprake van een disjunctie tussen beeld en klank, zoals bij bijvoorbeeld *Twin Peaks*, maar door het gebruik van archiefbeelden en extreme close-ups van beelden die de doorsnee kijker als onaangenaam ervaart, wordt er een bepaalde sfeer geschapen die een alternatieve wereld oproept. Er is ook sprake van een esthetisering van het lelijke door het cameragebruik.

Dat brengt ons naadloos bij het tweede kenmerk: het markante, visuele aspect dat de verdienste is van de *director of photography*, het *art department*, setdressing of kostuum en make-up (Wilcox, 2010, p. 34). Gebruik van kleurenfilters om een scène kracht bij te zetten, chiaroscuro belichting of het aanwenden van eigenaardige camerastandpunten druisen in tegen de criteria van standaardtelevisie. Dergelijke technieken worden frequent gebruikt in *True Blood*.

Wat betreft de linguïstiek zijn er slechts enkele cultseries die zich gaan onderscheiden op dit niveau, met het typische vocabularium van *Star Trek* als het beste voorbeeld (Wilcox, 2010, p. 36). Dit aspect is slechts tot op een zeker niveau van toepassing op *True Blood*. Er worden louter enkele woorden gehypt door de aanhangers van de serie, waarvan *v-juice* en *fangbanger* er de bekendste van zijn.

Pearson en Gwenllian-Jones (2004b: xi-xii) beschouwen narratieve serialiteit eveneens als een kenmerk van cultseries. Vermits dergelijke series een trouwe en aandachtige fanbasis genieten, kunnen de schrijvers het zich veroorloven om te kiezen voor serialiteit en complexe narratieven. Dit geldt eveneens voor *True Blood*. Mainstreamseries die te kampen hebben met dalende kijkcijfers worden soms onder druk gezet om de complexiteit van de verhaallijnen af te zwakken en eerder episodisch te worden in plaats van serieel. Op deze manier worden nieuwe kijkers sneller betrokken in de reeks.

Verder typerend voor de cultseries is de aandacht die besteed wordt aan symbolisme (Wilcox, 2010, p. 37). Verschillende sociale betekenissen worden onrechtstreeks duidelijk gemaakt via symbolisme. Het begrijpen van symbolisme vraagt van de kijker een extra inspanning omwille van de gelaagdheid.

Deze reden maakt van cultseries het ideale format om te werken met symbolisme, vermits het niveau van betrokkenheid vanwege het publiek ontegensprekelijk hoog is. Een dergelijk publiek besteedt graag aandacht en tijd aan een grondige lezing van hun favoriete cultserie. De voorbeelden van symbolisme in *True Blood* zijn talrijk. We kiezen er evenwel voor om een illustratie aan te halen uit het eerste seizoen, aflevering zes “Cold Ground”. In deze aflevering wordt de grootmoeder van Sookie en Jason begraven, die in de aflevering daarvoor brutaal werd vermoord. Na de begrafenis heeft Sookie voor de eerste keer seks met Bill. Ze verliest haar maagdelijkheid op dezelfde dag dat ze haar grootmoeder, die haar steeds steunde en beschermde, verliest. Het verlies van haar eerbaarheid zien we als een symbool voor de stap naar volwassenheid. Sookie is plotsklaps volwassen geworden – door het verlies van haar maagdelijkheid en de dood van haar grootmoeder – en fungeert vanaf nu als hoofd van het huishouden.

Naast symbolisme schenken cultseries eveneens aandacht aan mythes. Volgens Wilcox (2010, p. 38) is het een grotere uitdaging om een cultserie te zoeken die geen mythische elementen bevat. Wat dit aspect betreft, kan *True Blood* waarschijnlijk als prototype van een cultserie fungeren, want de voorbeelden van mythische elementen zijn legio. Elk seizoen is er de introductie van minstens één nieuw mythisch wezen. Zo zijn er de vampiers en shapeshifters in seizoen één, maenads in seizoen twee, weerwolven en weerpanthers in seizoen drie en heksen en feeën in seizoen vier. Alle mythische wezens worden voorzien van een achtergrond en de karakteristieken, zwaktes en sterktes van deze schepsels worden kenbaar gemaakt aan het publiek door middel van de verhaallijnen van het plot en de subplots.

Als laatste kenmerk is er het gebruik van parallelle universums en tijdreizen, een aspect dat de kijker toelaat om de serie te bekijken vanuit een andere interpretatie (Wilcox, 2010, p. 38). In *True Blood* vinden we één voorbeeld terug van een parallel universum, namelijk deze waar de feeën leven. Deze wereld vertoont evenwel geen uiterlijke overeenkomsten met de echte wereld. Het bijzonderste is het tijdsaspect. Sookie bracht slechts een kwartier door in het feeënrijk, terwijl dit op aarde iets meer dan een jaar is. Op deze manier kan er een tijdssprong plaatsvinden in de serie. Aangaande al deze esthetische kenmerken schrijven Pearson en Gwenllian-Jones (2004b: xvii) dat ‘seriality, textual density, and perhaps most especially, the nonlinearity of multiple time frames and settings that create the potentially infinitely large metatext of a cult television text create the space for fans to revel in the development of characters and long, complex narrative arcs’.

Jane Espenson (2010, pp. 45-53) beschrijft eveneens een aantal eigenschappen van de cultserie. Wat betreft het eerste kenmerk, complexe verhaalbogen, treedt Espenson Pearson en Gwenllian-Jones bij. Door omvangrijke en moeilijke verhaallijnen te integreren, voelt het publiek zich intellectueel beloond. Net zoals Pearson en Gwenllian-Jones stelt Espenson dat dit een drempel vormt voor eventuele nieuwe kijkers die halverwege willen inspringen, maar Espenson voegt eraan toe dat deze

altijd een inhaalbeweging kunnen maken via DVD's of downloads. De DVD-markt en het internet maken immers steeds meer een vast onderdeel uit van de kijkervaring van de gemiddelde persoon. Het tweede kenmerk is nauw gerelateerd aan dat van de complexe verhaalbogen. Het is namelijk van belang om vitale informatie achter te houden, zodanig dat de kijker een fikse inspanning moet leveren om zaken te begrijpen. Op deze manier ervaren ze intellectuele voldoening wanneer blijkt dat ze het bij het rechte eind hadden. Een derde element dat zich hiervan in het verlengstuk bevindt, is de opgave om bepaalde informatie louter visueel in beeld te brengen zodat alleen de actieve en betrokken kijkers op de hoogte blijven. Ook van dit kenmerk zijn verschillende voorbeelden terug te vinden in *True Blood*. Zo wordt in de loop van het eerste seizoen herhaaldelijk een hond in beeld gebracht die de scènes in de reeks gadeslaat. Er wordt verder geen bijzondere aandacht besteed aan de hond. De opmerkelijke kijker vermoedt echter dat er meer achter zit. Naar het einde toe van seizoen één wordt duidelijk gemaakt dat Sam Merlotte een *shapeshifter* is en dat hij het was die telkens in een hond veranderde om Sookie Stackhouse te beschermen.

Ten vierde stelt Espenson dat de documentairstijl bijdraagt tot wat een programma 'cult' maakt. Cultproducties lijken nog het meest op het dagelijkse leven, althans wat de meest belangrijke aspecten betreft. Dit wordt getypeerd door de afwezigheid van de scenarist in de reeks. Dit kenmerk vinden we evenwel niet terug in *True Blood*. Een andere eigenschap is de subtiele afwisseling tussen komedie en tragedie. In het echte leven wapenen mensen zich met humor tegen pijnlijke situaties en worden vreugdevolle momenten vaak getemperd door verdriet. Door de beiden te combineren wordt de productie een stuk geloofwaardiger. *True Blood* maakt ook gebruik van deze techniek.

De linguïstiek vormt een ander kenmerk. In het dagelijkse leven treedt er vaak miscommunicatie op, op verschillende manieren. Aangezien vele cultproducties dit menselijk aspect integreren, draagt dit bij tot de realistische inslag van deze programma's. Dit kan door middel van spraakgebreken, overlappingsen of het gebruik van een specifieke *slang* zonder de betekenis voor te kauwen. Dit laatste koppelen we terug naar het tweede kenmerk waar de kijker moet investeren om bepaalde informatie te weten te komen. De zevende eigenschap duidt opnieuw het belang aan van complexiteit, maar deze keer op het niveau van de personages. Deze personages vereisen een gecompliceerde constructie van hun zijn, zelfs op het basisniveau. Net zoals we in het echte leven aangetrokken worden door complexe mensen, geldt dit ook voor de personages uit een televisieprogramma. Dit werkt intrigerend en draagt bij tot de betrokkenheid en interesse van het publiek. Enkele van de meest intrigerende personages uit *True Blood* zijn nevenpersonages, waardoor ze even boeiend worden als de hoofdpersonages. In het bijzonder betreft het Tara Thornton, Lafayette Reynolds en Terry Bellefleur. De kijker leert deze personages stap voor stap kennen, waardoor langzaam een complexe persoonlijkheid ontrafeld wordt.

Het volgende kenmerk is het belang van specificiteit. Wanneer er in sterke mate gepreciseerd wordt, kan dit een gevoel van nostalgie opwekken vanwege de kijker – één van de kenmerken volgens Mathijs en Mendik – of een gewaarwording van identificatie. Dit kan bijvoorbeeld door bijzondere aandacht te besteden aan de setting. Voor *True Blood* is dit dan de zorg die besteed wordt aan de details die een ruraal *Southern* stadje eigen zijn. De sfeer die Bon Temps uitademt; oude, grote huizen, veranda's met schommelbanken, broeierige hitte en typische accenten creëren een gevoel van nostalgie, in die mate dat de kijker zelfs nog nooit in een soortgelijk dorp moet opgegroeid zijn om de beoogde sfeer te erkennen. Trouw blijven aan de realiteit van de serie is een volgend belangrijk aspect. Ook als de stelling die gemaakt wordt in theorie onmogelijk is omwille van een fictief universum, dan kan deze toch als acceptabel beschouwd worden. De regels van dit universum worden immers als standaard beschouwd en zijn universeel gekend. Een frappant voorbeeld is het doden van vampiers. Vrijwel iedereen kent enkele manieren om een vampier te doden, ook al bestaan deze wezens niet.

Het voorlaatste kenmerk van culttelevisie is de creatie van een alternatieve wereld. Dit kan zowel opgenomen worden in de meest letterlijke betekenis van het woord, namelijk 'bijzonder speciaal', zoals bij shows als *Battlestar* (1978-1979) en *Buffy the Vampire Slayer* (1997-2003), als iets minder apart zoals bij *The Sopranos* of *The Wire*. Daar speelt alles zich af in gespecialiseerde subdelen van de echte wereld – zo ook bij *True Blood*. In beide soorten werelden gelden er andere regels dan deze die ons eigen zijn. Het concept van alternatieve werelden is rechtstreeks gelinkt aan culttelevisie en vormt waarschijnlijk diens belangrijkste eigenschap. Het is eenvoudiger om een complex verhaal, doorspekt met pijn en verdriet, over onze eigen wereld te vertellen door middel van een andere wereld. Espenson (2010, p. 52) stelt dat 'the big lie of making up a whole world is what allows us to tell the truth in our stories'. Het laatste kenmerk van culttelevisie omvat de morele les die al dan niet verborgen is in de reeks. Bij mainstreamtelevisie is deze les vaak al duidelijk van bij de aanvang van het programma, terwijl culttelevisie dit tracht te vermijden door te kiezen voor meer complexe lessen. Ook dit aspect vraagt een sterk engagement van de kijker en helpt een *fandom* creëren.

Joanne Hollows (2003, p. 37) oordeelt dat culttelevisie een mannelijke connotatie met zich meedraagt en recht tegenover de meer vrouwelijke mainstreamtelevisie gepositioneerd is. Hiermee wordt niet bedoeld op het publiek, maar wel op de aard van de programma's die gecategoriseerd worden onder beide soorten televisies. Formats die onder mainstreamtelevisie vallen, zijn onder andere talkshows, realityshows en entertainmentprogramma's – al dan niet met *celebrities*. Deze formats worden als commercieel beschouwd, zijn alomtegenwoordig in de media en worden impliciet gefeminiseerd.

Volgens Stacey Abbott (2010, p. 1) is er ontegensprekelijk sprake van een evolutie binnen culttelevisie op twee niveaus. De eerste verandering vindt plaats op het niveau van *fandom*, wat we later in dit onderzoeksrapport zullen bespreken. Het tweede niveau waarop zich een evolutie afspeelt, is deze van de aard van culttelevisie zelf. In het verleden werd culttelevisie beschouwd als een

synoniem voor *telefantasy*. Volgens Sue Short (2011, p. 1) en Abbott (2010, p. 1) is dit genre een paraplueterm voor fantasy, horror en sciencefiction. Tegenwoordig kunnen we niet langer stellen dat *telefantasy* deze drie genres overkoepelt, aangezien het nu de generische grenzen overschrijdt en dus eveneens animatie, tienerdrama's, politseries, komedie en kinderprogramma's includeert.

Matt Hills (2010, p. 69) merkt op dat de binaire oppositie mainstream/cult niet langer als strikt gescheiden mag beschouwd worden. Volgens Janet Murray (1997, p. 8) is dit het gevolg van de opkomst van digitale media. Indertijd was de aandacht vanwege het publiek voor continuïteit en tekstueel detail beperkt tot cultseries. Met de opkomst van het internet trad het proces van convergentie in, waardoor het nu moeilijk kan losgekoppeld worden van televisie. Scenarioschrijvers en producenten zijn er zich bijgevolg steeds meer van bewust dat zowel het cultpubliek als het mainstreampubliek gesofisticeerder worden en in staat zijn om de verhaalbogen in groter detail te volgen. Activiteiten als speculatie, *fan fiction* en tekstuele interpretaties zitten in de lift wat betreft mainstreamtelevisie. Op de website van FanFiction (www.fanfiction.net/tv) zijn er verschillende fictieve verhalen terug te vinden over films en series, die geschreven zijn door fans. Het forum bevat ook speculatie over de verhaallijnen en de toekomst van de personages. Naast *fan fiction* en speculatie over cultseries, wordt er ook over mainstreamprogramma's geschreven als *The Big Bang Theory* (2007), *Castle* (2009), *CSI* (2000) en *Lizzie McGuire* (2001-2004). Hier herkennen we duidelijk de ontmanteling van de binaire oppositie mainstream/cult. Het wordt alsmaar moeilijker om een programma te categoriseren onder één van beide noemers.

Vermits *True Blood* voldoet aan vele van de voorgestelde kenmerken door Wilcox, Pearson, Gwenllian-Jones en Espenson, concluderen we dat de reeks als 'cult' beschouwd kan worden. We worden bijgetreden door Short (2011, p. 102) wanneer deze stelt dat de show een archetype is van 'quality cult', van de marketing tot de receptie. We kiezen er evenwel voor om de cultkenmerken te selecteren uit de definitie van Mathijs en Mendik (2008, pp. 1-4) en deze toe te passen op *True Blood*.

1.2. Definitie volgens Mathijs en Mendik

Wanneer we onderzoek willen doen naar het genre van de cultproductie, is het onontbeerlijk om eerst een definitie te vinden die het begrip volledig omvat. Het zelf opstellen van een allesomvattende definitie is al een omslachtige taak op zich en zodoende maken we gebruik van de definitie van Mathijs en Mendik (2008, pp. 1-4).

Mathijs en Mendik beschouwen een productie als een cultproductie wanneer deze een combinatie inhoudt van verschillende parameters die omvat worden in vier grote categorieën. Het eerste element is de anatomie of de opbouw van de productie. Dit eerste deel omvat inhoudelijke zaken en kenmerken van een cultproductie. Een tweede element dat zeker niet mag ontbreken is de consumptie van de producties. Dit onderdeel omvat de receptie van het publiek en de ontvangst door critici. Het publiek

vormt een essentieel onderdeel bij het ontstaan van een cultproductie. Vaak hebben deze een obsessieve subcultuur als achterban die *fandom* genoemd wordt. Een derde element dat een cultproductie zou moeten bevatten is een typerende politieke economie. Meer bepaald gaat het hierbij om zaken als eigendom, manieren van vertoning – inclusief plaats en tijd, promotie en marketing. Een vierde en laatste element is de culturele status. Hierbij wordt er gekeken naar zaken die te maken hebben met tijd en ruimte. In welke mate past een cultproductie namelijk in de context waarin ze gemaakt werd en hoe werd er door de productie gereageerd op deze setting? De invulling van alle vier de categorieën die we hebben aangehaald zijn geen vereiste, maar Mathijs en Mendik maken de opmerking dat ze een grote rol spelen in wat een productie tot ‘cult’ maakt. In dit onderzoek gaan we ons in hoofdzaak focussen op de eerste twee aspecten, meer bepaald de anatomie en de consumptie.

Mathijs en Mendik beschrijven een aantal parameters die behoren tot het facet ‘anatomie’. Deze maatstaven worden ook in andere definities in verband gebracht met cultproducties. Het gaat om innovatie, *badness*, transgressie, genrehybridisering, intertekstualiteit, *loose ends*, nostalgie en *gore*. Innovatie kan zowel plaatsvinden op esthetisch als thematisch niveau. Op esthetisch vlak kan innovatie bijvoorbeeld voorkomen wanneer er vernieuwende technieken worden gehanteerd. Innovatie wat betreft de thematiek treedt op wanneer er conventies of taboes doorbroken worden. *Badness* kan, net als innovatie, tot stand komen op esthetisch of thematisch vlak. *Badness* op het niveau van esthetiek houdt in dat er filmtechnisch verschillende onvolmaaktheden zijn. Bij nieuwe cultseries komt dit echter niet langer voor, aangezien er veel aandacht wordt besteed aan het visuele aspect. *Badness* op vlak van het verhaal en/of de moraliteit komt wel nog voor. Transgressie houdt in dat de traditionele grenzen van goed en slecht overschreden worden. Er wordt gezondigd tegen deze vastgelegde binaire oppositie. We kunnen niet langer spreken van louter goed en slecht vermits de zaken veel complexer en gelaagder zijn. Tevens worden er in hoofdzaak taboeonderwerpen aangesneden. Met genrehybridisering bedoelen Mathijs en Mendik dat de klassieke grenzen van de traditionele genres overschreden worden. Er is sprake van intertekstualiteit wanneer er linken, connecties of vergelijkingen aanwezig zijn met andere series, films, verhalen of culturen. Dit kan onder andere via quotes, cameo’s, inside jokes, mythes en muziek. Met *loose ends* doelen Mathijs en Mendik op abrupte of problematische open eindjes, zodat de toeschouwer niet concreet weet hoe het verhaal afloopt of wat er nog allemaal zal gebeuren. Een gevoel van nostalgie kan door de personages zelf tot uiting gebracht worden, maar dit kan ook door het publiek. Er wordt verlangd naar een idealistisch, beter verleden. Dit duidt aan dat de huidige samenleving mankementen vertoont die moeten opgelost worden. *Gore* betekent letterlijk ‘geronnen bloed’, maar in deze definitie houdt de term veel meer in dan dat. Mathijs en Mendik verduidelijken het als ‘*yukkie stuff*’ (2008, p. 3). Wij bestempelen *gore* als oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal zoals geweld, onkuisheid, verval, verminking, moord en kannibalisme. Heel vaak is de parameter *gore* terug te vinden in horrorfilms, hoewel dit niet altijd het geval is. *Gore* kan namelijk ook slaan op elementen van bedreiging en

onkuisheid die als het ware een aanslag plegen op de fysieke en psychische integriteit van de toeschouwers.

Deze acht variabelen zullen we opnemen in onze studie, aangevuld met humor. We kiezen ervoor om het aspect humor op te nemen in ons onderzoek aangezien er al een aantal studies zijn gevoerd naar de correlatie tussen humor en horror. Noël Carroll (1995, pp. 145-160) stelt dat hoewel horror en humor elkaars tegenovergestelde lijken op vlak van mentale conditie, deze twee variabelen steeds meer hand in hand gaan in films, televisieshows, strips en romans. Vanuit een andere invalshoek, meer bepaald de psychologie, werd er ook onderzoek verricht naar humor en horror. Weisenberg, Tepper en Schwarzwald (1995, pp. 207-212) ontdekten dat humor kan gehanteerd worden als een cognitieve techniek om het niveau van pijntolerantie te verhogen. Met deze informatie in het achterhoofd kunnen we testen of de respondenten humor als een meerwaarde beschouwen in de cultuhorrorproducties.

1.3. Wat is fandom?

Abbott (2010, pp. 1-2) oordeelt dat er naast een evolutie op vlak van culttelevisie zelf, ook een wending van het publiek plaatsvond. Culttelevisie is geëvolueerd tot een fenomeen dat diverse publieken aanspreekt. Vroeger werd obsessieve kennis over het fictieve universum van een serie aanzien als een typisch kenmerk van sociaal onhandige sciencefictionfans. Tegenwoordig zijn er ook andere manieren om op te gaan in series. Er zijn bijvoorbeeld speciaal georganiseerde tours doorheen Manhattan en New Jersey, waar respectievelijk de fans van *Sex and the City* (1998-2004) en *The Sopranos* de serie als het ware voor een stuk zelf kunnen ervaren. De connotatie van dergelijke praktijken kende evenzeer een ommezwaai. Fanconventies werden vroeger geridiculiseerd – althans de mensen die ze bijwoonden – maar maken nu een heel belangrijk aspect uit van de marketingstrategie van netwerken en studio's om de fanbasis van een bepaalde serie uit te breiden. Het is de wens van de netwerken om even hoge kijkcijfers als mainstreamtelevisie te scoren, maar om tegelijk een niveau van loyaliteit te verkrijgen vanwege het publiek dat geassocieerd wordt met culttelevisie. Een hoog niveau van loyaliteit en betrokkenheid houdt in dat het publiek niet alleen de wekelijkse uitzending zal volgen op televisie, maar eveneens de franchise zal consumeren die rechtstreeks verbonden is met de reeks. Voorbeelden hiervan zijn DVD's, boeken en fanmagazines.

Receptieonderzoek is onlosmakelijk verbonden met het onderzoek naar cultproducties. Staiger (2000, p.107) merkt op dat de meest voorkomende manier van kijken eruit bestaat van producties slechts één keer te bekijken. Herhaaldelijk kijken daarentegen komt volgens Staiger slechts voor bij twee groepen; de liefhebbers van *Arthouse cinema* en de bewonderaars van *trash cinema*. Cultregisseur Quentin Tarantino wordt door The Guardian zelfs beschouwd als the champion of trash cinema (John Patterson, 2009). We leiden hieruit af dat *trash cinema* en cultfilms tot eenzelfde familie behoren. Mendik en Harper (2000, p. 7) menen dat cultproducties hun basis vinden in een harde kern van

publieke interesse en een hoge betrokkenheid. Dit zou het resultaat zijn van een diep gewortelde fysieke en emotionele aantrekkingskracht en niet louter van het aselechte zoeken naar entertainment. Het resultaat hiervan brengt meer teweeg dan een gevoelsmatige aantrekkingskracht tot de cultproductie. Er wordt namelijk gesproken in termen van obsessie.

1.4. Het vampiergenre

De thematiek rond vampiers kan vandaag de dag beschouwd worden als een melkmachine. Vroeger was de vampier enkel een wezen dat deel uitmaakte van onze nachtmerries, maar nu fungeert deze figuur als een tieneridool die miljoenen boeken en DVD's doet verkopen. De vampiers domineren tegenwoordig de televisieschermen, de bioscopen, de boekenwinkels en de online fora (Clements, 2011, pp. 1-2). Verschillende fictie-auteurs maakten van de vampier eerst een romantische held en nog later een sekssymbool. Volgens Clements (2011, p. 3) zijn vampiers terug te traceren tot verschillende antieke culturen, zoals de Romeinse, de Griekse en de Chinese cultuur. Al deze oudheden hebben verhalen, gekaderd rond bloedzuigende geesten of demonen, kwade geesten die lichamen behuizen en vleermuisgoden. Wat de kennis over vampiers in de westerse wereld betreft, meent Clements dat deze gebaseerd is op de folklore van de Balkische en Slavische landen, met Dracula als voorbeeld 'pur sang'. Als gevolg van de grote verspreiding van vampiermythes is er geen echte duidelijke representatie van vampiers. Toch keren twee kenmerken overal terug. Ten eerste drinken vampiers menselijk bloed en ten tweede zijn vampiers geanimeerde lijken, die niet echt levend zijn.

Nu we vastgesteld hebben waar de thematiek van de vampiers zijn oorsprong vindt, gaan we over tot de evolutie van het genre. Hier maken we een onderscheid tussen de literaire en de filmische ontwikkeling. Strumer (2007, pp. 219-221) meent dat de literatuur over vampiers een proces van drie stappen heeft doorlopen. Ten eerste is er de experimentele periode uit het begin van de negentiende eeuw. Tijdens deze periode werd voor de eerste keer de vampier als antagonist voorgesteld aan de lezers. Aangezien het hier gaat om een precedent, kende het publiek de karakteristieken of de streefdoelen van de vampier niet. Daarom kon het onderwerp ofwel een groot succes worden, ofwel een ontgoocheling. Op basis van de receptie van deze introductie zou er dan beslist worden of het thema navolging zou kennen bij andere auteurs – wat het geval was. De tweede periode is de klassieke periode die start op het einde van de negentiende eeuw. Op dit moment weet het publiek al dat ze zich aan een horrorverhaal mogen verwachten en kennen de lezers al enkele eigenschappen van de vampier. Het leerproces met de conventies wordt ontwikkeld, maar er zijn nog steeds beperkingen in de kennis over onder andere de achtergrond van vampiers. Dergelijke zaken komen wel aan bod in de periode van verfijning – begin en midden twintigste eeuw. De gevormde conventies in de klassieke periode verdwijnen en maken plaats voor nieuwe kenmerken, vooropgesteld door verschillende auteurs.

Binnen het vampiergenre in de film onderscheidt Strumer (2007, pp. 222-226) vier stappen in het ontwikkelingsproces. De experimentele periode startte aan het begin van de twintigste eeuw. Ondanks het feit dat veel films verloren zijn gegaan in deze periode, wordt er gesteld dat de kijker voor het eerst geconfronteerd werd met angst. De klassieke periode voor de film – jaren 1930 en 1940 – verloopt analoog met de trends uit de literatuur, namelijk het opstellen van conventies. De periode van verfijning situeert zich in de jaren 1950 tot begin jaren 1970. De conventies uit de klassieke periode maken hier plaats voor nieuwe kenmerken, die geen vaste regels vormen. Opnieuw merken we een trend op die samengaat met de periode van verfijning voor de literatuur. Tijdens deze periode vond ook de introductie plaats van de vampier op het televisiescherm. De vampier werd tijdens deze periode ook steeds vaker gelinkt aan seksualiteit, een trend die zich vandaag nog altijd laat gelden. Ten slotte is er de komische periode die plaatsvindt tussen de jaren 1970 en 1990. Angst wordt geridiculiseerd, waardoor vampiers steeds vaker het onderwerp worden van spot en er parodieën ontstaan. In de jaren 1980 werden kinderen en jongeren beschouwd als nieuwe doelgroep (Melton, 1999, p. 350).

1.5. True Blood

De cultproductie waar we onze aandacht op vestigen is de Amerikaanse televisieserie *True Blood*, geregisseerd door Alan Ball in 2008 en gebaseerd op de boeken van Charlaine Harris getiteld *The Southern Vampire Mysteries*. De serie werd voor het eerst uitgezonden op de Amerikaanse betaalzender HBO. In de *opening credits* van de serie wordt echter vermeld dat de serie gebaseerd is op *The Sookie Stackhouse Novels*. Zo worden de boeken namelijk informeel genoemd.

De reeks speelt zich af in een context van vampiers die overal ter wereld ‘uit de kist komen’ en willen leven tussen de stervelingen. In principe zouden vampiers en mensen vreedzaam kunnen samenleven aangezien een Japans bedrijf erin is geslaagd om ‘Tru Blood’ te fabriceren, een synthetisch bloed dat qua voedingswaarde op gelijke hoogte staat met menselijk bloed. De meeste vampiers houden echter niet van ‘that Japanese shit they call blood’ (Quote Liam – Graham Shiels, *True Blood*). De serie draait rond Sookie Stackhouse, een telepathische serveerster in *Merlotte’s Bar and Grill* in Bon Temps, een fictieve stad in Louisiana.

Ondanks het feit dat deze productie nog vrij recent is, zijn er toch een hele resem onderzoeken terug te vinden over de serie. We halen deze verschillende studies kort aan. Daniel M. Kimmel (2010, p. 3-17) maakte een indrukwekkende analyse van de *opening credits* van de serie en concludeert dat deze opeenstapeling van korte beelden een verhaal op zich inhoudt. De beelden representeren enkele thema’s die terugkeren in de serie zelf. Deze thema’s zijn het Zuiden, religie, hypocrisie, de dood en seks. Kimmel haalt eveneens drie redenen aan waarom de *opening credits* de meeste mensen zo onthutst. De eerste beweegreden is dat de beelden van niet-fictieve aard zijn en dat ze zaken portretteren waar bijna niemand graag spontaan aan denkt. Het versnelde ontbindingsproces van een

vos kan hier als voorbeeld dienen. Een tweede argumentatie is de dubbelzinnigheid die zich voordoet bij bepaalde beelden. Bij sommige beelden vormen we een eerste – soms oppervlakkige – indruk, om een seconde later deze eerste gedachtegang in twijfel te trekken. Een voorbeeld hiervan is het laatste beeld van de begingeneriek. Daar wordt een vrouw op het eerste zicht gewillig gedoopt door twee mannen. Nadat de mannen haar ondergedompeld hebben, probeert ze wanhopig weg te vluchten. De mannen trekken haar ruw terug aan haar armen, waardoor de kijker zich afvraagt of er niet meer aan de hand is. De laatste reden is de nieuwe context waarin enkele beelden worden gekaderd, waarmee we niet vertrouwd zijn. Er wordt bijvoorbeeld een man getoond die lachend in een schommelstoel zit. In normale omstandigheden wordt hier geen aanstoot aan genomen, maar vermits de man gesitueerd wordt in een reeks van verontrustende beelden, krijgt hij een nieuwe betekenis. Het lachen wordt nu ervaren als grijnzen en we vragen ons af wat de man op zijn kerfstok heeft. Onder andere wegens deze zaken zijn er vrij veel mensen die de *opening credits* niet bekijken.

George A. Dunn en Rebecca Housel (2010) maakten eveneens een analyse van de reeks. Hierbij maakten ze gebruik van de theorieën van enkele grote filosofen zoals Plato, Aristoteles, Nietzsche en Kant. Tara McPherson (2011, p. 337) stelt dat regisseur Alan Ball sterk vasthoudt aan verschillende stereotypen. Ook zou hij bepaalde gewoontes herwerken over de gothic van het Zuiden en oude en nieuwe patronen van representaties over seksualiteit, klasse en ras blootleggen. Paul A. Argenti en Courtney M. Barnes (2009, p. 61-64) maakten een studie over de promotie- en marketingstrategieën die bestaan rond de reeks. Tom Burrell (2010, p. 56) schreef een korte analyse van de representatie van rassen in *True Blood*. We besluiten deze literatuurstudie met de woorden van Andrew Edgecliffe-Johnson die op 20 november 2008 schreef in de Financial Times: ‘Escapism from dark economic times is contributing to a boom in vampire-themed entertainment’.

1.6. Samenvatting

In het eerste deel van deze wetenschappelijke verhandeling hebben we de concepten ‘cult’ en ‘fandom’ gedefinieerd. We hebben eveneens verschillende facetten toegelicht van het fenomeen ‘culttelevisie’ en de cultkenmerken volgens Mathijs en Mendik besproken. Aanvullend werden het vampiergenre en de bestaande onderzoeken over *True Blood* bondig behandeld. Nu we de verschillende aspecten, die het onderwerp vormen van dit onderzoeksrapport, gerapporteerd hebben, kunnen we ons toelagen op de kern van deze verhandeling; het publieksonderzoek.

DEEL 2. Empirisch onderzoek: methoden en resultaten

In dit tweede deel zullen we inzoomen op het publiek. Na de uiteenzetting van de gehanteerde methode, bespreken we bij wijze van inleiding het productiehuis HBO en de promotiestrategie van *True Blood*. Daarna toetsen we de reeks kort aan de cultkenmerken volgens Mathijs en Mendik. We eindigen met een uitvoerige bespreking en analyse van de resultaten uit de online survey.

2.1. Methodologie

Binnen het domein van de communicatiewetenschappen zijn er verschillende soorten onderzoek terug te vinden. We zullen verduidelijken welke methode voor deze verhandeling het meest relevant is en het verloop ervan omschrijven.

2.1.1. Inleiding

Dit onderzoeksrapport kwam in verschillende stadia tot stand. We kozen in eerste instantie voor een duidelijk afgebakend onderwerp, dat we vervolgens toepasten op een specifiek onderzoeksobject. Onze keuze viel op de discipline van de cultproductie, want dit genre is recentelijk aan enkele veranderingen onderhevig in het huidige televisietijdperk, wat eveneens gestaafd wordt in onze literatuurstudie door Hills (2010, p. 69) en Murray (1997, p. 8). Als onderzoeksobject kozen we bewust voor een serie van HBO omwille van de slogan van dit productiehuis. “*It’s not TV. It’s HBO*” is een slagzin die niet alleen de doelstellingen van het netwerk kenbaar maakt, maar eveneens deels de lading dekt van het onderwerp van dit onderzoeksrapport. Uit de definitie van Mathijs en Mendik blijkt dat een cultproductie getypeerd wordt door verscheidene eigenschappen en niet verward mag worden met mainstreamtelevisie. Deze cultkenmerken zullen we later in verband brengen met ons onderzoeksobject *True Blood*.

Aan de hand van een publieksonderzoek is het onze bedoeling te toetsen in welke mate jongeren uit de derde graad, die bereid zijn om naar *True Blood* te kijken of de reeks een hoge score geven, de cultkenmerken waarderen. De datacollectie vond enkele maanden voor we dit onderzoeksrapport aanvatten plaats. In april 2011 contacteerden we verschillende middelbare scholen in Vlaanderen met de vraag of we in oktober 2011 een online survey mochten verspreiden onder de leerlingen uit de derde graad. Door te kiezen voor een online survey kunnen we veel informatie verkrijgen van een groot aantal mensen. De onderzoeksvraag vereist geen uitgebreide persoonlijke meningen, waardoor interviews overbodig zijn. Het invullen van de online survey zou klassikaal gebeuren, onder toezicht van een leerkracht, waardoor ons een zeker percentage van garantie verzekerd werd dat de leerlingen de survey volledig zouden invullen.

We kregen toestemming van scholen uit drie verschillende provincies. Uit West-Vlaanderen kregen we de goedkeuring om studenten te bevragen in Roeselare (VISO Roeselare campus Polenplein en Barnum), Kortrijk (De Pleinschool Leiekant) en Ieper (Technisch Instituut Heilige Familie). In Oost-Vlaanderen mochten we de survey voorleggen aan de studenten van het VTI Aalst en in Antwerpen kregen we positief antwoord van instituut Het Spijker in Hoogstraten. Wanneer we evenwel de woonplaats bekijken van de respondenten die de survey hebben ingevuld, stellen we vast dat het overgrote deel zich in West-Vlaanderen situeert, ondanks verscheidene pogingen om de scholen in Oost-Vlaanderen en Antwerpen te mobiliseren.

Eenmaal er geen nieuwe resultaten meer binnenkwamen, konden we starten we met de data-analyse. Die bestaat uit een uitgebreide steekproefomschrijving, enkele algemene bevindingen over kijkgedrag en kennis van series en een doorlichting van de cultkenmerken gekoppeld aan de appreciatie van *True Blood*. De rapportering van deze data wordt uitvoerig beschreven in het segment ‘surveyanalyse’ en is geïllustreerd met bijhorende tabellen en grafieken. Alle bijlagen zijn terug te vinden op de cd-rom die bij dit onderzoeksrapport werd gevoegd. Het betreft het voorwoord dat de online survey voorafging, de vragenlijst, afbeeldingen, tabellen, figuren, het codeboek en het SPSS-bestand.

2.1.2. Methode

Als werkwijze opteerden we voor een online survey om de respondenten te bevragen. Op deze manier konden we een relatief groot aantal jongeren bereiken, waardoor de validiteit van ons type onderzoek zou stijgen. We stelden de enquête op met ThesisTools. De vragenlijst (Bijlage 1.2.) die terug te vinden is als bijlage op de cd-rom, omvat zowel open als gesloten vragen. We maakten een onderscheid in het soort vragen met de titels ‘sociodemografische gegevens’, ‘kijkpatronen’, ‘plaats van series in de beeldcultuur van jongeren’, ‘kennis van series’, ‘cultseries’, ‘kenmerken van cultseries’ en ‘score’. In de datarapportering hanteren we dezelfde titels.

Wanneer de fase van dataverzameling voltooid was, konden we starten met de analyse van de resultaten van de 360 respondenten. ThesisTools plaatst de resultaten automatisch in Excel. We hebben evenwel twee versies, vermits ThesisTools de survey na enkele maanden offline haalde. We contacteerden een medewerker van de helpdesk die de enquête onmiddellijk opnieuw online plaatste. De respondenten die de survey invulden na dit gebeuren, werden onder een tweede versie gecategoriseerd. Voor de aanvang van de data-analyse plaatsten we zelf alle respondenten in één Excel-bestand. Vervolgens gingen we alle resultaten na op onvolledigheden of fouten. We filterden dertien respondenten uit de resultaten. Uit de eerste versie verwijderden we respondenten 1, 34, 59, 60, 77, 101 en 183. De resultaten van respondent 1 waren onbruikbaar omdat deze respondent onszelf was, om de praktische werking van de survey te testen. Respondenten 34, 59, 60 en 77 waren leerkrachten en respondenten 101 en 183 waren studenten die de survey niet voltooid hebben. Uit de tweede versie sloten we respondenten 40, 41, 42, 83, 138 en 148 uit. Respondenten 40, 41 en 42 waren

opnieuw leerkrachten, terwijl respondent 138 de survey vroegtijdig heeft afgebroken. Respondenten 83 en 148 gaven aan dat ze de trailers van de vier seizoenen van *True Blood*, die we opnamen in de survey, niet konden bekijken. Hierdoor konden deze leerlingen geen oordeel vellen over de serie op dezelfde manier als de andere bevroegde studenten. In totaal houden we 347 respondenten over.

Alvorens we de resultaten konden analyseren en uiteenzetten in tabellen en/of grafieken, was het nodig om het databestand te kuisen. Bij de kolom 'geboortjaar' stelden we alle antwoorden gelijk, vermits enkele respondenten eveneens hun geboortedag en -maand hadden opgegeven. Op basis van 'woonplaats' voegden we een extra kolom 'provincie' toe. Ditzelfde principe pasten we toe op 'studiejaar en -richting' voor de nieuwe kolom 'ASO-TSO-BSO'. Bij de vraag "hoe kijk je naar series?" hadden we volgende antwoordmogelijkheden voorzien: 'alleen', 'met je vriend/in', 'met vrienden' en 'andere'. Van de 347 respondenten zijn er 142 die 'met familie' gespecificeerd hadden bij de optie 'andere'. Aangezien deze groep bijna 41% uitmaakt van de totale steekproef hebben we de kolom 'met familie' aangemaakt naast de overige antwoordmogelijkheden en bijgevolg het antwoord van alle respondenten die dit bij 'andere' geantwoord hadden, verwijderd. Respondent 15 uit de tweede versie heeft bij de vraag "welk genre van series bekijk je?" 'politie' als antwoord gegeven bij 'andere'. Dit antwoord hebben we verwijderd en in plaats een positief antwoord gegeven op 'misdad' vermits politseries hieronder resulteren. Op basis van de vraag "kijk je vaak series?", classificeerden we de leerlingen in een nieuwe kolom onder lichte, middelmatige en zware kijkers. Het laatste dat we aangepast hebben, hoort bij de vraag over transgressie over taboeonderwerpen, één van de cultkenmerken volgens Mathijs en Mendik. We vroegen de respondenten of een serie hen meer aanspreekt wanneer er taboeonderwerpen worden behandeld zoals bijvoorbeeld druggebruik, (sadistische/rituele) seks en teugelloos geweld. We gaven vier verschillende antwoordmogelijkheden: 'ja', 'neen', 'neen, aangezien ik me daar ongemakkelijk bij voel' en 'het is afhankelijk van als ik alleen kijk of met anderen erbij'. Bij de bevraging naar de andere cultkenmerken gaven we louter de keuzemogelijkheden 'ja' en 'neen'. Vermits het onmogelijk is om het kenmerk van transgressie aangaande taboeonderwerpen statistisch te testen met deze vier antwoordmogelijkheden in vergelijking met de andere kenmerken, besloten we de antwoorden te hercategoriseren. De achttien respondenten die 'neen, aangezien ik me daar ongemakkelijk bij voel' antwoordden, plaatsten we bij 'neen' en de tachtig respondenten die 'het is afhankelijk van als ik alleen kijk of met anderen erbij' hebben geantwoord, situeerden we bij 'ja'. Afleidend uit de wijze van de vraagstelling, oordelen we dat de tachtig leerlingen die deze laatste optie hadden ingevuld, hun oordeel vellen op basis van de kijksituatie, maar het kenmerk an sich wel waarderen.

Eenmaal we de dataset volledig gekuist hadden, gingen we over op de steekproefomschrijving aan de hand van descriptieve tabellen en grafieken in Excel. Vervolgens hanteerden we dezelfde methode voor de uiteenzetting van 'geslacht' en 'studierichting' op de vragen aangaande 'kijkpatronen', 'plaats van series in de beeldcultuur van jongeren', 'kennis van series' en 'cultseries'. Om te besluiten gingen

we over tot de analyses van *True Blood* en de cultkenmerken. We plaatsten elk cultkenmerk tegenover de score op tien die de respondenten gaven aan de reeks en de vraag of ze van plan zijn om de reeks te bekijken. Deze analyses werden zowel uitgevoerd in Excel als in SPSS Statistics 20 met *one-way ANOVA* (eenzijdige ANOVA test) en de *test of independance Chi²* (Chi-kwadraat onafhankelijkheids-toets) om te testen op significante verschillen.

2.1.3. Onderzoeksubject

Ons gekozen onderzoeksobject is de Amerikaanse televisieserie *True Blood* van HBO, geregisseerd door Alan Ball, eveneens regisseur en schrijver van de reeks *Six Feet Under* (2001-2005). Short (2011, p. 102) oordeelt dat *True Blood* een typevoorbeeld is van ‘quality cult’, van de marketing tot de receptie. Short wordt bijgetreden door Argenti en Barnes (2009, p. 61-64) die een analyse maakten van de marketingstrategie van HBO om de show te promoten. HBO contacteerde Campfire, een marketingagentschap, om de virale marketingstrategie te lanceren. Aanvankelijk moest de doelgroep van vampierenthousiastelingen geïdentificeerd worden. Er werd onderzoek gedaan naar waar een dergelijke groep mensen interageert met elkaar en er conversaties over dit thema plaatsvinden. De verschillende soorten conversaties werden vervolgens gecategoriseerd.

Eenmaal de doelgroep gelokaliseerd was, werd een methode toegepast die niet zou verloren gaan tussen andere reclametechnieken, maar net zou opvallen door haar distinctiviteit. Campfire en HBO stuurden e-mails de wereld rond naar online actieve leden van de doelgroep, geschreven in het Babylonisch en het Ugaritisch, twee dode talen. Al snel verzamelden vampierenthousiastelingen zich op online fora en sociale netwerksites om samen de berichten te vertalen. De ‘*dead language mailers*’, zoals Gregg Hale, partner van Campfire, ze noemt, kondigden de opzet aan van een website die twee korte *prequels* zou bevatten van de nieuwe reeks. Er werd ook doorverwezen naar twee microsites die vampiergerelateerde gespreksonderwerpen en verhaallijnen bevatten, alsook een vampier-dating-website, een blog die zagezegd werd bijgehouden door personages uit de reeks, video’s met beelden van achter de schermen en een online *comic book*. Het gehele concept kende veel succes bij het publiek door de bijzondere aandacht voor details.

Net zoals in het verhaal trachtten HBO en Campfire een digitale ervaring te creëren waarin vampiers overal ter wereld ‘uit de kist komen’. Er werden verschillende sites ontwikkeld waar mensen allerlei kanten konden leren kennen van één complex verhaal. Deze opzet werd benaderd vanuit drie stadia. Om te beginnen is er de afgesloten, exclusieve vampierwereld. Vervolgens, eenmaal de vampiers zich kenbaar maakten en in de wereld kwamen, werd ‘Tru Blood’ gepromoot, het bloed-substituut dat speciaal voor de serie ontwikkeld werd. Dit gebeurde op dezelfde manier als wanneer eender welk nieuw product gepromoot wordt. Vermits deze techniek niet vreemd is voor de mensen, versterkte dit de geloofwaardigheid. Parallel met deze fase, vertelden HBO en Campfire het verhaal van vampiers die trachten samen te leven met gewone stervelingen en geconfronteerd worden met problemen inzake

burgerrechten – iets waar elke minderheidsgroep mee te kampen heeft wanneer ze probeert te integreren in de samenleving. Dit vergroot opnieuw de credibiliteit. Deze marketingcampagne was de grootste die HBO ooit heeft ondernomen voor de start van een nieuwe serie en dit heeft veel opgebracht. Ook Christopher Anderson (2008, p. 35) stelt dat HBO meer investeert in promotie en marketing dan andere netwerken. Volgens Hale trok de eerste aflevering van *True Blood* vier miljoen kijkers aan, een cijfer dat steeg met 24% bij de tweede aflevering. Op deze manier creëerde HBO een ‘fandom’ rond *True Blood*, nog voor de eerste aflevering plaatsvond.

Avi Santo (2008, p. 19) oordeelt dat de productiecultuur van HBO heeft bijgedragen tot marketingstrategieën en een reeks van programma’s die het netwerk, en in het verlengstuk de kijkers ervan, in een complexe en vaak contradictorische relatie plaatsen ten opzichte van de rest van het televisielandschap. HBO werd gelanceerd in november 1972 als een klein betalend filmkanaal, een onderdeel van het Time Inc. kabelpakket (Santo, 2008, p. 21). De slogan “*It’s not TV. It’s HBO*” van Richard Ellenson werd gebruikt vanaf 1995, maar daarvoor onderscheidde het netwerk zich reeds met slagzinnen als “*Nobody Brings it Home like HBO*” en “*Simply the Best*” (Santo, 2008, p. 31).

In het afgelopen decennium werden critici steeds meer vertrouwd met de notie dat een televisieserie eerder kan beschouwd worden als een kunstwerk dan als een middel van entertainment. Volgens Anderson (2008, p. 24) kan HBO als verantwoordelijke gezien worden voor deze verschuiving. Met *The Sopranos* in 1999, nodigde HBO het publiek uit om televisieseries te benaderen met een zekere graad van gevoeligheid. Anderson verwijst in dit opzicht naar het concept ‘esthetische dispositie’ van Pierre Bourdieu (1984, pp. 28-32 en pp. 53-58). Dit houdt in dat mensen die afkomstig zijn uit een hogere klasse een habitus ontwikkelden waarin hoge cultuur gecentraliseerd wordt en in staat zijn om kunstwerken objectief te beoordelen, eerder dan subjectief. In het geval van HBO programma’s wordt dit begrip van toepassing, vermits de series een vergelijkbaar patroon van observatie vereisen zoals normaal verwacht wordt bij werken die museumwaardig zijn. Deze verschuiving in kijkersverwachtingen wordt volgens Anderson gereflecteerd in de slogan “*It’s not TV. It’s HBO*”. Deze slagzin levert in principe kritiek op het Amerikaanse systeem van commerciële televisie en HBO wenst zich te onderscheiden.

Om de economische waarde te verzekeren moet HBO een unieke culturele waarde onderhouden. Deze actie valt uiteen in twee stadia, waarvan de ontwikkeling van een identificeerbaar luxemerk de eerste is. Eenmaal gebeurd, kon HBO midden jaren 1990 overgaan op het tweede luik, namelijk een intense en standvastige relatie ontwikkelen tussen de abonnees en het merk. HBO programmeerde incrementeel originele televisieseries die de capaciteit hadden om de loyaliteit van kijkers op te voeren wat betreft hun wekelijks kijkgedrag. Volgens Douglas Kellner (1995, p. 235) is dergelijke postmoderne televisie een reactie tegen het realisme en het gecodeerde genresysteem dat commerciële televisie in Amerika definieert.

In de literatuurstudie toetsten we *True Blood* reeds aan de cultkenmerken volgens Pearson, Gwenllian-Jones en Espenson. We willen echter opmaken of de eigenschappen volgens Mathijs en Mendik eveneens opgaan voor de reeks, aangezien het deze kentekens zijn die we bevragen in onze survey.

2.1.3.1. Innovatie

Het aspect van innovatie komt tot uiting op het vlak van vampiers die willen leven tussen de mensen. Alle mensen zijn op de hoogte van het bestaan van vampiers. Door ‘Tru Blood’, een vervangmiddel voor menselijk bloed, te drinken hoeven vampiers geen mensenbloed meer te drinken om te overleven. Vroegere series, films en verhalen over vampiers hebben nooit gebruik gemaakt van deze invalshoek. Mensen en vampiers – althans sommige – proberen vreedzaam samen te leven in *True Blood*, terwijl in andere series/films/verhalen bijna alle mensen geen weet hebben van het bestaan van vampiers. In *Blade* (1998) en *Buffy* heeft de samenleving wel weet van het bestaan van deze wezens, maar er wordt geen poging ondernomen om vreedzaam samen te leven.

In *True Blood* worden er eveneens vampiers geïntroduceerd van een verschillend kaliber. Voor het eerst in een serie die handelt over vampiers, wordt de indruk gecreëerd dat eender wie vampier kan zijn. Dit gaat van de viriele, sterke, aantrekkelijke jongeman en de knappe, zelfzekere jonge vrouw tot de onzekere, corpulente man van middelbare leeftijd en de katholiek opgevoede tiener. Een treffend voorbeeld hiervan speelt zich af in de eerste scène van de eerste aflevering van het eerste seizoen (00:00:51-00:03:50). In deze aflevering “Strange Love” gaat een jong koppel een winkel binnen die



Afbeelding 1: Introductiescène van *True Blood*. Aan de linkerkant een vampier en aan de rechterkant een mens. De vaste schema's die we opgebouwd hebben over het uiterlijk van vampiers zijn niet toepasbaar.

Bron: (S01E01 Strange Love 00:00:51-00:03:50)

‘Tru Blood’ verkoopt omdat ze dit product willen kopen. De uitbater is volledig in het zwart gekleed, heeft ettelijke tatoeages en heeft lang zwart haar (Afbeelding 1, p. 25). In eender welke andere vampierserie is een dergelijk voorkomen een indicatie van vampier zijn. De winkeluitbater doet even alsof hij vampier is om de jongeren op stang te jagen, om daarna al lachend duidelijk te maken dat hij slechts

acterde. Ondertussen is er een normaal ogende man binnengekomen in de winkel die het hele tafereel gadesloeg. Hij onderbreekt de drie en stelt dat dergelijke zaken niet om te lachen zijn. De jongen hecht er geen speciale aandacht aan en laat onbeschocht weten dat ze niet om de man zijn mening gevraagd hebben. De jongen negeert de man en vraagt aan de eigenaar of hij ook vampierbloed kan kopen. Deze reageert positief. De man in de winkel onderbreekt hen opnieuw en vraagt hen onder zachte dwang de

winkel te verlaten. Opnieuw gaat de jongen hier tegenin en begint hij de man uit te schelden, waarop deze zijn hoektanden toont. Het koppel vlucht de winkel uit, de winkeluitbater achterlatend bij de vampier. De vampier waarschuwt de uitbater om nooit meer te doen alsof hij één van hen is, met de bedreiging hem anders te vermoorden. Opgewekt sluit hij de conversatie af met 'have a nice day now!'. Hierna start de begingeneriek.

De kijker heeft tijdens de intro even de tijd om na te denken over wat er net verteld werd. Tijdens deze introductiescène vertelt Alan Ball ons dat *True Blood* niet te vergelijken is met andere series of films over vampiers. De vaste schema's die we opgebouwd hebben op basis van folklore, literatuur, verhalen, films en series over vampiers aangaande hun uiterlijk en karakteristieken kunnen we onmogelijk toepassen wanneer we *True Blood* bekijken. Al vanaf de eerste scène wordt het stereotiepe beeld dat we van vampiers hadden weerlegd. Vermits daadwerkelijk eender wie tot vampier kan gemaakt worden, lijkt deze benaderingswijze van *True Blood* veel aannemelijker dan het consistente beeld dat we geconstrueerd hebben van vampiers als enerzijds sterke, jonge, aantrekkelijke mannen of anderzijds oudere, gemeen ogende mannen.

Innovativiteit komt eveneens tot uiting in de invalshoek van seksuele spanning tussen mensen en vampiers. In andere series of films zoals *Twilight* (2008), *The Vampire Diaries* (2009) en *Buffy the Vampire Slayer* ontstaat er veelal wel een seksuele relatie tussen de hoofdvampier en het heroïsche, maar meestal getormenteerde meisje, maar in *True Blood* creëert Alan Ball een ganse industrie rond seksualiteit tussen mensen en vampiers die we linken aan *groupies* uit de *rock scene*. In de scènes die plaatsvinden in de bar *Fangtasia* te Shreveport, wordt deze connectie het beste duidelijk gemaakt.

Innovatie wordt ook geportretteerd in de hiërarchie die vooropgesteld wordt tussen vampiers. Er is sprake van sheriffs die heersen over districten, koningen, koninginnen en politici die de rechten van vampiers trachten te bepleiten. Er vinden zelfs rechtszaken plaats indien een vampier de wet overtreden heeft. Deze gebeuren op een minder smaakvolle manier dan in ons rechtssysteem, maar het apparaat is er dus wel.

Kellner (1995, p. 16) stelt evenwel dat de concurrentie door kijkcijfers innovatie en experimenten stimuleert om steeds nieuwe kijkers te lokken. Er worden dus producties aangeboden die kunnen choqueren, breken met conventies, sociale kritiek bevatten of ideeën uitdragen die het product zijn van sociale progressieve bewegingen. Jason Mittell (2006, pp. 29-30) meent dat televisie van de afgelopen twee decennia zal herinnerd worden als een tijdperk van narratieve experimenten en innovatie. Hedendaagse televisie heeft de narratieve vormen opnieuw gedefinieerd op een complexe manier. Dit geldt niet voor het merendeel of voor de meest populaire televisieprogramma's, maar er is toch een groot aantal dat innovatieve narratieve technieken hanteert. We beschouwen 'innovatie' dus niet langer als een kenmerk dat eigen is aan louter cultproducties.

2.1.3.2. Badness

We kunnen stellen dat er esthetisch gezien niets slechts is aan de serie *True Blood*. Er wordt gebruik gemaakt van de nieuwste filmtechnieken en er zijn geen technische mankementen. *True Blood* is een vrij recente cultserie en aangaande de esthetiek vermeldden we reeds Pearson en Gwennlian-Jones die van mening zijn dat culttelevisie steeds meer zorg besteedt aan het visuele aspect. De manier waarop er aandacht besteed wordt aan dit visuele aspect, verschilt evenwel van standaardtelevisie. Culttelevisie zal slechts zelden gebruik maken van de standaard Hollywood-formules op vlak van bijvoorbeeld camerastandpunten of montage. Dit wil echter niet zeggen dat omwille van deze reden de kwaliteit van het visuele beeld van culttelevisie niet van een hoog niveau is.

Moreel gezien kunnen we wel spreken van slechtheid. Er is discriminatie ten opzichte van onder andere vampiers en homoseksuelen. Er is eveneens een duidelijke link gemaakt naar de vampiers uit de huidige maatschappij en de geschiedenis van de discriminatie ten opzichte van homoseksuelen. Alan Ball maakt duidelijk dat discriminatie verschoven is van homofobie naar vampirisme. Onder andere door middel van intertekstualiteit legt Ball de link tussen discriminatie ten opzichte van vampiers en homoseksuelen. Een voorbeeld hiervan wordt al duidelijk in de begingeneriek door het opschrift "*God hates fags*". *Fangs* zijn de hoektanden van een vampier dus wanneer we het opschrift letterlijk interpreteren kunnen we stellen dat volgens de radicale christenen God vampiers verafschuwt en dat ze uitgeroeid moeten worden door extremisten. We kunnen het opschrift echter ook op een dieper niveau interpreteren. Begin de negentiende eeuw was de haat ten opzichte van homoseksuelen uiterst groot en ze werden gestigmatiseerd met allerlei scheldwoorden zoals bijvoorbeeld *fags*. Zodoende kunnen we ons perfect inbeelden dat in de tijden toen homofobie op haar hoogtepunt was, opschriften als "*God hates fags*" frequent met graffiti de muren ontsierden.

Wat nog als moreel slecht kan beschouwd worden, is de telepathische kracht van hoofdpersonage Sookie Stackhouse. Zij kan de gedachten lezen van mensen. Dit kunnen we beschouwen als schending van het basisrecht privacy. Ook al probeert Sookie zoveel mogelijk om niet in te luisteren bij andere mensen, toch luistert ze – naarmate de serie vordert – steeds vaker in bij mensen wanneer ze iets tracht uit te zoeken of wanneer ze merkt dat iemand zaken verborgen houdt voor haar. Bev Katz Rosenbaum (2010, p. 203) meent dat de telepathische kracht van het personage van Sookie een aanklacht is die uitgaat van de makers van de serie op de huidige cultuur met *overshearing* als sleutelwoord. Door de ICT technologieën staat iedereen in verbinding met elkaar en is het een kleine moeite om de *whereabouts* te weten te komen van eender wie – alsook *wat* ze aan het doen zijn.

Er komen verschillende morele kwesties aan bod in *True Blood*. Enkele voorbeelden zijn het overdadig alcoholgebruik van Lettie Mae Thornton, wat resulteert in het mishandelen van haar dochter Tara, de kindermishandeling van Tommy Mickens door zijn ouders Melinda en Joe Lee, aantijgingen tegen homoseksualiteit, de zelfmoordpoging van Tara, de incestueuze verhouding tussen Bill Compton

en Portia Bellefleur en de verkrachtingen van Tara Thornton en Jason Stackhouse. Dit zijn verscheidene maatschappelijke problematieken waar *True Blood* op inspeelt en telkens 'het kwade' afstraft. Op de website van HBO zijn er video's terug te vinden waar de cast van *True Blood* zich inzet voor The Trevor Project, een non-profitorganisatie die steun biedt aan jongeren die het moeilijk hebben, in het bijzonder jongeren met een andere geaardheid. Leden van de cast roepen de jongeren op om hulp te zoeken en vol te houden met de boodschap "It gets better". Sommigen onder hen getuigen met een persoonlijk verhaal dat illustreert dat ook zij het moeilijk hebben gehad, maar niet hebben opgegeven.

2.1.3.3. Transgressie

Er is vooral sprake van transgressie in de personages. De traditionele grenzen van goed en kwaad worden voortdurend overschreden waardoor het geen sinecure is om de personages te categoriseren onder de noemers goed of slecht. Zo is er Bill Compton, de eerste vampier waarmee we kennismaken in de reeks, die in vergelijking met alle andere vampiers ogenschijnlijk de held is van het verhaal. Dit beeld wordt gedurende twee seizoenen volgehouden, tot op het punt dat het personage van Bill in seizoen drie 'fouten' begint te maken, waardoor het publiek kan twijfelen aan zijn imago. Alsof er opzettelijk met inversie gewerkt wordt, is er vampier Eric Northman die hetzelfde patroon volgt als Bill, maar dan tegengesteld.

Het personage van Lafayette Reynolds, de homoseksuele Afro-Amerikaan, heeft evenzeer met transgressie te kampen. Lafayette is drugdealer en occasioneel gebruiker van zowel softdrugs als harddrugs, inclusief vampierbloed. Naast zijn jobs als lid van de *road crew* en kok in *Merlotte's Bar and Grill*, verdient hij geld als prostituee. De praktijken waarmee Lafayette zich inlaat, zijn allesbehalve fatsoenlijk te noemen, maar door zijn innemend karakter en zijn algemene goedheid oordelen we minder streng dan wanneer iemand met een slechte persoonlijkheid hetzelfde zou doen. Er is transgressie terug te vinden in elk personage, alsook in verschillende situaties, maar we kiezen ervoor om enkel bovenstaande als voorbeeld te vermelden vermits de focus van dit onderzoeksrapport niet bestaat uit een alomvattende analyse van de serie.

2.1.3.4. Genrehybridisering

Het cultkenmerk genrehybridisering kan volgens Mathijs en Mendik door cultproducties op twee manieren benaderd worden. De eerste manier waarop genres aangehaald worden door cultproducties is volgens het premodernisme. Wanneer dit voorkomt, worden verschillende genres aangevoerd die cultuur carnaliseren, in plaats van deze naar waarde te schatten. Indien de voorkomende genres eindeloos reflecteren naar cultuur, spreken we van postmodernisme. De generische grenzen worden niet gerespecteerd door cultproducties doordat ze een amalgaam gaan creëren van genres of op

hyberbolische wijze de spot drijven met de ongeschreven regels van de genres (Mathijs & Mendik, 2008, p. 2).

Dit cultkenmerk komt voor in *True Blood* in de vorm van de eerste betekenis van het woord, namelijk het multipel voorkomen van verschillende genres. Voorbeelden zijn thriller, erotische thriller, horror, fantasy en in mindere mate historisch en romantiek. We willen hier echter de opmerking maken dat genrehybridisering geen uitzondering meer vormt in zowel film als televisie. Steven Neale (1990, p. 57-62) meent dat genres tijdelijk zijn. Genreclassificaties en generische regimes veranderen doorheen de tijd. Neale meent dat genres als processen moeten worden beschouwd, die gelijktijdig getypeerd worden door zowel herhaling als verandering en variatie. Mittell (2004, p. xi) meent dat televisie in het postmoderne tijdperk gekarakteriseerd wordt door een zekere gradatie van genrehybridisering waardoor de notie van zuivere genres achterhaald is.

2.1.3.5. Intertekstualiteit

Volgens Mathijs en Mendik is dit aspect een cruciaal element van een cultproductie. Er kan gerefereerd worden naar films of series, maar evenzeer naar mythische verhalen en historische culturen. Wanneer intertekstualiteit uiterst subtiel gebeurt, zijn er vaak inside jokes voor het aandachtige publiek. Dit cultkenmerk is talrijk aanwezig in *True Blood*. Vooreerst zijn er verschillende verwijzingen naar Charlaine Harris, de schrijfster van de boeken waarop *True Blood* gebaseerd is. In de eerste aflevering van het eerste seizoen, is er een foto te zien van haar achter de toeg in *Merlotte's Bar and Grill* (00:46:09). In diezelfde aflevering zien we dat Adele Stackhouse, de grootmoeder van Sookie en Jason, het boek "*Last Scene Alive*" leest van Harris (Afbeelding 9, p. 1). In de derde aflevering van het vierde seizoen zien we dat ook Sookie een boek van Harris leest (Afbeelding 10, p. 1). In de negende aflevering van datzelfde seizoen verzamelt Hoyt Fortenberry de spullen van zijn ex-vriendin, de vampier Jessica Hamby. We merken dat Jessica de boeken van *Twilight* leest, wat erop duidt dat zij met haar zeventienjarige leeftijd te jong is voor de boeken van Harris (Afbeelding 11, p. 2).

Wat betreft intertekstualiteit naar film en televisie zijn er ook verschillende voorbeelden, waarvan we er slechts enkele zullen opsommen. Sam Merlotte mijmert in de derde aflevering van het eerste seizoen, "Mine", dat hij zou willen dat Blade of Buffy komt (00:39:57). In het eerste seizoen is Sam nog geen voorstander van de vampiers, vandaar de verwijzingen naar de vampier-doders uit de populaire cultuur. In de achtste aflevering van het eerste seizoen, "The Fourth Man In The Fire", vertelt de vampier Eddie Fournier aan Lafayette dat hij stevast uitkijkt naar maandagavonden vermits de serie *Heroes* (2006-2010) dan op televisie is en daarna Lafayette hem bezoekt (00:43:25). Er zijn twee verwijzingen naar de film *Psycho* (1960) van Alfred Hitchcock. Wanneer Hoyt zijn moeder, Maxine Fortenberry, in de twaalfde aflevering van het tweede seizoen, "Beyond Here Lies Nothin", verbiedt om het huis te verlaten wanneer ze bezeten is door de maenad Maryann Forrester klaagt ze

‘What would it do you to keep your own mother locked up in her own house, Norman Bates!’ (00:05:51). Bates is het hoofdpersonage in *Psycho* die zijn moeder vermoordde en haar lichaam bewaarde in huis in plaats van haar te begraven. De tweede referentie naar *Psycho* komt voor in de negende aflevering van het derde seizoen wanneer Sookie en Bill samen douchen om het bloed van zich af te spoelen en wanneer er wordt ingezoomd op de afvoer wanneer het bloed wegstroomt, net zoals in *Psycho* (Afbeelding 12, p. 2). In de twaalfde aflevering van tweede seizoen, “Beyond Here Lies Nothin”, zegt Jason wanneer hij met sheriff Andy Bellefleur van plan is een einde te maken aan de gekte die gecreëerd wordt door Maryann Forrester ‘Say hello to my new friend. Hasta la vista, baby. I love the smell of nail polish in the morning’ (00:12:12). Jason maakt hier verwijzingen naar respectievelijk *Scarface* (1983) – origineel ‘Say hello to my little friend’, *Terminator 2: Judgment Day* (1991) en *Apocalypse Now* (1979) – origineel ‘I love the smell of napalm in the morning’. Aangaande de actualiteit zijn er eveneens intertekstuele verwijzingen. De tweede aflevering van het eerste seizoen toont de voorpagina van een magazine, waarop we kunnen lezen “Angelina adopts vampire baby” (Afbeelding 13, p. 2) en in de vierde aflevering van het eerste seizoen merken we op de achtergrond in *Fangtasia* een portret van George W. Bush die als vampier het Vrijheidsbeeld – dat symbool staat voor Amerika – draineert, met mogelijks de dood als gevolg (Afbeelding 14, p. 3). Het eerste seizoen van *True Blood* kwam uit in 2008, toen Bush nog president was. Via dit portret wordt op een subtiele manier duidelijk gemaakt wat de politieke standpunten zijn van de makers van de reeks. Om te besluiten halen we enkele voorbeelden aan van intertekstualiteit wat betreft muziek. Deze behoren tot de meeste subtiele referenties. In de eerste aflevering van het eerste seizoen, “Strange Love”, draagt Jason Stackhouse een t-shirt van de *southern* rockband Lynyrd Skynyrd (00:31:10). Verschillende nummers van deze groep sluiten nauw aan bij de persoonlijkheid van Jason. *Cheatin’ Woman*, *Country Boy*, *Junkie*, *On The Hunt*, *Simple Man*, *Southern Women*, *Swamp Music* en *The Last Rebel* zijn hier enkele voorbeelden van. In de tweede aflevering van datzelfde seizoen, “The First Taste”, draagt Jason een t-shirt van de *southern* metalband Alabama Thunderpussy (00:28:11). Deze groep heeft enkele nummers die verband houden met het thema en de verhaallijnen van *True Blood*, zoals *Lunar Eclipse*, *Twilight Arrival* en *Shape-Shifter*.

Sarah Cardwell (2002, p. 92) maakt wel de opmerking dat televisie vaak gebruik maakt van intertekstualiteit. Volgens haar is televisie opgebouwd uit parodieën, pastiche en openlijke referenties die de ene televisietekst linken aan een andere. Ook Lincoln Geraghty (2011, p. xix) meent dat hybridisering en intertekstualiteit deel uitmaken van hedendaagse televisieprogramma’s. Op basis van deze stellingen oordelen we dat intertekstualiteit als kenmerk niet exhaustief mag toegeschreven worden aan cultproducties.

2.1.3.6. Loose ends

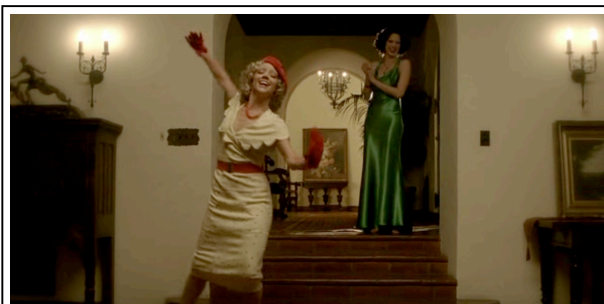
Wanneer cultproducties dit cultkenmerk integreren, resulteert dit vaak in bruuske of problematische eindes. Ook *True Blood* maakt hier frequent gebruik van. Aan het einde van elke aflevering en in het bijzonder aan het slot van elk seizoen wordt een cliffhanger geportretteerd die de kijkers moet engageren om respectievelijk af te stemmen op de volgende aflevering en het volgende seizoen. We willen hier echter opmerken dat er tegenwoordig zelden nog televisieprogramma's zijn – zelfs onder de sitcoms – die geen gebruik maken van deze techniek (Ariano & Bunting, 2006, p. 54). De definitie van Mathijs en Mendik stipuleert dat *loose ends* ook kunnen voorkomen onder de vorm van disrupties in de continuïteit als het gevolg van *deleted scenes* op vraag van bijvoorbeeld censuurapparaten. Dergelijke instellingen zijn in het postmoderne televisietijdperk zodanig afgezwakt dat ze amper nog optreden, tenzij indien het echt nodig is. Daarenboven is *True Blood* een productie van een betaalzender, wat ertoe leidt dat censuur hier ook minder wordt toegepast. Ons bewust zijnde van deze informatie besluiten we dat dit cultkenmerk achterhaald is geworden wat betreft nieuwe cultproducties.

2.1.3.7. Nostalgie



Afbeelding 2: Lorena Krasiki blikt met heimwee terug op de "Golden twenties", toen ze nog samen was met Bill Compton. De sfeer, klasse, setting, muziek en kledij dragen bij tot een gevoel van nostalgie.

Bron: (S02E06 Hard-Hearted Hannah 00:06:27)



Afbeelding 3: Bill Compton denkt verbitterd terug aan het jaar 1935 toen hij nog samen was met Lorena Krasiki. De sfeer, klasse, setting, muziek en kledij dragen bij tot een gevoel van nostalgie.

Bron: (S02E07 Release Me 00:06:30)

Dit cultkenmerk wordt beschouwd als een kernelement wanneer het in staat is om een gevoel van nostalgie op te wekken. Dit kan gebeuren door de personages zelf als ze verlangen naar een geïdealiseerd verleden, maar nog vaker genereren de cultproducties in dit geval een nostalgisch effect bij de kijker. De scènes die dit cultkenmerk implementeren, komen voor wanneer de vampiers terugblikken op een vroegere periode aan de hand van flashbacks. Zo is er Lorena Krasiki, de maakster van Bill Compton, die in de zesde aflevering van het tweede seizoen terugblijkt op haar tijd met Bill in het jaar 1926 (Afbeelding 2, p. 31). De sfeer die de setting en de kledij uitstralen, wekken een gevoel op van klasse en verfijning. Bill blikt in de zevende aflevering van het tweede seizoen terug op het jaar 1935 toen hij met Lorena in Los Angeles vertoefde. Deze scène straalt hetzelfde aura uit als het vorige

voorbeeld. Het eerste voorbeeld is een combinatie van zowel nostalgie door de personages als nostalgie vanwege de kijker, terwijl het tweede voorbeeld slechts nostalgie vanwege de kijker kan oproepen, aangezien Bill geen heimwee heeft naar die periode (Afbeelding 3, p. 31). In de zesde aflevering van het derde seizoen, “I Got a Right to Sing the Blues”, stelt Lorena ‘I do miss the 1930s. Such style, elegance. People knew how to behave. Knew what was expected of them. Knew how to avoid tragedies for the people they loved’ (00:19:40). We beschouwen dit opnieuw als een voorbeeld van nostalgie vanwege een personage.

2.1.3.8. Gore

Dit aspect is volgens Mathijs en Mendik een garantie om een productie cultstatus te garanderen. Er wordt oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal weergegeven en er kan een aanslag gevormd worden op de psychische integriteit van de kijker door bijvoorbeeld verval, verminking en kannibalisme te portretteren. Dit cultkenmerk is talrijk aanwezig in *True Blood* waardoor we genoodzaakt zijn een selectie te maken. In de negende aflevering van het eerste seizoen doodt Bill Compton de vampier Longshadow om Sookie te beschermen. Sookie gebruikt haar telepathische krachten in opdracht van Eric Northman om te ontdekken wie geld ontvreemdt uit de kassa van Fangtasia. Eenmaal Sookie ontdekt dat het de barman Longshadow betreft, valt deze haar aan met het plan haar te doden. Bill grijpt snel in en drijft een houten staaf door zijn lichaam. Het bloederige tafereel doet Ginger, het barmeisje van Fangtasia, overgeven (Afbeelding, p. 32). De beelden zijn bijzonder expliciet en vallen onder het cultkenmerk *gore*.



Afbeelding 4: Sookie Stackhouse wordt aangevallen door de vampier Longshadow. Bill Compton grijpt in en doodt hem (links). Sookie wordt volledig bedekt met bloed (midden) en het bloederige tafereel doet Ginger overgeven (rechts).

Bron: (S01E09 Plaisir D'Amour 00:02:02)

In de twaalfde aflevering van seizoen één, “You’ll Be the Death of Me”, wordt Drew Marshall, alias René Lenier, uit zelfverdediging vermoord door Sookie. Sookie had ontdekt dat René verschillende vrouwen vermoord had die sympathie toonden voor vampiers, waaronder Adele Stackhouse. De manier waarop Drew vermoord wordt, kunnen we eveneens plaatsen onder *gore* (Afbeelding 15, p. 3). In het tweede seizoen wordt Maryann geïntroduceerd. Zij is een maenad, een nimf die de god Dionysos vereert. Maryann is in staat om mensen op verschillende manieren aan haar te binden.

Kannibalisme is hier een voorbeeld van. In de achtste aflevering van seizoen twee bereidt ze een stoofpotje dat het hart bevat van Daphne Landry. Ze overtuigt Tara Thornton en Benedict ‘Eggs’ Talley om het gerecht op te eten waardoor beiden onder haar invloed komen (Afbeelding, p. 33).



Afbeelding 5: Maryann vermoordt Daphne en met het hart (links) bereidt ze een stoofpotje dat ze “Hunter Souffle” noemt (midden). Ze serveert het aan Tara en Eggs die met veel smaak het bloederige gerecht opeten en daardoor bezeten worden.

Bron: (S02E08 Timebomb 00:18:18)

Aan het einde van het seizoen organiseert Maryann een stadsorgie en zijn alle inwoners van Bon Temps onder haar invloed. De inwoners worden psychisch gemanipuleerd tot op het punt dat hun meest dierlijke instincten aan de oppervlakte komen. Sodom en Gomorra, maar dan in Bon Temps. Jane Bodehouse was in die mate bezeten dat ze haar eigen vinger afsneed als offer aan Dionysos

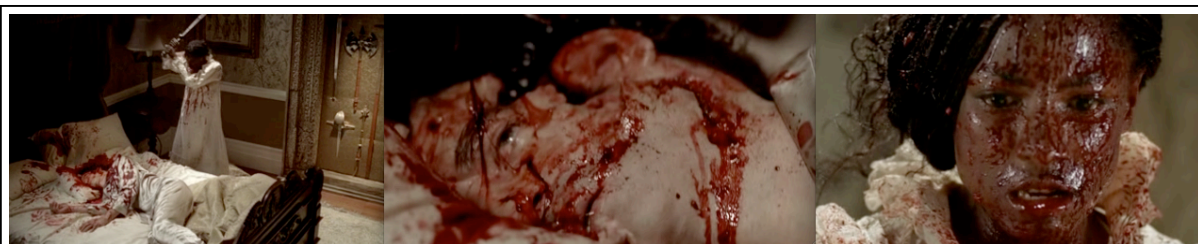


Afbeelding 6: Jane Bodehouse snijdt haar ringvinger af wanneer ze onder de invloed is van Maryann, de maenad. Ze doet dit als offer aan de god Dionysos, die Maryann probeert op te roepen.

Bron: (S02E11 Frenzy 00:38:59)

(Afbeelding, p. 33). In de derde aflevering van het derde seizoen, “It Hurts Me Too”, wordt Lorena brutaal verkracht door Bill. Hij koestert een diepe haat ten opzichte van haar in die mate dat hij haar hoofd 180° draait zodat hij haar gezicht niet langer hoeft te zien terwijl hij haar verkracht (Afbeelding 16, p. 3). In de zesde aflevering van het derde seizoen, “I

Got a Right to Sing the Blues”, zijn er verschillende voorbeelden van *gore*, waarvan we er twee zullen aanhalen. Wanneer Franklin Mott, de labiele vampier die Tara gevangen houdt en haar tot zijn bruid wil maken, zegt aan Tara ‘Bite me. Bite into my flesh, taste my blood, my sinew, my bones. Open me up. Taste me, drink me, feed on me’ is ze aanvankelijk argwanend, tot ze beseft dat ze geen keuze heeft (00:24:40). Het beeld dat daarop volgt, is Tara die ingaat op de wens van Franklin en een stuk uit zijn vlees bijt (Afbeelding 17, p. 4). Later in diezelfde aflevering, wanneer Franklin slaapt, gaat Tara in de tegenaanval en slaat ze zijn schedel in met een middeleeuws wapen dat als decoratie aan de muur hangt. Ze blijft aanvallen tot er nog maar weinig van het hoofd van Franklin overblijft. De expressieve beelden in beide scènes beschouwen we als het typevoorbeeld van *gore* (Afbeelding, p. 34).



Afbeelding 7: Wanneer Franklin slaapt, valt Tara hem aan met een middeleeuws wapen dat in de kamer hangt als decoratie (links). Ze slaat zijn schedel in (midden) en gaat net zo lang door tot hij niet langer beweegt en zij vol bloed hangt (rechts).

Bron: (S03E06 I Got a Right to Sing the Blues 00:45:49)

Het laatste voorbeeld van *gore* dat we zullen aanhalen, situeert zich in de negende aflevering van het



Afbeelding 8: Vampierkoning Russell Edgington breekt binnen in een televisiestation en doodt het nieuwsanker met één hand. Hij extraheert de ruggengraat uit het lichaam en neemt dan de plaats in van het nieuwsanker om televisiekijkend Amerika te waarschuwen.

Bron: (S03E09 Everything Is Broken 00:55:19)

derde seizoen. Russell Edgington, de vampierkoning van Mississippi, verzet zich tegen de autoriteiten en het gerechtssysteem van de vampiers. Het is zijn wens om de Vampire Rights Amendment te boycotten vermits hij niet achter het idee staat dat mensen en vampiers gelijk zijn. Volgens hem zijn vampiers superieur en moeten mensen hen vrezen. Hij stipuleert

zijn gedachtegoed door binnen te dringen in een live nieuwsuitzending, het nieuwsanker te doden en zijn eigen ideeën mede te delen aan televisiekijkend Amerika (Afbeelding, p. 34). Hij uit eveneens enkele bedreigingen en stelt dat mensen niet mogen misleid worden door wat de vampiers in de politiek allemaal stellen. Zoals reeds gesteld, zijn dit slechts enkele van de vele voorbeelden van het cultkenmerk *gore* in *True Blood*.

2.1.3.9. Humor

Humor behoort niet tot één van de cultkenmerken uit de definitie van Mathijs en Mendik, maar is door ons toegevoegd vermits de literatuur voorschrijft dat humor en horror steeds vaker samengaan. Aangezien ons onderzoeksobject een groot aantal *gore*-elementen bevat, die nauw gerelateerd zijn aan het genre horror, besluiten we om humor dan ook te integreren in ons onderzoek. Uit de literatuurstudie blijkt dat humor vaak gebruikt wordt binnen het horrorgenre om het niveau van pijntolerantie te verhogen. Ook *True Blood* maakt gebruik van deze techniek. Er zijn verschillende scènes met een hoog *gore*-gehalte die vervolgens voor een stuk geneutraliseerd worden door een humoristisch element te integreren. Het beste voorbeeld vindt waarschijnlijk plaats in de negende aflevering van het derde seizoen wanneer vampierkoning Russell Edgington een nieuwsanker doodt

op live televisie en vervolgens verschillende bedreigingen adresseert aan het kijkerspubliek. Russell sluit zijn monoloog luchtig af met de woorden ‘And now time for the weather, Tiffany?’, waarop hij een lieflijke glimlach op zijn gezicht tovert.

2.2. Surveyanalyse

2.2.1. Steekproefomschrijving

2.2.1.1. Algemeen

In de volgende overzichtstabel groeperen we de verschillende sociodemografische gegevens. We vermelden telkens het aantal respondenten en het percentage van de totale steekproef dat tot een bepaalde groep behoort. De totale steekproef bestaat uit 347 respondenten. Wat betreft de sociodemografische gegevens bevroegen we de respondenten op geslacht, geboortjaar, woonplaats en studierichting.

Sociodemografisch	Groep	Aantal	Percentage
Geslacht	Man	50	14,4 %
	Vrouw	297	85,6 %
Geboortjaar	1991	2	0,6 %
	1992	6	1,7 %
	1993	51	14,7 %
	1994	198	57,1 %
	1995	86	24,8 %
	1996	4	1,2 %
Geografie	West-Vlaanderen	311	89,6 %
	Antwerpen	29	8,4 %
	Oost-Vlaanderen	3	0,9 %
	Henegouwen	3	0,9 %
	Nederland	1	0,3 %
Studierichting	ASO	83	23,9 %
	TSO	188	54,2 %
	BSO	76	21,9 %

Tabel 1: samenvattingstabel sociodemografische gegevens

2.2.1.2. Sociodemografische gegevens

2.2.1.2.1. *Geslacht*

Uit de overzichtstabel en het bijhorende taartdiagram (Figuur 2, p. 1) besluiten we dat de meerderheid van de respondenten meisjes zijn. Alvorens te beslissen om de mannelijke respondenten uit de steekproef te halen gingen we na hoe de verdeling van het geslacht is in de verschillende studierichtingen. Vermits de mannelijke leerlingen mooi verspreid zijn onder de studierichtingen, wat later in dit onderzoeksrapport geïllustreerd wordt, besloten we om hen niet uit de survey te filteren. Aangaande de vertegenwoordiging van de geboortejaren in ‘geslacht’ zijn er eveneens amper verschillen (Figuur 3, p. 1).

2.2.1.2.2. *Geboortejaar*

Het histogram (Figuur 4, p. 1) illustreert dat meer dan de helft van de respondenten geboren zijn in het jaar 1994. Deze groep wordt gevolgd door respectievelijk de jaren 1995, 1993, 1992, 1996 en 1991. Indien we geen rekening houden met de mogelijkheid dat de leerlingen één of meerdere jaren blijven zitten hebben, vertelt deze grafiek ons dat 198 leerlingen afkomstig zijn uit het zesde middelbaar, 86 uit het vijfde middelbaar, 51 uit een zevende specialisatiejaar of het eerste jaar hoger onderwijs, 6 uit het tweede jaar hoger onderwijs, 4 uit het vierde middelbaar en 2 uit het derde jaar hoger onderwijs. Vermits we de online survey enkel verspreid hebben onder middelbare scholen moeten we ervan uitgaan dat de respondenten uit 1991, 1992 en eventueel ook 1993 – indien het hier geen zevende specialisatiejaar betreft – één of meerdere jaren hebben blijven zitten.

2.2.1.2.3. *Geografie*

Het taartdiagram (Figuur 5, p. 2) geeft aan dat 90% van de respondenten uit de steekproef afkomstig zijn uit West-Vlaanderen. In de methodologie vermeldden we reeds dat naargelang de resultaten binnenkwamen, we toen al vaststelden dat Antwerpen en Oost-Vlaanderen opvallend ondervertegenwoordigd waren. Eenmaal deze vaststelling gemaakt was ondernamen we verschillende pogingen om de scholen uit deze provincies aan te manen de enquête te verspreiden onder de leerlingen. De 8% die afkomstig is uit Antwerpen en de 1% uit Oost-Vlaanderen laat ons vermoeden dat de scholen uit deze provincies de survey niet klassikaal hebben laten invullen, maar de link naar de survey onder de leerlingen verspreid hebben zodat zij deze thuis konden invullen. Dit zou het lage percentage verklaren, aangezien de leerlingen op deze manier niet verplicht zijn om de vragenlijst in te vullen. De drie leerlingen die afkomstig zijn uit Henegouwen zitten hoogstwaarschijnlijk in West-Vlaanderen of Oost-Vlaanderen op school, wanneer we ons baseren op de afstand. We merken ook dat één leerling afkomstig is van Nederland. We zullen in onze analyses niet testen op verschillen tussen provincies of woonplaatsen aangezien er te weinig respondenten zijn in de provincies, West-Vlaanderen buiten beschouwing latend. Indien we hier toch uitspraken over zouden doen, is het

onwaarschijnlijk dat de resultaten van Antwerpen, Oost-Vlaanderen, Henegouwen en Nederland voldoende representatief zouden zijn.

2.2.1.2.4. Studierichting

Van alle respondenten uit de steekproef is 54,2% afkomstig uit het TSO, 23,9% uit het ASO en 21,9% uit het BSO (Figuur 6, p. 2). Om een duidelijker beeld te krijgen van de respondenten uit de steekproef keken we eveneens naar de verschillende richtingen binnen de drie grote stromingen (Figuur 7, p. 2). Gezondheids- en Welzijnswetenschappen betreft de grootste groep leerlingen (TSO), gevolgd door Haarzorg (BSO), Sociaal- en Technische Wetenschappen (TSO), Techniek-Wetenschappen (TSO) en Humane Wetenschappen (ASO). Deze informatie gebruiken we louter in de steekproefomschrijving. De vertegenwoordiging van de geboortejaren in de verschillende studierichtingen toont geen opvallende zaken (Figuur 8, p. 3). Zoals reeds vermeld bij de omschrijving van de groep ‘geslacht’, gingen we na hoe de jongens en meisjes vertegenwoordigd zijn binnen de drie studierichtingen. Het histogram (Figuur 9, p. 3) toont aan dat de mannelijke respondenten gelijk vertegenwoordigd zijn binnen de verschillende studierichtingen in de steekproef. Aangezien zowel de vrouwelijke als de mannelijke respondenten gelijk vertegenwoordigd zijn binnen de richtingen, kiezen we ervoor om de verdere analyses te toetsen op geslacht en studierichting.

2.2.2. Algemene bevindingen

2.2.2.1. Kijkpatroon

In de volgende overzichtstabel verzamelen we de verdeling van het aantal respondenten aangaande hun kijkpatroon. We vermelden telkens het aantal respondenten en het percentage van de totale steekproef dat tot een bepaalde groep behoort. Binnen het kijkpatroon van de leerlingen maken we een onderverdeling tussen het kijkgedrag en welk medium ze gebruiken om series te bekijken. Hier hadden de respondenten de mogelijkheid om meerdere antwoorden te selecteren. De som van de respondenten die geantwoord hebben bij ‘medium’ vormt dus geen 347, vermits bepaalde respondenten meer dan één medium gebruiken om series te bekijken.

Kijkpatroon	Groep	Aantal	Percentage
Kijkgedrag	Licht	16	4,6 %
	Middelmatig	89	25,6 %
	Zwaar	242	69,7 %
Medium	Televisie	322	92,8 %
	DVD	65	18,7 %

	Online streaming	58	16,7 %
	Online download	63	18,2 %

Tabel 2: samenvattingstabel kijkpatroon

2.2.2.1.1. *Kijkgedrag*

De respondenten worden ingedeeld in lichte, middelmatige of zware kijkers op basis van hun kijkgedrag. Deze onderverdeling baseerden we op hun antwoorden op de vraag “kijk je vaak series?” (Tabel 14, p. 1). De respondenten die nooit of slechts één keer per maand series bekijken, beschouwen we als lichte kijkers. De respondenten die series bekijken tijdens de vakanties en op vrije dagen of één keer per week, beschouwen we als middelmatige kijkers. De respondenten die ‘andere’ geantwoord hebben, plaatsen we eveneens onder deze groep. Leerlingen die meerdere keren per week of elke dag series bekijken, categoriseren we bij zware kijkers. Uit de samenvattingstabel en het taartdiagram (Figuur 10, p. 3) leiden we af dat de meerderheid van de respondenten uit de steekproef zware kijkers zijn (70%), gevolgd door middelmatige kijkers (26%) en lichte kijkers (4%). Vervolgens willen nagaan hoe deze verdeling is voor geslacht en studierichting. Hiervoor gebruiken we histogrammen met 100% *stacked columns*. In het histogram waar we kijkgedrag uiteengezet hebben op geslacht (Figuur 11, p. 4) zien we dat er percentueel meer vrouwelijke zware kijkers zijn dan mannelijke. Wat betreft lichte kijkers geldt het omgekeerde, maar dan in mindere mate. Wanneer we het kijkgedrag bekijken in de verschillende studierichtingen (Figuur 12, p. 4) zien we dat er percentueel meer zware kijkers zitten in het BSO dan in het TSO en het ASO. Percentueel zitten er het minst zware kijkers in het ASO.

2.2.2.1.2. *Medium*

We vroegen de respondenten “indien je naar series kijkt, via welk medium doe je dit?” en gaven de antwoordmogelijkheden ‘televisie’, ‘DVD’, ‘online gedownload’ en ‘online streaming’. De leerlingen hadden de gelegenheid om meerdere opties aan te geven. We zien dat 93% van de totale steekproef series bekijkt op televisie, waarvan 17% van de totale steekproef ook series op DVD bekijkt (Tabel 15, p. 1 en Figuur 13, p. 4). Uit de samenvattingstabel (Tabel 2, p. 38) kunnen we opmerken dat minder dan 20% van de respondenten series online bekijkt. Online streaming gebeurt in de steekproef over het algemeen minder dan online downloaden. Deze resultaten willen we testen op zowel geslacht als studierichting. Wat betreft het medium televisie zijn er geen significante verschillen in percentuele verdeling ten opzichte van de totale steekproef indien we een onderscheid maken op basis van geslacht (Figuur 14, p. 5) en is er slechts een klein verschil indien we een onderscheid maken op basis van studierichting (Figuur 15, p. 5). Leerlingen uit het ASO kijken iets minder naar series op televisie dan leerlingen uit het TSO en BSO, alsook leerlingen uit het TSO kijken iets minder via televisie naar series dan de respondenten uit het BSO. Voor het medium DVD zijn er opnieuw geen significante verschillen merkbaar in de percentuele verdeling ten opzichte van de steekproef indien we een

onderscheid maken op basis van geslacht (Figuur 16, p. 5). We kunnen daarentegen wel stellen dat de leerlingen uit het BSO in de steekproef minder naar series kijken op DVD dan de leerlingen uit de twee andere studierichtingen (Figuur 17, p. 6). Waar er geen verschillen merkbaar waren in de percentuele verdeling op basis van geslacht voor televisie en DVD, zijn deze er wel voor online downloaden en online streaming. Mannelijke respondenten uit de steekproef bekijken eerder series online dan vrouwen (Figuur 18, p. 6 en Figuur 20, p. 7). Leerlingen uit het TSO maken het meest gebruik van online downloaden voor het bekijken van series (Figuur 19, p. 6), terwijl de leerlingen uit het ASO het meest gebruiken van online streaming voor dezelfde doeleinden (Figuur 21, p. 7). Ten slotte willen we de resultaten toetsen aan het kijkgedrag. We merken dat de zware kijkers meer series bekijken via televisie dan middelmatige en lichte kijkers (Figuur 22, p. 7). Voor DVD zijn er geen verschillen (Figuur 23, p. 8), terwijl er voor zowel het online downloaden als voor het online streamen percentueel meer middelmatige kijkers zijn dan lichte of zware kijkers (Figuur 24, p. 8 en Figuur 25, p. 8).

2.2.2.2. Plaats van series in de beeldcultuur van jongeren

In de volgende overzichtstabel verzamelen we de verdeling van het aantal respondenten aangaande de plaats van series in hun beeldcultuur. We vermelden telkens het aantal respondenten en het percentage van de totale steekproef dat tot een bepaalde groep behoort. Binnen de plaats van series in de beeldcultuur van jongeren maken we een onderverdeling tussen ‘koop- en huurgedrag’, ‘genrevoorkeur’, ‘de manier van series kijken’ en ‘aantrekkingsfactoren’. Bij ‘genrevoorkeur’, ‘manier van series kijken’ en ‘aantrekkingsfactoren’, hadden de respondenten de mogelijkheid om meerdere antwoorden te selecteren. De som van de respondenten die geantwoord hebben bij deze drie vragen vormt dus geen 347, vermits bepaalde respondenten meerdere antwoordmogelijkheden aangeduid hebben.

Plaats in beeldcultuur	Groep	Aantal	Percentage
Koop je soms series op DVD box?	Nooit	216	62,2 %
	Al één keer gedaan	62	17,9 %
	Al meerdere keren gedaan	65	18,7 %
	Altijd	3	0,90 %
Huur je soms series?	Nooit	265	76,40 %
	Al één keer gedaan	28	8,10 %
	Al meerdere keren gedaan	53	15,30 %
	Altijd	1	0,30 %

Genrevoorkeur	Komedie	285	82,13 %
	Romantiek	232	66,86 %
	Drama	175	50,43 %
	Misdaad	186	53,60 %
	Animatie	75	21,61 %
	Medisch	118	34,01 %
	Thriller	117	33,72 %
	Horror	77	22,19 %
	Muzikaal	63	18,16 %
	Cult	42	12,10 %
	Oorlog	42	12,10 %
	Historisch	49	14,12 %
Hoe kijk je series?	Alleen	210	60,52 %
	Met vriend(in)	105	30,26 %
	Met vrienden	91	26,22 %
	Met familie	142	40,92 %
Aantrekkingsfactoren	Humor	279	80,40 %
	Spanning	306	88,20 %
	Raakpunten	124	35,70 %
	Escapisme	55	15,90 %
	Romantiek	185	53,30 %
	Kostumering	24	6,90 %
	Aantrekkelijke personages	148	42,70 %
	Sensatie	131	37,80 %

Tabel 3: samenvattingstabel plaats van series in de beeldcultuur van jongeren

2.2.2.2.1. Koop- en huurbedrag

Uit de samenvattingstabel (Tabel 3, p. 40) leiden we af dat er één leerling niet geantwoord heeft op de vraag “koop je soms series op DVD box?” vermits de som van de respondenten 346 is. Deze respondent hebben niet meegerekend wanneer we de resultaten uiteenzetten op geslacht en studierichting. We zien ook dat minder dan 40% van de totale steekproef ooit al eens een serie op

DVD box gekocht heeft, waarvan ongeveer 20% van de totale steekproef dit al meerdere keren heeft gedaan. Meer dan de helft van de leerlingen uit de steekproef (62,2%) heeft echter nog nooit een dergelijke aankoop gedaan. Een gelijkaardige trend gaat op voor de vraag “huur je soms series?”. Daar heeft ongeveer een kwart van de totale steekproef ooit al eens een serie gehuurd, waarvan 15% van de totale steekproef dit al meerdere gedaan heeft. Drie kwart van de steekproef (76,4%) heeft nog nooit een serie gehuurd in de videotheek.

Vervolgens kijken we of er verschillen zijn voor beide stellingen op basis van geslacht en studierichting. Wat betreft het koopgedrag zijn het de mannelijke respondenten uit de steekproef die iets sneller een serie op DVD box kopen dan de vrouwelijke respondenten (Figuur 26, p. 9). Wanneer we gaan kijken op basis van studierichting, merken we dat de leerlingen uit het BSO in de steekproef iets sneller een serie op DVD box gaan kopen dan de leerlingen uit het ASO of TSO (Figuur 27, p. 9). Aangaande het huurgedrag zijn het opnieuw de mannelijke respondenten uit de steekproef die net iets sneller een serie gaan huren dan de vrouwelijke respondenten (Figuur 28, p. 9). Als we kijken naar het onderscheid op basis van de studierichtingen, zien we dat de leerlingen uit het TSO minder snel een serie gaan huren dan leerlingen uit het ASO of BSO. Tussen de respondenten uit het ASO en het BSO zijn er verder geen noemenswaardige verschillen in het huurgedrag (Figuur 29, p. 10).

Ten slotte gaan we na of er noemenswaardige verschillen zijn tussen de drie soorten kijkers wat betreft hun koop- en huurgedrag. Uit het histogram is merkbaar dat de zware kijkers vaker series op DVD kopen dan middelmatige kijkers (Figuur 30, p. 10). We zien eveneens dat de percentuele verdeling voor zware en lichte kijkers hier gelijk opgaat, maar vermits het aantal lichte kijkers te klein is om hen op een betekenisvolle manier in de vier groepen te verdelen, zullen we hier geen uitspraken over doen. Wat betreft het huurgedrag zijn er geen noemenswaardige verschillen op basis van kijkgedrag (Figuur 31, p. 10).

2.2.2.2.2. Genrevoorkeur

We vroegen de respondenten eveneens welk genre van series ze bekijken en peilden op deze manier dus onrechtstreeks naar hun genrevoorkeur. Wat betreft het genre ‘komedie’ is er geen noemenswaardig verschil op basis van geslacht (Figuur 32, p. 11) of studierichting (Figuur 33, p. 11). Indien we kijken naar het kijkgedrag, merken we dat er een toename is van licht naar zwaar. Zware kijkers zullen dus sneller een komische serie bekijken dan lichte of middelmatige kijkers (Figuur 34, p. 11).

Voor het genre ‘romantiek’ is er op basis van geslacht wel een verschil. De vrouwelijke respondenten uit de steekproef kijken aanzienlijk sneller naar een romantische serie dan de mannelijke respondenten (Figuur 35, p. 12). Net zoals bij het genre ‘komedie’ is er geen verschil voor wat betreft de studierichtingen (Figuur 36, p. 12) en is er toename van lichte naar zware kijkers (Figuur 37, p. 12).

Zware kijkers hebben dus een grotere voorkeur voor romantische series dan lichte of middelmatige kijkers.

Het genre 'drama' wordt meer bekeken door de vrouwelijke leerlingen uit de steekproef dan door de mannelijke (Figuur 38, p. 13). Opnieuw zijn er geen vermeldenswaardige verschillen aangaande studierichting (Figuur 39, p. 13) en zijn de zware kijkers uit de steekproef sneller geneigd om een dramaserie te bekijken (Figuur 40, p. 13).

Bij het genre 'misdaad' zijn er meer mannelijke respondenten die positief antwoorden dan vrouwelijke (Figuur 41, p. 14). Er is eveneens een groter aandeel bij de respondenten uit het ASO die naar series kijkt die onder dit genre vallen. Deze leerlingen worden gevolgd door collega's uit het TSO en tot slot uit het BSO (Figuur 42, p. 14). Net zoals bij de voorgaande genres is er een toename van lichte naar zware kijkers. Deze laatste groep kijkt dus meer naar misdaadseries dan lichte en middelmatige kijkers (Figuur 43, p. 14).

Ook het genre 'animatie' wordt meer bekeken door de mannelijke respondenten uit de steekproef (Figuur 44, p. 15). Indien we kijken op basis van de studierichtingen merken we dat de leerlingen uit het TSO meer animatieseries bekijken dan respectievelijk BSO en ASO (Figuur 45, p. 15). Aangaande kijkgedrag zijn er geen noemenswaardige verschillen tussen de middelmatige en de zware kijkers voor wat animatieseries betreft (Figuur 46, p. 15). We besluiten om de lichte kijkers buiten beschouwing te laten vermits deze groep te klein is om uitspraken over te doen.

Het genre 'medisch' wordt meer gesmaakt door de vrouwelijke respondenten uit de steekproef dan de mannelijke (Figuur 47, p. 16) en bij de studierichtingen is er een groter aandeel in het TSO die dit genre weet te waarderen, gevolgd door ASO en BSO (Figuur 48, p. 16). Ook de zware kijkers zullen dit genre sneller bekijken dan lichte en middelmatige kijkers (Figuur 49, p. 16).

Het genre 'thriller' wordt sneller bekeken door de mannelijke respondenten (Figuur 50, p. 17), terwijl er geen noemenswaardige verschillen zijn op basis van de studierichtingen (Figuur 51, p. 17) en het kijkgedrag (Figuur 52, p. 17).

Bij het genre 'horror' zijn er meer mannelijke respondenten die aangeven dat ze dit genre bekijken (Figuur 53, p. 18) en is ook het BSO sneller geneigd dit genre van series te bekijken dan respectievelijk het TSO en het ASO (Figuur 54, p. 18). De zware kijkers gaan dit genre ook eerder bekijken dan de lichte en middelmatige kijkers (Figuur 55, p. 18).

Muzikale series worden sneller bekeken door de vrouwelijke respondenten uit de steekproef (Figuur 56, p. 19), maar er zijn geen verschillen wat betreft de studierichtingen (Figuur 57, p. 19). Opnieuw wordt dit genre sneller bekeken door de zware kijkers (Figuur 58, p. 19).

De mannelijke respondenten uit de steekproef geven aan eerder naar cultseries te kijken dan de vrouwelijke respondenten (Figuur 59, p. 20). Aangaande de studierichtingen merken we dat cultseries het meest bekeken worden in het ASO, gevolgd door respectievelijk het TSO en het BSO (Figuur 60, p. 20). Er zijn geen verschillen voor het kijkgedrag (Figuur 61, p. 20).

Oorlogsseries worden meer bekeken door de mannelijke respondenten dan de vrouwelijke respondenten uit de steekproef (Figuur 62, p. 21) en is het meest populair in het TSO, gevolgd door het ASO en het BSO (Figuur 63, p. 21). Aangaande het kijkgedrag zijn er geen verschillen (Figuur 64, p. 21).

Ook historische series worden het meest bekeken door de mannelijke leerlingen (Figuur 65, p. 22). Leerlingen uit het ASO kijken meer naar dit genre dan leerlingen uit het TSO en het BSO (Figuur 66, p. 22). Dit is eveneens het enige genre dat het minst bekeken wordt door de zware kijkers (Figuur 67, p. 22). In de samenvattingstabel (Tabel 3, p. 40) zien we dat cultseries, samen met oorlogsseries, het minst bekeken worden (12,10%). Deze genres worden gevolgd door historisch (14,12%) en muzikaal (18,16%).

2.2.2.2.3. *Manier van kijken naar series*

We vroegen de respondenten uit de steekproef hoe ze naar series kijken en gaven de keuze tussen drie antwoordmogelijkheden, waarvan er meerdere aangeduid konden worden. De keuzemogelijkheden waren ‘alleen’, ‘met je vriend/in’ en ‘met vrienden’. Vermits een groot aantal van de leerlingen bij ‘andere’ hadden ingevuld dat ze met familie kijken, besloten we om deze optie als extra kolom aan te maken in Excel en bijgevolg deze waarden bij ‘andere’ te verwijderen. In het taartdiagram (Figuur 68, p. 23) hebben we de grootste groepen aangeduid.

De grootste groep (60,52%) omvat de respondenten uit de steekproef die alleen naar series kijken, waarvan 24% dit nooit in aanwezigheid van anderen doet. De tweede grootste groep (40,92%) bevat de leerlingen die met familie kijken naar series, waarvan 22% dit louter met deze mensen doet. 10% van de respondenten kijkt afwisselend alleen of met de vriend/in, terwijl 9% ofwel alleen kijkt of met vrienden en 7% alleen kijkt of met familie. 5% geeft aan altijd naar series te kijken met hun vriend/in. Tot slot is er 23% van de respondenten uit de steekproef die een andere combinatie van de keuzemogelijkheden heeft geantwoord.

Ook op basis van geslacht, studierichting en kijkgedrag kunnen we enkele aantekeningen maken. Bij ‘alleen kijken’ zijn er geen verschillen op basis van geslacht (Figuur 69, p. 23) of kijkgedrag (Figuur 71, p. 24), maar wel wat betreft studierichting (Figuur 70, p. 23). De leerlingen uit het ASO kijken het meest alleen, terwijl de leerlingen uit het BSO dit het minst doen. Aangaande geslacht zijn er geen noemenswaardige verschillen indien er gekeken wordt met de vriend/in (Figuur 72, p. 24), maar bij de

studierichtingen wel. De respondenten uit het BSO scoren hoger op deze keuzemogelijkheid dan respectievelijk studenten uit het TSO en BSO (Figuur 73, p. 24). De middelmatige kijkers kijken ook meer met hun vriend/in dan de zware kijkers (Figuur 74, p. 25). Wat betreft kijken met vrienden zijn er geen opmerkbare verschillen voor wat betreft geslacht (Figuur 75, p. 25), studierichting (Figuur 76, p. 25) of kijkgedrag (Figuur 77, p. 26). Aangaande kijken met familie zijn er geen verschillen op basis van studierichting (Figuur 79, p. 26), maar wel op basis van geslacht en kijkgedrag. De mannelijke respondenten kijken minder naar series met hun familie dan de vrouwelijke respondenten (Figuur 78, p. 26). Ook de zware kijkers doen dit vaker dan de lichte en de middelmatige kijkers (Figuur 80, p. 27).

2.2.2.2.4. *Aantrekkingsfactoren*

We vroegen de leerlingen wat ze belangrijk vinden in een serie. Er konden meerdere antwoordmogelijkheden aangeduid worden, waardoor de som van de respondenten die geantwoord hebben op deze vraag geen 347 vormt. Uit de samenvattingstabel (Tabel 3, p. 40) maken we op dat de respondenten uit de steekproef ‘spanning het belangrijkste aspect vinden in een serie (88,2%), gevolgd door ‘humor’ (80,4%), ‘romantiek’ (53,3%) en ‘aantrekkelijke personages’ (42,7%). Voor de aantrekkingsfactor humor zijn er geen significante verschillen in de percentuele verdeling ten opzichte van de totale steekproef indien er een onderscheid wordt gemaakt op basis van geslacht (Figuur 81, p. 27) of studierichting (Figuur 82, p. 27). Binnen het kijkgedrag zijn het de zware kijkers die net iets meer worden aangesproken door humor dan lichte of middelmatige kijkers (Figuur 83, p. 28).

Wat ‘spanning’ betreft zijn er geen significante verschillen in de percentuele verdeling wanneer een onderscheid wordt gemaakt op basis van geslacht (Figuur 84, p. 28) en slechts een klein verschil op basis van studierichting (Figuur 85, p. 28). Respondenten uit het ASO waarderen dit aspect het meest en leerlingen uit het BSO het minst. Aangaande kijkgedrag zijn het de zware kijkers die spanning meer weten te waarderen (Figuur 86, p. 29).

Voor ‘raakpunten met je eigen leven’ zijn er kleine verschillen in de percentuele verdeling ten opzichte van de totale steekproef indien we een onderscheid maken op basis van geslacht en studierichting. Binnen ‘geslacht’ merken we dat de vrouwelijke leerlingen dit aspect meer waarderen (Figuur 87, p. 29) en binnen ‘studierichting’ zijn het de leerlingen uit het TSO die de voorkeur wegdragen voor deze aantrekkingsfactor, gevolgd door het BSO en ten slotte het ASO (Figuur 88, p. 29). Opnieuw is de grootste groep deze van de zware kijkers (Figuur 89, p. 30).

Bij ‘escapisme’ zijn er kleine verschillen te vinden in de percentuele verdeling ten opzichte van de totale steekproef indien we een onderscheid maken op basis van geslacht en studierichting. De jongens uit de steekproef duiden dit meer aan de meisjes (Figuur 90, p. 30) en de leerlingen uit het ASO waarderen deze factor meer dan TSO en BSO (Figuur 91, p. 30). Voor het kijkgedrag kunnen we geen

verschillen waarnemen (Figuur 92, p. 31). Evenwel willen we opmerken dat het totale percentage van respondenten die escapisme als aantrekkingsfactor waarderen, slechts 15,9% is, waardoor we ons afvragen of de leerlingen wel begrepen hebben wat bedoeld wordt met ‘escapisme’.

Voor ‘romantiek’ is er een significant verschil in percentuele verdeling ten opzichte van de totale steekproef indien een onderscheid gemaakt wordt op basis van geslacht, maar slechts een klein verschil bij een onderscheid op basis van studierichting. De vrouwelijke respondenten vinden romantiek beduidend belangrijker dan de mannelijke respondenten (Figuur 93, p. 31). Hetzelfde geldt voor de leerlingen uit het TSO. Leerlingen uit het ASO vinden romantiek minder belangrijk (Figuur 94, p. 31). Zware kijkers waarderen dit aspect meer dan lichte of middelmatige kijkers (Figuur 95, p. 32).

Voor ‘kostumering’ als aantrekkingsfactor zijn er geen significante verschillen in de percentuele verdeling ten opzichte van de totale steekproef indien we een onderscheid maken op basis van geslacht (Figuur 96, p. 32) en slechts een klein verschil op basis van studierichting. De respondenten uit het TSO vinden dit aspect belangrijker dan respondenten uit het BSO en het ASO (Figuur 97, p. 32). Voor het kijkgedrag merken we amper verschillen op, hoewel de zware kijkers aangeven dit aspect iets meer te waarderen dan lichte of middelmatige kijkers (Figuur 98, p. 33).

Wat betreft ‘aantrekkelijke personages’ als aantrekkingsfactor in series, is er een klein verschil in percentuele verdeling ten opzichte van de totale steekproef indien we een onderscheid maken op basis van geslacht. De vrouwelijke respondenten uit de steekproef vinden dit aspect belangrijker dan de mannelijke respondenten (Figuur 99, p. 33). Er zijn geen significante verschillen wanneer we kijken naar het onderscheid op basis van studierichting (Figuur 100, p. 33). Zware kijkers hebben deze factor meer aangeduid dan de lichte en middelmatige kijkers (Figuur 101, p. 34).

Voor de laatste aantrekkingsfactor, ‘sensatie’, zijn er kleine verschillen merkbaar in de percentuele verdeling ten opzichte van de totale steekproef indien we een onderscheid maken op basis van geslacht of studierichting. De mannelijke leerlingen hebben ‘sensatie’ meer aangeduid dan de vrouwelijke leerlingen (Figuur 102, p. 34). Ook de leerlingen van het ASO hebben dit vaker aangeduid dan leerlingen uit het TSO en BSO (Figuur 103, p. 34). Bij het kijkgedrag merken we dat de lichte kijkers die ‘sensatie’ waarderen, percentueel een grotere groep vormen dan de middelmatige en zware kijkers die deze factor aangeduid hebben. Er is evenwel geen verschil merkbaar tussen de middelmatige en zware kijkers (Figuur 104, p. 35).

2.2.2.2.5. *Waarom kijken naar series*

Één van de open vragen die we de respondenten stelden was “waarom kijk je naar series? Gebruik sleutelwoorden”. Dergelijke open vragen kunnen we niet analyseren met statistische toetsen, waardoor

we de antwoorden van de respondenten opgaven in een *word cloud*. Door eerst zoveel mogelijk lidwoorden en werkwoorden die geen bijdrage leverden aan de resultaten te verwijderen uit de antwoorden, hielden we bijna uitsluitend de sleutelwoorden over. We plaatsten alle zinnen in één tekst, die we vervolgens opgaven in Wordle (www.wordle.net/create). De woorden in het grootste lettertype werden het meest geantwoord door de leerlingen (Figuur 105, p. 35). We zien dat de meeste leerlingen naar series kijken omdat ze het als ontspanning ervaren. Een groot deel van de respondenten antwoordt dat ze dit doen omdat ze het als spannend, leuk, interessant en grappig beschouwen. Verder zijn er enkele respondenten die kijken omwille van de personages, verhaallijnen, uit verveling, om mee te praten met vrienden en omdat ze graag het vervolg weten.

2.2.2.3. Kennis van series

In de volgende overzichtstabel verzamelen we de verdeling van het aantal respondenten aangaande hun voorkennis over de serie *True Blood* (Tabel 16, p. 1). We vermelden telkens het aantal respondenten en het percentage van de totale steekproef dat tot een bepaalde groep behoort. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen de respondenten die *True Blood* reeds gezien hebben en de respondenten die al van de reeks gehoord hebben, bijvoorbeeld in de media of van vrienden.

Kennis van series	Groep	Aantal	Percentage
Voorkennis	Zien True Blood	45	13,0 %
	Ken True Blood	170	49,0 %

Tabel 4: samenvattingstabel kennis van series

2.2.2.3.1. Voorkennis

Bij de aanvang van de online survey gaven we, bij wijze van inleiding, een korte uitleg over de serie *True Blood*. De inleiding die de respondenten te zien kregen – ervan uitgaande dat ze deze effectief gelezen hebben – is terug te vinden in bijlage op de cd-rom (Bijlage 1.1.).

In de enquête namen we eveneens de vier trailers op van de vier seizoenen van *True Blood*, die we zelf voorzagen van Nederlandse ondertitels met behulp van het programma Final Cut Express. We integreerden deze trailers, alsook het voorwoord, zodanig dat de respondenten zonder voorkennis ook een oordeel zouden kunnen vellen over de reeks. Dit aspect komt later in deze surveyanalyse nog aan bod. Wanneer we de respondenten de vraag stelden “hebt u al gehoord van *True Blood*, bijvoorbeeld in de media of van vrienden?” hebben deze bij hun antwoord geen rekening gehouden met de voorkennis die ze in zekere zin al hadden door het voorwoord.

Uit de tabel leiden we af dat ongeveer de helft van de steekproef *True Blood* niet kent. Van de andere helft heeft ongeveer 13% van de totale steekproef *True Blood* reeds gezien. Indien we kijken naar de voorkennis bij de mannelijke en vrouwelijke respondenten, merken we dat deze quasi gelijkaardig is

(Figuur 106, p. 35). Wat betreft de studierichtingen hebben de respondenten uit het ASO meer voorkennis over de reeks dan de respondenten uit het TSO en het BSO (Figuur 107, p. 36). Bij kijkgedrag zijn er amper verschillen (Figuur 108, p. 36)

2.2.2.3.2. *Top drie van series*

De tweede open vraag die we stelden was “Geef je top drie van series”. Ook deze vraag valt niet te analyseren met statistiek, waardoor we de antwoorden opgaven in een *word cloud*. Alle series gaven we op in Wordle (www.wordle.net/create). Om het gewicht van de top twee zwaarder te laten doorwegen, gaven we de series die de respondenten op de eerste plaats hadden gezeten drie keer op, de series op de tweede plaats twee keer en de series op de derde plaats slechts één keer. De series in het grootste lettertype werden het meest geantwoord door de leerlingen (Figuur 109, p. 37). De respondenten gaven zowel Amerikaanse als Vlaamse series op, waaronder enkele soaps. *Familie* (1991) werd het meest geantwoord, gevolgd door *Grey's Anatomy* (2005), *One Tree Hill* (2003), *Bones* (2005), *Thuis* (1995), *The Mentalist* (2008), *Gossip Girl* (2007), *The Vampire Diaries*, *Code 37* (2009), *The Big Bang Theory* en *FC De Kampioenen* (1990-2011). Ook *True Blood* werd geantwoord, maar dan in mindere mate.

2.2.2.3.3. *Verwachtingen*

De derde open vraag die we de respondenten stelden was “Indien je de serie nog niet gezien hebt, wat verwacht je van *True Blood*?”. Opnieuw kunnen we deze vraag niet analyseren met statistische toetsen, waardoor we de antwoorden van de respondenten opgaven in een *word cloud*. Net zoals bij de vorige open vraag ‘waarom kijk je naar series?’ verwijderden we de lidwoorden en werkwoorden die geen bijdrage leverden aan de resultaten. We plaatsten alle zinnen in één tekst, die we vervolgens opgaven in Wordle (www.wordle.net/create). De woorden in het grootste lettertype werden het meest geantwoord door de leerlingen (Figuur 110, p. 37). De meeste leerlingen verwachtten dat het met vampiers is, dat er veel bloed in voorkomt en dat het een spannende serie is. Ook een aanzienlijk deel van de leerlingen antwoordt trefwoorden als romantiek, geweld, horror, actie, drama en thriller. Behoorlijk wat respondenten geven ook aan dat ze denken dat er veel gelijkenissen zullen zijn met *Twilight* en *The Vampire Diaries*. In mindere mate worden ten slotte kernwoorden gegeven als seks, onrealistisch, voorspelbaar, fantasie, misdaad, liefde en moord.

2.2.3. **True Blood en de cultkenmerken**

2.2.3.1. Inleiding

Voor de analyses aangaande *True Blood* en de cultkenmerken gebruiken we statistische testen in SPSS. We zetten verschillende vragen uit de survey uiteen op de vragen “Ben je van plan om de serie *True Blood* te bekijken nu je er meer over weet?” en “Op een schaal van 1 tot 10 (1 = slecht en 10 =

uitstekend), hoeveel punten geef je de serie *True Blood*?” waarbij we testen of er een significant verband is. Alvorens te starten met de analyses leggen we uit hoe we te werk gaan en passen we dit toe op een voorbeeld. We analyseren alles volgens onderstaande methode. In het voorbeeld leggen we uitgebreid uit hoe we bepalen of er sprake is van significantie. Wanneer we daarna starten met de analyses zullen we de rapportering van de resultaten beperken tot de stelling of er al dan niet significante bevindingen zijn, zonder telkens het volledige stappenplan te beschrijven.

De fout van de eerste soort (type I fout) is de kans op het verwerpen van de nulhypothese (H₀) terwijl die hypothese feitelijk juist is.

Voor het testen van een significant verband tussen groepen en hun gemiddelde score op 10 maken we gebruik van de one-way ANOVA test. De nulhypothese stelt dat de gemiddelde scores van de verschillende groepen gelijk zijn. Bij een type I fout (α) kleiner of gelijk aan 0,05 of 5% kunnen we besluiten dat de gemiddelde scores van de verschillende groepen significant van elkaar verschillen (met een betrouwbaarheid van 95%).

Voor het testen van een significant verband tussen groepen en hun antwoord op de vraag “Ben je van plan om de serie *True Blood* te bekijken nu je er meer over weet?” gebruiken we de Chi-kwadraat (χ^2) onafhankelijkheidstoets, waarbij getoetst wordt of de simultane verdeling waaruit de data komt bestaat uit twee onafhankelijken. Bij een type I fout kleiner of gelijk aan 5% kunnen we met 95% betrouwbaarheid besluiten dat er geen verband bestaat tussen de twee variabelen, met name tussen de groepen en hun antwoord op de vraag.

Enkel bij ja-of-nee vragen naar het al dan niet belangrijk vinden of aanspreken van een bepaalde factor (vb. cultkenmerk GORE), kunnen we een positief verband waarnemen indien het percentage respondenten dat bereid is te kijken naar *True Blood* hoger ligt bij de groep die positief geantwoord heeft op een dergelijke ja-of-nee vraag. Andersom stellen we een negatief verband vast wanneer de respondenten die wel willen kijken percentueel meer vertegenwoordigd zijn in de groep met een negatief antwoord. Wanneer bovenstaande niet duidelijk af te leiden valt uit de grafiek, kunnen we geen uitspraken doen over het teken (positief of negatief) en duiden we dit aan met ‘geen verband’.

Voorbeeld:

One-way ANOVA test:

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
7,350	2	344	,001

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) GORE = oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal zoals geweld, onkuisheid, v...	(J) GORE = oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal zoals geweld, onkuisheid, v...	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	gore andere	gore ja	-,356	,564	,820	-1,74	1,03
		gore neen	,920	,568	,270	-,48	2,32
	gore ja	gore andere	,356	,564	,820	-1,03	1,74
		gore neen	1,275*	,223	,000	,73	1,82
	gore neen	gore andere	-,920	,568	,270	-2,32	,48
		gore ja	-1,275*	,223	,000	-1,82	-,73
Tamhane	gore andere	gore ja	-,356	,399	,768	-1,41	,70
		gore neen	,920	,416	,112	-,16	2,00
	gore ja	gore andere	,356	,399	,768	-,70	1,41
		gore neen	1,275*	,229	,000	,73	1,82
	gore neen	gore andere	-,920	,416	,112	-2,00	,16
		gore ja	-1,275*	,229	,000	-1,82	-,73

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 5: gore vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS) - voorbeeld

Met de one-way ANOVA test gaan we na of de gemiddelde score van de mensen die GORE belangrijk vinden significant verschilt van de gemiddelde score van de mensen die GORE niet belangrijk vinden. Eerst toetsen we de homogeniteit van de varianties met behulp van Levene's Test of Homogeneity of Variances. Indien de type I fout kleiner of gelijk is aan 5%, verwerpen we de nulhypothese die stelt dat de varianties van de verschillende groepen gelijk zijn. Bij verschillende varianties kijken we in de ANOVA Post Hoc Test bij Tamhane en bij gelijke varianties kijken we bij Scheffe. In dit voorbeeld wijst het significantieniveau bij Levene's test (0,001) op verschillende varianties. Zodoende kijken we bij de Post Hoc Test bij Tamhane. Hier zoeken we naar het significantieniveau tussen de groep 'gore ja' en 'gore neen', vermits we de groep 'gore andere' buiten beschouwing laten. Zoals later zal blijken bestaat deze groep steeds uit een verwaarloosbaar aantal respondenten. Het significantieniveau is 0,000. Dit houdt in dat we de H0 verwerpen die gelijke gemiddelde scores veronderstelt (H0 van ANOVA). Er is dus een significant verschil tussen de gemiddelde scores. We besluiten dat de gemiddelde score van de mensen die GORE belangrijk vinden (6,93) significant hoger ligt dan de gemiddelde score van de mensen die GORE niet belangrijk vinden (5,65). Deze cijfers halen we uit de samenvattingstabel voor de cultkenmerken (Tabel 13, p. 58).

Chi-kwadraat onafhankelijkheidstoets:

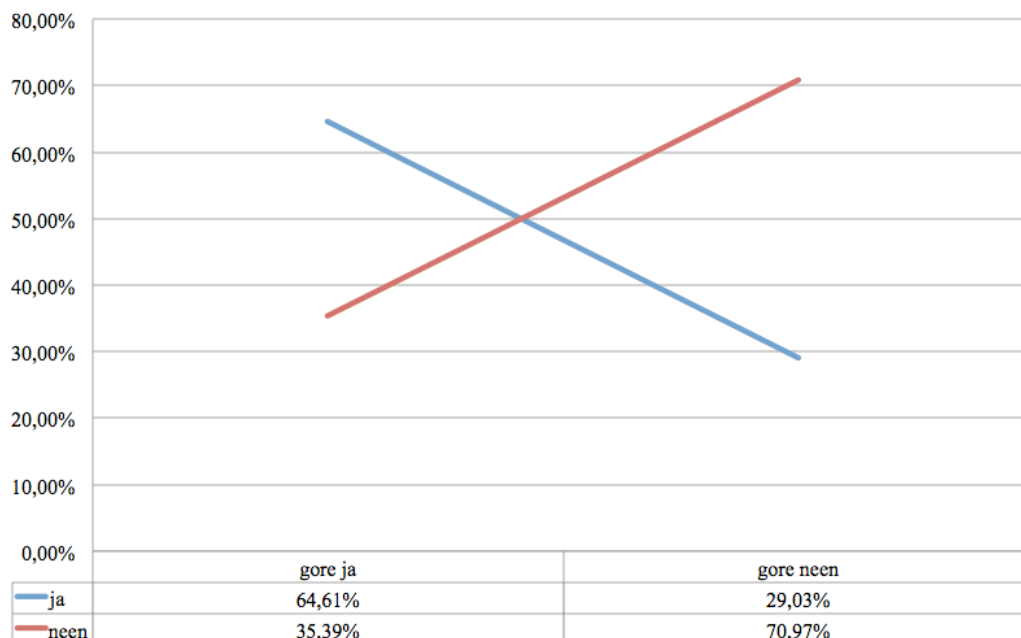
Pearson Chi-Square Tests		
		GORE = oncomfortabe l beeld- en geluidsmateri aal zoals geweld, onkuisheid, v...
TB bekijken?	Chi-square	42,006
	df	1
	Sig.	,000*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 6: gore vs. kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel, SPSS) - voorbeeld

Met de chi-kwadraat onafhankelijkheidstoets gaan we na of er een significant verband is tussen het al dan niet belangrijk vinden van GORE en het al dan niet bereid zijn te kijken naar *True Blood*. Het significantieniveau is 0,000, waardoor we de H0 kunnen verwerpen die stelt dat de variabelen onafhankelijk zijn van elkaar. Er is hier dus sprake van een significant verband. We weten echter nog niet wat het teken van het verband is. Dit wordt duidelijk bij onderstaande grafiek.



Figuur 1: het al dan niet belangrijk vinden van 'gore' vs. het al dan niet kijken naar *True Blood* - voorbeeld

Bij GORE JA ligt het percentage respondenten dat wil kijken (64,61%) hoger dan bij de groep GORE NEE (29,03%). Andersom, het percentage dat niet wil kijken ligt hoger bij GORE NEE (70,97%) dan

bij GORE JA (35,39%). We nemen hier dus een positief verband waar tussen het meer aanspreken van een serie waarin GORE aanwezig is en het bereid zijn om te kijken naar *True Blood*.

2.2.3.2. Algemeen

Alvorens we starten met de uiteenzetting van verschillende groepen op de vragen “Ben je bereid om de serie *True Blood* te bekijken nu je er meer over weet?” en “Op een schaal van 1 tot 10 (1 = slecht en 10 = uitstekend), hoeveel punten geef je de serie *True Blood*?” willen we nagaan of mensen die bereid zijn om te kijken ook een significant hogere score geven dan mensen die niet willen kijken. In de volgende samenvattingstabel (Tabel 7, p. 51) staat het aantal respondenten uit de totale steekproef dat bereid is om te kijken naar *True Blood*, alsook het percentage. Ook de gemiddelde scores op 10 die de groepen gegeven hebben staan in deze tabel. Ten slotte wordt eveneens de type I fout vermeld.

kijken	n	%	\bar{x}	α_{ANOVA}
ja	167	48,13	7,86	0,000
nee	180	51,87	4,94	

n = aantal respondenten per groep

% = percentage respondenten van totale steekproef

\bar{x} = gemiddelde score op 10 per groep

α_{ANOVA} = type I fout bij one-way ANOVA test waarbij de gelijkheid van de gemiddelde scores \bar{x} (H_0) wordt getest

Tabel 7: samenvattingstabel al dan niet kijken naar *True Blood* vs. score op 10

Op basis van de samenvattingstabel kunnen we de gemiddelde score van de totale steekproef berekenen (6,34). Op het scorepatroon van de totale steekproef (Figuur 111, p. 38) voegden we een rode lijn toe waar dit gemiddelde van 6,34 ligt. We merken op dat de verdeling links-scheef is, wat inhoudt dat het zwaartepunt aan de rechterkant van de grafiek ligt. Uit de scoreverdeling van de mensen die wel bereid zijn om verder te kijken ten opzichte van de mensen die dit niet zijn, leiden we af dat niemand uit deze eerste groep een score lager geeft dan 6 op 10. De groep die niet bereid is om verder te kijken geeft punten die variëren van 0 tot en met 8 op 10 (Figuur 112, p. 38).

Uit de ANOVA test blijkt dat mensen die willen kijken naar *True Blood* een significant hogere score geven dan de mensen die niet willen kijken (Tabel 17, p. 1).

2.2.3.3. Geslacht

In de volgende samenvattingstabel (Tabel 8, p. 52) staat het aantal en het percentage mannen en vrouwen met hun gemiddelde score op 10 die ze geven aan *True Blood*. Daarnaast wordt de type I fout vermeld voor zowel de gemiddelde scores als het bereid zijn te kijken naar de reeks. De samenvattingstabel werd opgesteld aan de hand van outputtabellen in SPSS (Tabel 18, p. 2 en Tabel 19, p. 2).

geslacht	n	%	\bar{x}	α ANOVA	$\alpha \chi^2$
man	50	14,40	5,82	0,06	0,349
vrouw	297	85,60	6,43		

n = aantal respondenten per groep

% = percentage respondenten van totale steekproef

\bar{x} = gemiddelde score op 10 per groep

α ANOVA = type I fout bij one-way ANOVA test waarbij de gelijkheid van de gemiddelde scores \bar{x} (H0) wordt getest

$\alpha \chi^2$ = type I fout bij chi-kwadraat onafhankelijkheidstest waarbij het verband tussen twee variabelen getoetst wordt

Tabel 8: samenvattingstabel geslacht vs. score op 10 en al dan niet kijken naar *True Blood*

Uit de ANOVA test blijkt dat er geen significant verschil is tussen de gemiddelde scores van mannen en vrouwen. Het patroon van de scoreverdeling deed dit al vermoeden (Figuur 113, p. 39). Volgens de chi-kwadraat onafhankelijkheidstoets is er geen significant verband tussen geslacht en het kijken naar *True Blood*.

2.2.3.4. Studierichting

In de volgende overzichtstabel (Tabel 9, p. 52) staat het aantal en het percentage van de drie studierichtingen met hun gemiddelde score op 10 die ze geven aan *True Blood*. Daarnaast wordt de type I fout vermeld voor zowel de gemiddelde scores als het bereid zijn te kijken naar de reeks. De samenvattingstabel werd opgesteld aan de hand van outputtabellen in SPSS (Tabel 20, p. 3 en Tabel 21, p. 4).

richting	n	%	\bar{x}	α ANOVA	ASO	TSO	BSO	$\alpha \chi^2$	ASO	TSO	BSO
ASO	83	23,9	6,3	0,434	-	0,983	0,643	0,196	-	0,257	0,071
TSO	188	54,2	6,25		0,983	-	0,444		0,257	-	0,313
BSO	76	21,9	6,62		0,643	0,444	-		0,071	0,313	-

n = aantal respondenten per groep

% = percentage respondenten van totale steekproef

\bar{x} = gemiddelde score op 10 per groep

α ANOVA = type I fout bij one-way ANOVA test waarbij de gelijkheid van de gemiddelde scores \bar{x} (H0) wordt getest

en ANOVA type I fouten bij vergelijking één groep (rij) met andere groep (kolom)

$\alpha \chi^2$ = type I fout bij chi-kwadraat onafhankelijkheidstest waarbij het verband tussen twee variabelen getoetst wordt en Chi-kwadraat type I fouten bij vergelijking één groep (rij) met andere groep (kolom)

Tabel 9: samenvattingstabel studierichtingen vs. score op 10 en al dan niet kijken naar *True Blood*

Ook al is de gemiddelde score bij de leerlingen uit het BSO iets hoger dan bij de andere richtingen, toch is er geen significant verschil na het testen met ANOVA. Het scorepatroon leert ons dat de drie patronen gelijklopend zijn, waarbij enkel de top van het BSO één punt verder ligt, namelijk bij 8 in plaats van 7 (Figuur 114, p. 39). Dit verklaart waarom de ANOVA test het verschil in gemiddelde score niet als significant beschouwt.

De Excel-grafiek doet vermoeden dat er een verband is tussen studierichting en al dan niet kijken naar *True Blood* (Figuur 115, p. 40). Echter uit de Chi-kwadraat test leren we dat het verband niet significant is.

Bij de beschrijving van de genrevoorkeuren (2.2.2.2.2. Genrevoorkeur, p. 41) stelden we vast dat cultseries over het algemeen weinig bekeken worden (12,10%) en in het bijzonder het minst door leerlingen uit het BSO. Hier blijkt nu dat het net de leerlingen zijn uit het BSO die eerder naar *True Blood* zouden kijken dan het ASO of TSO (Figuur 115, p. 40), waardoor we ons afvragen of de respondenten het concept ‘cultserie’ wel correct geïnterpreteerd hebben.

2.2.3.5. Kijkgedrag

In de volgende samenvattingstabel (Tabel 10, p. 53) staat het aantal en het percentage van de drie soorten kijkers met hun gemiddelde score op 10 die ze geven aan *True Blood*. Daarnaast wordt de type I fout vermeld voor zowel de gemiddelde scores als het bereid zijn te kijken naar de reeks. De samenvattingstabel werd opgesteld aan de hand van outputtabellen in SPSS (Tabel 22, p. 4 en Tabel 23, p. 5).

gedrag	n	%	\bar{x}	α ANOVA	licht	mid	zwaar	$\alpha \chi^2$	licht	mid	zwaar
licht	16	4,6	5,25	0,057	-	0,270	0,081	0,012	-	0,083	0,009
middel	89	25,6	6,18		0,270	-	0,529		0,083	-	0,078
zwaar	241	69,7	6,48		0,081	0,529	-		0,009	0,078	-

n = aantal respondenten per groep

% = percentage respondenten van totale steekproef

\bar{x} = gemiddelde score op 10 per groep

α ANOVA = type I fout bij one-way ANOVA test waarbij de gelijkheid van de gemiddelde scores \bar{x} (H_0) wordt getest en ANOVA type I fouten bij vergelijking één groep (rij) met andere groep (kolom)

$\alpha \chi^2$ = type I fout bij chi-kwadraat onafhankelijkheidstest waarbij het verband tussen twee variabelen getoetst wordt en Chi-kwadraat type I fouten bij vergelijking één groep (rij) met andere groep (kolom)

Tabel 10: samenvattingstabel kijkgedrag vs. score op 10 en al dan niet kijken naar *True Blood*

Ook al is de gemiddelde score bij de zware kijkers iets hoger, toch is er geen significant verschil na het testen met ANOVA. Het scorepatroon toont aan dat de drie patronen min of meer gelijklopend zijn, (Figuur 116, p. 40). Dit verklaart waarom de ANOVA test het verschil in gemiddelde score niet als significant beschouwt.

De Excel-grafiek laat vermoeden dat er een verband is tussen kijkgedrag en al dan niet kijken naar *True Blood* (Figuur 117, p. 41). De Chi-kwadraat test bevestigt dit vermoeden en stelt dat het verband significant is. Wanneer we alle drie de groepen uitzetten ten opzichte van ‘bereid zijn te kijken naar *True Blood*’, dan merken we een significant verband tussen kijkgedrag en ‘bereid zijn te kijken naar *True Blood*’. Daar dit het geval is voor het kijkgedrag in zijn totaliteit, is het hier niet relevant om de

verschillende groepen onderling met elkaar te vergelijken. De grafiek toont aan dat de respondenten die vallen onder ‘zware kijkers’ eerder bereid zijn om te kijken naar *True Blood*, waardoor de spreken van een positief verband (Figuur 117, p. 41).

2.2.3.6. Aantrekkingsfactoren

In de volgende samenvattingstabel (Tabel 11, p. 54) staat bij elke aantrekkingsfactor het aantal respondenten dat deze factor als belangrijk beschouwt, alsook het aantal respondenten dat de desbetreffende factor onbelangrijk vindt. De gemiddelde scores op 10 die beide groepen geven, staan eveneens in de tabel. Daarnaast wordt de type I fout vermeld voor zowel de gemiddelde scores als het bereid zijn te kijken naar *True Blood*. De samenvattingstabel werd opgesteld aan de hand van outputtabellen in SPSS (Tabel 24, p. 6; Tabel 25, p. 6; Tabel 26, p. 6; Tabel 27, p. 6; Tabel 28, p. 7; Tabel 29, p. 7; Tabel 30, p. 7; Tabel 31, p. 7; Tabel 32, p. 8; Tabel 33, p. 8; Tabel 34, p. 8; Tabel 35, p. 8; Tabel 36, p. 9; Tabel 37, p. 9; Tabel 38, p. 9 en Tabel 39, p. 9) en grafieken in Excel (Figuur 118, p. 41; Figuur 119, p. 41; Figuur 120, p. 42; Figuur 121, p. 42; Figuur 122, p. 42; Figuur 123, p. 43; Figuur 124, p. 43 en Figuur 125, p. 43).

aantrekking	n _{ja}	n _{nee}	\bar{x}_{ja}	\bar{x}_{nee}	Δ	α_{ANOVA}	α_{χ^2}	verband
humor	279	68	6,28	6,59	-0,31	0,288	0,376	-
spanning	306	41	6,46	5,46	1,00	0,005	0,025	+
raakpunten	124	223	6,19	6,43	-0,24	0,329	0,548	-
escapisme	55	292	6,95	6,23	0,72	0,021	0,653	+
romantiek	185	162	6,41	6,27	0,14	0,525	0,824	-
kostumering	24	323	6,92	6,30	0,62	0,170	0,300	+
personages	148	199	6,61	6,14	0,47	0,039	0,210	+
sensatie	131	216	6,22	6,42	-0,20	0,407	0,370	-

n_{xx} = aantal respondenten die “xx” hebben geantwoord

\bar{x}_{xx} = gemiddelde score op 10 van de respondenten die “xx” hebben geantwoord

Δ = verschil tussen gemiddelde scores \bar{x}_{xx}

α_{ANOVA} = type I fout bij one-way ANOVA test waarbij de gelijkheid van de gemiddelde scores \bar{x}_{xx} (H0) getoetst wordt

α_{χ^2} = type I fout bij chi-kwadraat onafhankelijkheidstest waarbij het verband tussen twee variabelen getoetst wordt

Tabel 11: samenvattingstabel aantrekkingsfactoren vs. score op 10 en al dan niet kijken naar *True Blood*

De gemiddelde scores op 10 liggen hoger bij de mensen die positief geantwoord hebben op de aantrekkingsfactoren ‘spanning’, ‘escapisme’, ‘romantiek’, ‘kostumering’ en ‘aantrekkelijke personages’. Echter, de ANOVA test toont aan dat er alleen sprake is van een significant verschil voor ‘spanning’, ‘escapisme’ en ‘aantrekkelijke personages’. De respondenten die ‘spanning’, ‘escapisme’

en ‘aantrekkelijke personages’ waarden in een serie, geven een significant hogere score aan de reeks dan de respondenten die deze aantrekkingsfactoren niet als een meerwaarde beschouwen in series.

De Chi-kwadraat test stelt dat er een significant verband is tussen het al dan niet waarden van spanning in een serie en het al dan niet kijken naar *True Blood*. We kijken naar de grafiek om de richting van dit verband vast te leggen (Figuur 119, p. 41). Het gaat om een positief verband wat inhoudt dat de respondenten die spanning waarden meer bereid zijn om naar *True Blood* te kijken dan de respondenten die spanning niet waarden. Er zijn ook positieve verbanden voor wat betreft de aantrekkingsfactoren ‘escapisme’, ‘kostumering’ en ‘aantrekkelijke personages’ en kijken naar *True Blood*, maar de Chi-kwadraat onafhankelijkheidstoets geeft aan dat het hier verbanden betreft die niet-significant zijn. Voor ‘humor’, ‘raakpunten met je eigen leven’, ‘romantiek’ en ‘sensatie’ stellen we een niet-significant negatief verband vast.

2.2.3.7. Genres

In de volgende samenvattingstabel (Tabel 12, p. 56) staat bij elk genre het aantal respondenten dat dit genre als belangrijk beschouwt, alsook het aantal respondenten die het desbetreffende genre onbelangrijk vindt. De gemiddelde scores op 10 die beide groepen geven, staan eveneens in de tabel. Daarnaast wordt de type I fout vermeld voor zowel de gemiddelde scores als het bereid zijn te kijken naar *True Blood*. De samenvattingstabel werd opgesteld aan de hand van outputtabellen in SPSS (Tabel 40, p. 10; Tabel 41, p. 10; Tabel 42, p. 10; Tabel 43, p. 10; Tabel 44, p. 11; Tabel 45, p. 11; Tabel 46, p. 11; Tabel 47, p. 11; Tabel 48, p. 11; Tabel 49, p. 12; Tabel 50, p. 12; Tabel 51, p. 12; Tabel 52, p. 12; Tabel 53, p. 13; Tabel 54, p. 13; Tabel 55, p. 13; Tabel 56, p. 13; Tabel 57, p. 14; Tabel 58, p. 14; Tabel 59, p. 14; Tabel 60, p. 14; Tabel 61, p. 15; Tabel 62, p. 15 en Tabel 63, p. 15) en grafieken in Excel (Figuur 126, p. 44; Figuur 127, p. 44; Figuur 128, p. 44; Figuur 129, p. 45; Figuur 130, p. 45; Figuur 131, p. 45; Figuur 132, p. 46; Figuur 133, p. 46; Figuur 134, p. 46; Figuur 135, p. 47; Figuur 136, p. 47 en Figuur 137, p. 47).

genre	n _{ja}	n _{nec}	\bar{x}_{ja}	\bar{x}_{nec}	Δ	α_{ANOVA}	α_{χ^2}	verband
komedie	285	62	6,33	6,39	-0,06	0,857	0,544	-
romantiek	232	115	6,36	6,31	0,05	0,854	0,592	+
drama	175	172	6,38	6,30	0,08	0,724	0,702	+
misdad	186	161	6,55	6,11	0,44	0,052	0,453	+
animatie	75	272	6,16	6,39	-0,23	0,400	0,419	-
medisch	118	229	6,35	6,34	0,01	0,977	0,527	-

thriller	117	230	6,94	6,04	0,9	0,000	0,004	+
horror	77	270	7,05	6,14	0,91	0,001	0,010	+
muzikaal	63	284	6,67	6,27	0,4	0,181	0,032	+
cult	42	305	6,07	6,38	-0,31	0,377	0,944	-
oorlog	42	305	5,90	6,40	-0,5	0,154	0,944	-
historisch	49	298	6,04	6,39	-0,35	0,283	0,426	-

n_{xx} = aantal respondenten die "xx" hebben geantwoord

\bar{x}_{xx} = gemiddelde score op 10 van de respondenten die "xx" hebben geantwoord

Δ = verschil tussen gemiddelde scores \bar{x}_{xx}

α_{ANOVA} = type I fout bij one-way ANOVA test waarbij de gelijkheid van de gemiddelde scores \bar{x}_{xx} (H_0) getoetst wordt

α_{χ^2} = type I fout bij chi-kwadraat onafhankelijkheidstest waarbij het verband tussen twee variabelen getoetst wordt

Tabel 12: samenvattingstabel genres vs. score op 10 en al dan niet kijken naar *True Blood*

De gemiddelde scores op 10 liggen hoger bij de mensen die positief geantwoord hebben op de genres 'romantiek', 'drama', 'misdad', 'medisch', 'thriller', 'horror' en 'muzikaal'. Echter, de ANOVA test toont aan dat er alleen sprake is van een significant verschil voor 'thriller' en 'horror'. De respondenten die kijken naar thriller- en horrorseries, geven een significant hogere score aan *True Blood* dan de respondenten die deze genres niet bekijken.

De Chi-kwadraat test stelt dat er een significant verband is tussen het al dan niet bekijken van de genres 'thriller', 'horror' en 'muzikaal' en het al dan niet kijken naar *True Blood*. We kijken naar de grafieken om de richting van deze verbanden vast te leggen (Figuur 132, p. 46; Figuur 133, p. 46 en Figuur 134, p. 46). Het gaat om positieve verbanden wat inhoudt dat de respondenten die kijken naar thrillerseries, horrorseries en muzikale series meer bereid zijn om naar *True Blood* te kijken dan de respondenten die deze genres niet bekijken. Er zijn ook positieve verbanden voor wat betreft de genres 'romantiek', 'drama' en 'misdad' en kijken naar *True Blood*, maar de Chi-kwadraat onafhankelijkheidstoets geeft aan dat het hier verbanden betreft die niet-significant zijn. Voor de genres 'komedie', 'animatie', 'medisch', 'cult', 'oorlog' en 'historisch' stellen we een niet-significant negatief verband vast.

Bij de beschrijving van het onderzoeksobject formuleerden we dat genrehybridisering voorkomt in *True Blood*. Thriller en horror zijn twee vooraanstaande genres die frequent te herkennen zijn in de reeks. Uit het publieksonderzoek blijkt nu dat de respondenten die de genres bekijken eerder bereid zijn om te kijken naar de reeks dan respondenten die de genres niet bekijken. We leiden hieruit af dat deze respondenten onrechtstreeks erkennen dat deze genres in *True Blood* voorkomen. De leerlingen die thriller- en horrorseries bekijken geven ook een significant hogere score aan de reeks dan leerlingen die deze genres niet bekijken. De genres 'romantiek' en 'historisch' komen in mindere mate voor in *True Blood*, maar zijn wel aanwezig. De surveyanalyse toont aan dat er een positief niet-

significant verband is voor ‘romantiek’ en een negatief niet-significant verband voor ‘historisch’. De respondenten die romantische series bekijken zijn dus wel meer bereid om *True Blood* te bekijken dan de respondenten die dit genre niet bekijken, maar beide groepen verschillen niet significant van elkaar. De respondenten die historische series bekijken zijn echter minder bereid om *True Blood* te bekijken dan de respondenten die dit genre wel bekijken. Opnieuw is het verschil tussen beide groepen niet significant. De respondenten die muzikale series bekijken, geven geen significant hogere score dan de respondenten die dit genre niet bekijken, maar zijn wel eerder bereid om *True Blood* te bekijken. Dit genre komt niet voor in *True Blood*, waardoor we voor deze resultaten geen verklaring kunnen geven.

2.2.3.8. Cultkenmerken

Ten slotte willen we nagaan of er een verband is tussen het waarderen van de cultkenmerken volgens Mathijs en Mendik en een hoge score geven aan, of het bekijken van *True Blood*. In de volgende samenvattingstabel (Tabel 13, p. 58) staat bij elk cultkenmerk het aantal respondenten dat het kenmerk als meerwaarde beschouwt in een serie, alsook het aantal respondenten die het desbetreffende kenmerk onbelangrijk vindt. De gemiddelde scores op 10 die beide groepen geven, staan eveneens in de tabel. Daarnaast wordt de type I fout vermeld voor zowel de gemiddelde scores als het bereid zijn te kijken naar *True Blood*. De samenvattingstabel werd opgesteld aan de hand van outputtabellen in SPSS (Tabel 64, p. 16; Tabel 65, p. 16; Tabel 66, p. 17; Tabel 67, p. 17; Tabel 68, p. 18; Tabel 69, p. 18; Tabel 70, p. 19; Tabel 71, p. 19; Tabel 72, p. 20; Tabel 73, p. 20; Tabel 74, p. 21; Tabel 75, p. 21; Tabel 76, p. 22; Tabel 77, p. 22; Tabel 78, p. 23; Tabel 79, p. 23; Tabel 80, p. 24; Tabel 81, p. 24; Tabel 82, p. 25; Tabel 83, p. 25; Tabel 84, p. 26 en Tabel 85, p. 26) en grafieken in Excel (Figuur 138, p. 48; Figuur 139, p. 48; Figuur 140, p. 48; Figuur 141, p. 49; Figuur 142, p. 49; Figuur 143, p. 49; Figuur 144, p. 50; Figuur 145, p. 50; Figuur 146, p. 50; Figuur 147, p. 51 en Figuur 148, p. 51).

De respondenten die ‘andere’ geantwoord hebben, die overigens telkens een klein aantal betroffen, filterden we uit de analyses. Zoals eerder vermeld bij de methodologie hercategoriseerden we hier de respondenten bij ‘transgressie taboe’. De respondenten die ‘neen, aangezien ik me daar ongemakkelijk bij voel’ antwoordden, plaatsten we bij ‘neen’ en de respondenten die ‘het is afhankelijk van als ik alleen kijk of met anderen erbij’ hebben geantwoord, situeerden we bij ‘ja’. Afleidend uit de wijze van de vraagstelling oordelen we dat de leerlingen die deze laatste optie hadden ingevuld hun oordeel vellen op basis van de kijksituatie, maar het kenmerk an sich wel waarderen. Ook voor ‘humor’ hadden we drie antwoordmogelijkheden opgegeven; ‘ja’, ‘neen’ en ‘het is afhankelijk van de serie’. De 93 respondenten die deze laatste optie aangeduid hebben konden we niet hercategoriseren onder ‘ja’ of ‘neen’. Omwille van deze drie antwoordopties is het onmogelijk om ‘humor’ op dezelfde wijze te analyseren als de andere kenmerken met twee antwoordopties. We kozen ervoor om deze vraag te laten vallen en te vervangen door “vind je humor belangrijk in een serie?” dat wel twee antwoordopties heeft.

genre	n _{ja}	n _{nee}	n _{and}	\bar{x}_{ja}	\bar{x}_{nee}	Δ	α_{ANOVA}	α_{χ^2}	verband
innovatie	280	62	5	6,52	5,56	0,96	0,020	0,087	+
badness	226	114	7	6,9	5,25	1,65	0,000	0,000	+
transgr. moraal	232	106	9	6,62	5,76	0,86	0,003	0,000	+
transgr. taboe	244	90	13	6,63	5,57	1,06	0,001	0,000	+
genrehybrid.	284	55	8	6,49	5,65	0,84	0,075	0,310	+
intertekstualiteit	189	143	15	6,46	6,1	0,36	0,387	0,005	+
loose ends	157	169	21	6,61	6,08	0,53	0,080	0,004	+
nostalgie pers.	173	162	12	6,95	5,72	1,23	0,000	0,000	+
nostalgie zelf	173	164	10	6,93	5,76	1,17	0,000	0,000	+
gore	178	155	14	6,93	5,65	1,28	0,000	0,000	+
humor	279	68	0	6,28	6,59	-0,31	0,288	0,376	-

n_{xx} = aantal respondenten die "xx" hebben geantwoord

\bar{x}_{xx} = gemiddelde score op 10 van de respondenten die "xx" hebben geantwoord

Δ = verschil tussen gemiddelde scores \bar{x}_{xx}

α_{ANOVA} = type I fout bij one-way ANOVA test waarbij de gelijkheid van de gemiddelde scores \bar{x}_{xx} (H0) getoetst wordt

α_{χ^2} = type I fout bij chi-kwadraat onafhankelijkheidstest waarbij het verband tussen twee variabelen getoetst wordt

Tabel 13: samenvattingstabel cultkenmerken vs. score op 10 en al dan niet kijken naar *True Blood*

Bij elke vraag gaven we eerst een korte definitie per cultkenmerk, zodanig dat de respondenten een bewuste keuze konden maken. De formulering van deze vragen is terug te vinden in de vragenlijst die als bijlage werd toegevoegd op de cd-rom (Bijlage 1.2.).

De gemiddelde scores op 10 liggen telkens hoger bij de mensen die aangeven een kenmerk te waarderen, dan bij de mensen die de kenmerken niet op prijs stellen in een serie. Alleen voor 'humor' is dit tegenovergesteld, wat meteen ook het negatief verband verklaart. Echter, de ANOVA test toont aan dat er alleen sprake is van een significant verschil voor 'innovatie', 'badness', 'transgressie moraal', 'transgressie taboe', 'nostalgie personages', 'nostalgie zelf' en 'gore'. De respondenten die deze cultkenmerken hoog aanschrijven in een serie, geven een significant hogere score aan *True Blood* dan de respondenten die deze kenmerken niet als een meerwaarde beschouwen.

De Chi-kwadraattoets stelt dat er een significant verband is tussen het al dan niet waarderen van de cultkenmerken 'badness', 'transgressie moraal', 'transgressie taboe', 'intertekstualiteit', 'loose ends', 'nostalgie personages', 'nostalgie zelf' en 'gore' en het al dan niet bereid zijn te kijken naar *True Blood*. We kijken naar de grafieken om de richting van deze verbanden vast te leggen (Figuur 139, p. 48; Figuur 140, p. 48; Figuur 141, p. 49; Figuur 143, p. 49; Figuur 144, p. 50; Figuur 145, p. 50;

Figuur 146, p. 50 en Figuur 147, p. 51). Het gaat telkens om positieve verbanden, wat inhoudt dat de respondenten die deze cultkenmerken waarderen meer bereid zijn om naar *True Blood* te kijken dan de respondenten die deze kenmerken niet waarderen. Er is ook een positief verband voor wat betreft innovatie en genrehybridisering, gekoppeld aan bereid zijn te kijken naar *True Blood*, maar de Chi-kwadraat onafhankelijkheidstoets geeft aan dat het hier verbanden betreft die niet-significant zijn.

Aangaande ‘innovatie’ wijst de one-way ANOVA test op een significant hogere score, gegeven door de respondenten die dit aspect waarderen. De Chi-kwadraattoets daarentegen stelt niet dat deze respondenten ook eerder bereid zijn om te kijken naar *True Blood* dan de leerlingen die ‘innovatie’ niet als meerwaarde beschouwen. De literatuurstudie toont aan dat in het postmoderne audiovisuele tijdperk ‘innovatie’ niet langer als een uitzondering kan gezien worden. Door de steeds sterker wordende concurrentie gaan alle netwerken en productiehuisen innoveren op vlak van televisieprogramma’s om zodoende een zeker publiek aan zich te binden. We beschouwen ‘innovatie’ dus niet langer als een kenmerk dat enkel voor cultproducties is voorbehouden. Voor de kenmerken ‘intertekstualiteit’ en ‘*loose ends*’ wordt er geen significant hogere score gegeven door de leerlingen die deze eigenschappen waarderen, maar de Chi-kwadraattoets en de bijhorende grafieken (Figuur 143, p. 49 en Figuur 144, p. 50) geven wel een significant positief verband aan tussen het waarderen van deze kenmerken en het verder kijken naar *True Blood*. Opnieuw blijkt uit de literatuurstudie dat zowel ‘intertekstualiteit’ als ‘*loose ends*’ voor een stuk achterhaald zijn geworden in het postmoderne tijdperk. Intertekstualiteit is tegenwoordig in elke film en serie terug te vinden en losse eindjes komen voor in verschillende films en in praktisch elke serie – zeker aan het einde van een seizoen. ‘Genrehybridisering’ en ‘humor’ zijn de enige twee factoren die niet-significant waren op zowel de one-way ANOVA test als de Chi-kwadraattoets. Academische literatuur toont aan dat genrevermenging de maatstaf is geworden. Alleenstaande genres komen nauwelijks nog voor, wat we terugkoppelen aan de stelling van de netwerken en productiehuisen die een zo groot mogelijk publiek aan zich trachten te binden. Door verschillende genres te integreren in één programma worden verschillende soorten kijkers geadresseerd. We formuleerden enkele redenen in de literatuurstudie om ‘humor’ toe te voegen aan de lijst van kenmerken. In de beschrijving van het onderzoeksobject toonden we aan dat *True Blood* humoristische elementen integreert in scènes met een hoog horrorgehalte, wat opgaat volgens de stellingen van Carroll (1995, pp. 145-160) en Weisenberg, Tepper en Schwarzwald (1995, pp. 207-212). Echter, vermits de one-way ANOVA test en de Chi-kwadraattoets respectievelijk geen significant verschil of verband aantonen, ervaren de leerlingen dit niet als zodoende. Voor ‘*badness*’, ‘transgressie moraal’, ‘transgressie taboe’, ‘nostalgie personages’, ‘nostalgie zelf’ en ‘*gore*’ zijn er zowel significante verschillen als significante verbanden. Deze zes kenmerken werden (nog) niet overgenomen door mainstreamtelevisie, waardoor we ze taxeren als volwaardige cultkenmerken.

Enkel de waardering van de typische cultkenmerken (*badness*, transgressie moraal, transgressie taboe, nostalgie personages, nostalgie zelf en *gore*) vertoont significante verschillen en verbanden voor zowel de score op 10 als het bereid zijn te kijken naar *True Blood*. Innovatie, intertekstualiteit, *loose ends*, genrehybridisering en humor, die het proces van *mainstreaming* ondergaan zijn, worden maximum significant bevonden op slechts één niveau. We besluiten dat de respondenten die de zes volwaardige cultkenmerken als een meerwaarde beschouwen in een serie, onrechtstreeks stellen dat deze kenmerken ook aanwezig zijn in *True Blood*.

Bij de beschrijving van de genrevoorkeuren (2.2.2.2.2. Genrevoorkeur, p. 41) stelden we vast dat cultseries over het algemeen weinig bekeken worden (12,10%) en in het bijzonder het minst door leerlingen uit het BSO. De leerlingen uit het BSO zijn eerder bereid naar *True Blood* te kijken dan het ASO of TSO (Figuur 115, p. 40) en geven een hogere score, waardoor we ons afvragen of de respondenten het concept ‘cultserie’ wel correct geïnterpreteerd hebben. Hoewel de leerlingen uit het BSO niet significant verschillen van het ASO en TSO voor wat betreft de score op 10 en het bereid zijn te kijken naar *True Blood*, willen we toch nagaan wat de reden kan zijn voor hun hogere score en bereidheid om te kijken. We gaan na of er meer leerlingen uit het BSO positief geantwoord hebben op de cultkenmerken. Voor ‘innovatie’, ‘*badness*’, ‘genrehybridisering’, ‘*gore*’ en ‘humor’ zijn er geen verschillen voor wat de studierichtingen betreft (Figuur 149, p. 51; Figuur 150, p. 52; Figuur 153, p. 53; Figuur 158, p. 54 en Figuur 159, p. 55). ‘Transgressie moraal’ wordt meer gewaardeerd door de leerlingen uit het ASO, gevolgd door het TSO (Figuur 151, p. 52). Voor ‘transgressie taboe’ zijn er geen verschillen tussen ASO en BSO, maar heeft TSO wel meer positief geantwoord (Figuur 152, p. 52). Ook bij ‘intertekstualiteit’ zien we geen verschillen tussen ASO en BSO, maar zijn er minder leerlingen uit het TSO die hier belang aan hechten (Figuur 154, p. 53). Enkel voor ‘*loose ends*’, ‘nostalgie personages’ en ‘nostalgie zelf’ zien we dat de leerlingen uit het BSO meer positief geantwoord hebben (Figuur 155, p. 53; Figuur 156, p. 54 en Figuur 157, p. 54). De reden waarom leerlingen uit het BSO een hogere score geven en eerder bereid zijn om te kijken naar *True Blood* dan leerlingen uit het ASO en TSO kunnen we dus niet verklaren aan de hand van de cultkenmerken. Indien we kijken naar andere factoren, zien we dat er meer zware kijkers zitten in het BSO (Figuur 12, p. 4) en dat de leerlingen uit het BSO meer kijken naar horrorseries dan leerlingen uit het ASO of TSO (Figuur 54, p. 18). Dit zouden verklaringen kunnen zijn voor het feit dat de respondenten uit het BSO een hogere score geven aan *True Blood* en eerder bereid zijn om de reeks te bekijken.

Discussie en conclusie

Uit het theoretisch luik is gebleken dat culttelevisie bepaald wordt door de manier waarop het gepositioneerd is ten opzichte van mainstream televisie. Naast de manier waarop het gepercipieerd wordt door het publiek, zijn er ook inhoudelijke zaken die een productie als ‘cult’ bestempelen. Zo zijn er de *theme songs* die als visitekaartje fungeren en de kijker uitnodigen in de alternatieve wereld te stappen die aangeboden wordt door het programma. Opvallend gebruik van bijvoorbeeld camerastandpunten of kleurenfilters zorgt voor een afstand met standaard Hollywood-formules in dit opzicht. Ook een specifieke linguïstiek, complexe verhaalbogen en personages, symbolisme, mythes en parallelle universums dragen bij tot culttelevisie. De binaire oppositie mainstream/cult is evenzeer minder strikt dan vroeger, mede als gevolg van het convergentieproces. Voor de komst van het internet was speciale aandacht aangaande cultproducties weggelegd voor het cultpubliek, maar nu wordt ook het mainstreampubliek steeds meer gesofisticeerd vermits ook zij in staat zijn om de verhaalbogen te volgen in groter detail. Specifieke activiteiten die voorheen toegewezen werden aan cultfans, zitten tegenwoordig in de lift bij het mainstreampubliek. Het betreft zaken als speculaties en fan fiction. Netwerken gaan ook steeds meer inspelen op het cultaspect. Ze willen de kijkcijfers van een mainstreamproductie, gekoppeld aan een grote betrokkenheid van de kijkers die geassocieerd wordt met cultproducties. Dergelijke producties die hieruit voortkomen kunnen we niet categoriseren onder ‘culttelevisie’ vermits het louter invloeden betreft.

Voor dit onderzoeksrapport kozen we de Amerikaanse serie *True Blood* als onderzoeksobject. Aan de hand van de definitie van Ernest Mathijs en Xavier Mendik gingen we na in welke mate *True Blood* als een cultproductie kan beschouwd worden. In de bestaande literatuur wordt de reeks wel als ‘quality cult’ omschreven, maar we wilden onderzoeken of *True Blood* aan alle kenmerken voldoet. Aan de hand van enkele voorbeelden toonden we aan dat de acht cultkenmerken uit de definitie sterk opgaan voor *True Blood*. Innovatie, genrehybridisering, intertekstualiteit en *loose ends* komen evenwel steeds vaker voor in mainstreamtelevisie, waardoor we besluiten dat deze kenmerken niet langer typerend zijn voor een cultproductie. *Badness*, transgressie, nostalgie en *gore* daarentegen, zijn kenmerken die wel symptomatisch zijn voor culttelevisie en deze zijn in grote getale terug te vinden in *True Blood*. We besluiten dat de reeks daadwerkelijk als ‘cult’ gekwalificeerd kan worden, voor wat betreft de definitie van Mathijs en Mendik.

In een online survey bevroegen we 347 respondenten uit de derde graad van het middelbaar onderwijs. De vragen over de sociodemografische gegevens hadden betrekking op geslacht, geboortejaar, geografie en studierichting. Verder maakten we een onderverdeling tussen algemene vragen en vragen over de cultkenmerken. Bij de algemene vragen peilden we naar hun kijkpatroon, de plaats van series in de beeldcultuur van jongeren en hun kennis van series. Om het kijkpatroon te definiëren vroegen we

naar het kijkgedrag en naar het medium waarmee de respondenten series bekijken. Aangaande het kijkgedrag van de respondenten maakten we een opdeling tussen lichte, middelmatige en zware kijkers. We merkten op dat de overgrote meerderheid van de kijkers te categoriseren valt als ‘zware kijker’. Inzake het medium wordt de televisie het vaakst gebruikt. Om een beeld te krijgen over de plaats van series in de beeldcultuur van jongeren bevroegen we het koop- en huurgedrag, de genrevoorkeur, de manier van kijken en de aantrekkingsfactoren in een serie. Slechts weinig respondenten gaan series kopen of huren – wat misschien te wijten is aan het feit dat de jongeren niet over een eigen inkomen beschikken.

Bij de genres worden komedies en romantische series het meest bekeken, terwijl cultseries, samen met oorlogsseries, het minst gewaardeerd worden. Wat betreft de manier van kijken naar series werd het meest ‘alleen’ en ‘met familie’ geantwoord. Spanning, humor, romantiek en aantrekkelijke personages worden door de respondenten beschouwd als de grootste aantrekkingsfactoren om een serie te bekijken. Wanneer we kijken naar de voorkennis die de leerlingen hebben van *True Blood* zien we dat bijna de helft al gehoord heeft van de reeks – via vrienden of de media – waarvan 13% de serie gezien heeft. We sloten de vragenlijst af met hun waardering van de cultkenmerken volgens Mathijs en Mendik, hun score op 10 die ze de reeks geven en de vraag of ze bereid zijn om *True Blood* te bekijken. De respondenten die een hoge score geven zijn significant meer bereid om de reeks te bekijken dan de leerlingen die een lagere score geven. We vonden geen significant verband voor wat betreft geslacht en studierichting. Ook al betreft het geen significant verschil, uit de resultaten leiden we af dat de leerlingen uit het BSO de reeks een hogere score geven én meer bereid zijn om verder te kijken dan de leerlingen uit het ASO en het TSO. Dit is misschien te wijten aan het feit dat er meer zware kijkers zitten in het BSO, alsook meer horrorfans. Voor kijkgedrag vonden we wel een significant verschil voor het bereid zijn te kijken naar *True Blood*. De zware kijkers willen namelijk eerder kijken dan de lichte kijkers. Deze bevinding kan echter toevallig zijn aangezien de lichte kijkers sterk ondervertegenwoordigd zijn.

Bij de aantrekkingsfactoren vonden we dat de respondenten die spanning waarderen in een serie een significant hogere score geven en significant meer bereid zijn om *True Blood* te bekijken dan de leerlingen die spanning niet waarderen. Respondenten die escapisme en aantrekkelijke personages waarderen geven een significant hogere score op 10 dan de respondenten die deze factoren niet waarderen. Bij de genres zien we dat de leerlingen die thriller- en horrorseries bekijken een significant hogere score geven en significant meer bereid zijn naar *True Blood* te kijken dan de leerlingen die deze genres niet bekijken. Hetzelfde geldt voor muzikale genres, maar dan alleen voor wat betreft het bereid zijn te kijken naar *True Blood*. Aangezien dit genre niet voorkomt in *True Blood* kunnen we geen verklaring geven voor deze bevinding.

Ten slotte vonden we bij de cultkenmerken dat de respondenten die *badness*, transgressie, nostalgie en *gore* als meerwaarde beschouwen een significant hogere score geven op 10 en significant meer bereid zijn om te kijken naar *True Blood* dan de respondenten die deze kenmerken niet appreciëren in een serie. Leerlingen die innovatie waarderen geven een significant hogere score en leerlingen die intertekstualiteit en *loose ends* waarderen zijn significant meer bereid om te kijken naar de reeks. Enkel de typische cultkenmerken (*badness*, transgressie, nostalgie en *gore*) vertonen zowel significante verschillen en verbanden voor wat betreft score op 10 en bereid zijn te kijken naar *True Blood*.

We concluderen dat de leerlingen die positief antwoorden op deze cultkenmerken, onrechtstreeks stellen dat deze ook aanwezig zijn in *True Blood*. Aangezien innovatie, genrehybridisering, intertekstualiteit en *loose ends* tegenwoordig achterhaald zijn als typische cultkenmerken, vragen we ons af of hetzelfde zal gebeuren voor *badness*, transgressie, nostalgie en *gore*. Indien de binaire oppositie mainstream/cult in de toekomst nog verder ontrafeld zal worden, zullen deze vier kenmerken misschien ook niet langer als typisch 'cult' beschouwd kunnen worden. Onderzoek in de toekomst zal dit proces moeten opvolgen. Bovendien raden we ook verder onderzoek aan voor wat betreft het publieksonderzoek. Herhaalde metingen in de tijd kunnen aantonen of er generatieverschillen optreden voor de bevonden resultaten.

Bibliografie

Wetenschappelijke boeken en bijdragen uit readers

Anderson, C. (2008). Producing an aristocracy of culture in American television. In R. Edgerton & J.P. Jones (Eds.), *The essential HBO reader* (pp. 23-41). Lexington, KY.: The University Press Of Kentucky.

Angelini, S. & Booy, M. (2010). Members only: cult TV from margins to mainstream. In S. Abbott (Ed.), *The cult TV book* (pp. 19-27). New York, N.Y.: I.B.Tauris & Co Ltd.

Argenti, P.A. & Barnes, C.M. (2009). *Digital strategies for powerful corporate communications*. New York, N.Y.: McGraw-Hill Professional.

Ariano, T. & Bunting, S.D. (2006). *Television without pity. 752 things we love to hate (and hate to love) about TV*. Philadelphia, PA.: Quirk Books.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press.

Burrell, T. (2010). *Brainwashed. Challenging the myth of black inferiority*. New York, N.Y.: SmileyBooks.

Clements, S. (2011). *The vampire defanged. How the embodiment of evil became a romantic hero*. Grand Rapids, MI.: Brazos Press.

Dunn, G.A. & Housel, R. (Eds.) (2010). *True Blood and philosophy. We wanna think bad things with you*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Eco, U. (1987). *Travels in hyperreality*. London: Picador.

Espenson, J. (2010). Playing hard to 'get'. How to write cult TV. In S. Abbott (Ed.), *The cult TV book* (pp. 45-53). New York, N.Y.: I.B.Tauris & Co Ltd.

Gwenllian-Jones, S. & Pearson, R.E. (2004). Introduction. In S. Gwenllian-Jones & R.E. Pearson (Eds.), *Cult television* (pp. ix-xx). Minneapolis, MN.: University of Minnesota Press.

Hills, M. (2010). Mainstream cult. In S. Abbott (Ed.), *The cult TV book* (pp. 67-73). New York, N.Y.: I.B.Tauris & Co Ltd.

Hollows, J. (2003). The masculinity of cult. In M. Jancovich, A.L. Rebol, J. Stringer & A. Willis (Eds.), *Defining cult movies. The cultural politics of oppositional taste* (pp. 35-53). Manchester: Manchester University Press.

- Jancovich, M., Reboll, A.L., Stringer, J. & Willis, A. (2003). Introduction. In M. Jancovich, A.L. Reboll, J. Stringer & A. Willis (Eds.), *Defining cult movies. The cultural politics of oppositional taste* (pp. 1-13). Manchester: Manchester University Press.
- Kellner, D. (1995). *Media culture. Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. London: Routledge.
- Kimmel, D.M. (2010). Vampire porn. In L. Wilson (Ed.), *A taste of True Blood. The fangbanger's guide* (pp. 3-17). Dallas, TX.: BenBella Books, Inc.
- Mathijs, E. & Mendik, X. (2008). Editorial introduction: what is cult film? In E. Mathijs & X. Mendik (Eds.), *The cult film reader* (pp. 1-11). Berkshire: Open University Press.
- McPherson, T. (2011). Revamping the South. Thoughts on labor, relationality, and Southern representations. In D.E. Barker & K. McKee (Eds.), *American cinema and the Southern imaginary* (pp. 336-351). Athens, GA.: University of Georgia Press.
- Melton, J.G. (1999). *The vampire book. The encyclopedia of the undead*. Canton, MI.: Visible Ink Press.
- Mendik, X. & Harper, G. (2000). Introduction. In X. Mendik en G. Harper (Eds.), *Unruly pleasures: the cult film and its critics* (pp. 1-12). Guildford: FAB Press.
- Mittell, J. (2004). *Genre and television. From cop shows to cartoons in American culture*. New York, N.Y.: Routledge.
- Murray, J.H. (1997). *Hamlet on the holodeck*. Cambridge, MA.: MIT Press.
- Paszylk, B. (2009). *The pleasure and pain of cult horror films. An historical survey*. Jefferson, NC.: McFarland & Company, Inc., Publishers.
- Pearson, R. (2010). Observations on cult television. In S. Abbott (Ed.), *The cult TV book* (pp. 7-17). New York, N.Y.: I.B.Tauris & Co Ltd.
- Rosenbaum, B.K. (2010). I love you, I just don't want to know you (so much). In L. Wilson (Ed.), *A taste of True Blood. The fangbanger's guide* (pp. 203-210). Dallas, TX.: BenBella Books, Inc.
- Santo, A. (2008). Para-television and discourses of distinction: the culture of production at HBO. In M. Leverette, B.L. Ott & C.L. Buckley (Eds.), *It's not TV. Watching HBO in the post-television era* (pp. 19-45). New York, N.Y.: Routledge.

Short, S. (2011). *Cult telefantasy series. A critical analysis of The Prisoner, Twin Peaks, The X-Files, Buffy the Vampire Slayer, Lost, Heroes, Doctor Who and Star Trek*. Jefferson, NC.: McFarland & Company, Inc., Publishers.

Soudijn, K. (2005). *Onderzoeksverslagen schrijven*. Antwerpen: Standaard Uitgeverij.

Staiger, J. (2000). *Perverse spectators. The practices of film reception*. New York, N.Y.: New York University Press.

Strumer, M.A. (2007). *The creatures of the night: vampires from books to films*. Ann Arbor, MI.: ProQuest LLC.

Wilcox, R.V. (2010). The aesthetics of cult television. In S. Abbott (Ed.), *The cult TV book* (pp. 31-39). New York, N.Y.: I.B.Tauris & Co Ltd.

Wetenschappelijke artikels

Carroll, N. (1999). Horror and humor. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 57(2), 145-160.

Mittell, J. (2006). Narrative complexity in contemporary American television. *The Velvet Light Trap*, 58, 29-40.

Neale, S. (1990). Questions of genre. *Screen*, 31(1), 45-66.

Weisenberg, M., Tepper, I. & Schwarzwald, J. (2000). Humor as a cognitive technique for increasing pain tolerance. *Pain*, 63(2), 207-212.

Artikels uit kranten

Edgecliffe-Johnson, A. (2008, 20 november). Vampires set to provide ray of hope amid gloom. *Financial Times*.

Patterson, J. (2009, 17 augustus). Quentin Tarantino: champion of trash cinema. *The Guardian*.

Internet

FanFiction. Geraadpleegd op 19 april 2012 op het World Wide Web: <http://www.fanfiction.net/tv/>

HBO. Geraadpleegd op 2 april 2012 op het World Wide Web: <http://www.hbo.com/true-blood/index.html>

Wordle. Geraadpleegd op 16 april 2012 op het World Wide Web: <http://www.wordle.net/create>

Audiovisuele bronnen

- ABC (Netwerk) & Larson, G.A. (Creator). (1978 – 1979). *Battlestar Galactica* [Serie].
- ABC (Netwerk) & Marlowe, A.W. (Creator). (2009 –). *Castle* [Serie].
- ABC (Netwerk) & Rhimes, S. (Creator). (2005 –). *Grey's Anatomy* [Serie].
- Ball, A. (2008). Escape from dragon house (Lehmann, M., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2008). Mine (Dahl, J., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2008). Plaisir d'amour (Hemingway, A., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2008). Strange love (Ball, A., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2008). The first taste (Winant, S., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2008). The fourth man in the fire (Lehmann, M., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2009). Beyond here lies nothin' (Cuesta, M., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2009). Frenzy (Minahan, D., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2009). Hard-hearted Hannah (Lehmann, M., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2010). It hurts me too (Lehmann, M., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2009). Release me (Ruscio, M., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2009). Timebomb (Dahl, J., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.
- Ball, A. (2010). Everything is broken (Winant, S., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.

Ball, A. (2010). I got a right to sing the blues (Lehmann, M., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.

Ball, A. (2011). If you love me, why am I dyin'? (Petrarca, D., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.

Ball, A. (2011). Let's get out of here (Tirone, R., Regisseur). In Ball, A. (Producer) *True Blood*. Amerika: HBO.

BBC (Netzwerk) & Newman, S. (Creator). (1963 – 1989). *Doctor Who* [Serie].

Bregman, M. (Producer) & De Palma, B. (Regisseur). (1983). *Scarface* [Serie].

Cameron, J. (Producer) & Cameron, J. (Regisseur). (1991). *Terminator 2: Judgment Day* [Film].

CBS (Netzwerk) & Donahue, A. & Zuiker, A.E. (2000 –). *CSI: Crime Scene Investigation* [Serie].

CBS (Netzwerk) & Heller, B. (Creator). (2008 –). *The Mentalist* [Serie].

CBS (Netzwerk) & Lorre, C. & Prady, B. (Creators). (2007 –). *The Big Bang Theory* [Serie].

CBS (Netzwerk) & Lynch, D. & Frost, M. (Creators). (1990 – 1991). *Twin Peaks* [Serie].

Coppola, F.F. (Producer) & Coppola, F.F. (Regisseur). (1979). *Apocalypse Now* [Film].

CW & WB (Netzwerke) & Schwahn, M. (Creator). (2003 –). *One Tree Hill* [Serie].

CW (Netzwerk) & Schwartz, J. & Savage, S. (2007 –). *Gossip Girl* [Serie].

CW (Netzwerk) & Williamson, K. & Plec, J. (Creators). (2009 –). *The Vampire Diaries* [Serie].

Disney Channel (Netzwerk) & Minsky, T. (2001 – 2004). *Lizzie McGuire* [Serie].

Engelman, R. & Frankfurt, P. (Producers) & Norrington, S. (Regisseur). (1998). *Blade* [Film].

Fox (Netzwerk) & Carter, C. (Creator). (1993 – 2002). *The X-Files* [Serie].

Fox (Netzwerk) & Hanson, H. (Creator). (2005 –). *Bones* [Serie].

HBO (Netzwerk) & Ball, A. (Creator). (2001 – 2005). *Six Feet Under* [Serie].

HBO (Netzwerk) & Ball, A. (Creator). (2008 –). *True Blood* [Serie].

HBO (Netzwerk) & Chase, D. (Creator). (1999 – 2007). *The Sopranos* [Serie].

HBO (Netzwerk) & Milch, T. (Creator). (2004 – 2006). *Deadwood* [Serie].

HBO (Netwerk) & Simon, D. (Creator). (2002 – 2008). *The Wire* [Serie].

HBO (Netwerk) & Star, D. (Creator). (1998 – 2004). *Seks and the City* [Serie].

Hitchcock, A. (Producer). & Hitchcock, A. (Regisseur). (1960). *Psycho* [Film].

Impens, D. (Producer) & Matthys, J. (Regisseur). *Code 37* [Serie].

Janssens, W. (Producer) & Beerten, L., Enghien, W., Schellekens, P. & Mattered, J.Jr. (Creators). (1995 –). *Thuis* [Soap].

Langerhaert, W. (Producer) & Goethals, P. (Regisseur). (1991 –). *Familie* [Soap].

Morgan, M., Mooradian, G. & Godfrey, W. (Producers) & Hardwicke, C. (Regisseur). (2008). *Twilight* [Film].

NBC (Netwerk) & Kring, T. (Creator). (2006 – 2010). *Heroes* [Serie].

NBC (Netwerk) & Roddenberry, G. (Creator). (1966 – 1969). *Star Trek* [Serie].

Stallaerts, R. (Producer) & Gevers, J. (Regisseur). (1990 – 2011). *F.C. De Kampioenen* [Soap].

WB & UPN (Netwerken) & Whedon, J. (Creator). (1997 – 2003). *Buffy: the Vampire Slayer* [Serie].

Bijlagen

Document “*Bijlagen bij ‘Have You Been Bitten Yet?’ Een publieksonderzoek bij jongeren naar cultkenmerken, toegepast op de serie True Blood van HBO.*”

1. Inleiding
2. Voorwoord bij survey
3. Vragenlijst
4. Afbeeldingen
5. Tabellen
6. Figuren
7. Codeboek

SPSS-bestand *HaveYouBeenBittenYet.sav*

UNIVERSITEIT GENT

FACULTEIT POLITIEKE EN SOCIALE WETENSCHAPPEN

**Bijlagen bij ‘Have You Been Bitten Yet?’ Een
publieksonderzoek bij jongeren naar cultkenmerken,
toegepast op de serie *True Blood* van HBO.**

Wetenschappelijke verhandeling: bijlagen

aantal woorden: 6769

JULIE VANLERBERGHE

MASTERPROEF COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

afstudeerrichting FILM- EN TELEVISIESTUDIES

PROMOTOR: PROF. DR. DANIËL BILTEREYST

COMMISSARIS: FREDERIK DHAENENS

COMMISSARIS: SANDER DE RIDDER

ACADEMIEJAAR 2011 - 2012

Introductie

Alle bijlagen waar we naar refereren in het onderzoeksrapport worden hier verzameld, dit omwille van de overzichtelijkheid. Voor dit onderzoeksrapport selecteren we de hedendaagse cultproductie *True Blood* die we toetsen aan de definitie van Ernest Mathijs en Xavier Mendik over cultkenmerken. We starten onze studie met een overzicht van de bestaande literatuur rond ons onderzoeksthema culttelevisie. Vervolgens gaan we over tot de situering van ons onderzoeksobject, de Amerikaanse serie *True Blood* van regisseur Alan Ball en bestuderen we of de reeks als cult kan worden beschouwd conform de proposities van Mathijs en Mendik. We concluderen dat de reeks daadwerkelijk als een cultproductie kan beschouwd worden. Bepaalde voorbeelden die we aanhalen worden geïllustreerd met afbeeldingen uit de reeks. Deze afbeeldingen zijn hier terug te vinden. Voor het tweede deel van deze onderzoeksopzet namen we een online survey af bij 347 jongeren uit de derde graad van het middelbaar onderwijs. We analyseerden de antwoorden aangaande kijkpatroon, plaats van series in de beeldcultuur van jongeren, kennis van series en de cultkenmerken voor wat betreft geslacht, studierichting en kijkgedrag. Aan de hand van statistische analyses tonen we aan dat de jongeren die de cultkenmerken waarderen, bereid zijn om naar *True Blood* te kijken of de reeks een hoge score geven. Zo wijzen we aan dat deze jongeren *True Blood* onrechtstreeks als een cultserie beschouwen. We baseren onze conclusies op basis van tabellen en grafieken. Deze zijn hier terug te vinden, alsook het voorwoord dat voorafging aan de online survey, de vragenlijst en het codeboek.

Voorwoord bij survey

Geachte,

Ik ben een studente Master Communicatiewetenschappen, afstudeerrichting Film- en Televisiestudies. In het kader van mijn thesis voer ik onderzoek naar hedendaagse cultseries en de consumptie ervan door jongeren. U zou er mij een groot plezier mee doen als u de tijd zou nemen om onderstaande enquête in te vullen. Het is van groot belang dat alles wordt ingevuld, zodoende dat representativiteit verzekerd wordt. Indien het antwoord dat voor u van toepassing is niet opgenomen is in de antwoordschaal, dan bestaat de mogelijkheid om te specificeren. Anonimiteit wordt verzekerd bij de verwerking van de data en de gegevens worden uitsluitend gebruikt in de context van mijn thesis.

Graag wil ik eerst een achtergrond schetsen van de doelstellingen van dit onderzoek. Zoals eerder werd vermeld handelt dit onderzoek over hedendaagse cultseries. Meer bepaald wordt de focus gelegd op de cultserie True Blood.

De serie in kwestie is van Amerikaanse makelij en is gebaseerd op een reeks boeken. De serie speelt zich af in een context van vampiers die overal ter wereld 'uit de kist komen' en willen leven onder de gewone mensen. Het directe gevaar dat mensen gebeten kunnen worden door vampiers is in principe geweken aangezien Japanners erin geslaagd zijn om een substituuat te fabriceren voor menselijk bloed. Dit bloed wordt gebotteld en verkocht in winkels en cafés. Het voldoet min of meer aan de voedingswaarde van echt menselijk bloed, dus vampiers kunnen overleven door dit goedje te drinken in plaats van menselijk bloed. De meeste vampiers houden echter niet van dit 'vals bloed' waardoor er nogal vaak spanningen ontstaan. Het hoofdpersonage van de serie is Sookie Stackhouse, een serveerster in het café Merlotte's Bar and Grill in het stadje Bon Temps. Sookie kan de gedachten lezen van mensen, maar niet van vampiers. Haar broer, Jason Stackhouse, is een lastpost en laat zich in met het dealen van vampierbloed. De effecten van het innemen van vampierbloed zijn min of meer analoog aan het nemen van sommige gewone drugs. Sookie en Jason wonen bij hun grootmoeder aangezien hun ouders overleden zijn. De eigenaar van Merlotte's Bar and Grill is Sam Merlotte, een vriend van Sookie. Sam is zeer beschermend ten opzichte van Sookie aangezien hij gevoelens heeft voor haar. Hij is dan ook zeer vijandig wanneer Bill Compton in het stadje komt wonen en vriendschap sluit met Sookie. Bill Compton is een vampier en wil niets liever dan deel uitmaken van de gemeenschap. Er zijn echter ook vampiers die hier anders over denken en zich niet houden aan het Tru Blood-dieet. Één van hen is Eric Northman, eigenaar van het vampiercafé Fangtasia. De verschillende personages worden elke aflevering uitgedaagd door obstakels en moeten samenwerken – vaak tegen hun zin, gezien de

Bijlagen

vijandigheid die heerst onder de verschillende karakters – om zichzelf en hun vrienden te redden. De serie wordt getypeerd door steeds terugkerende thema's als religie, homoseksualiteit, geweld, de dood en seks. Vaak komen de thema's ook voor in combinatie met elkaar. Geweld en de dood in combinatie met seks komt voor in elk seizoen en religie in combinatie met seks komt herhaaldelijk voor in seizoen twee wanneer de bewoners van Bon Temps geteisterd worden door een bovennatuurlijk wezen – gereïncarneerd in het lichaam van een vrouw, Maryann – dat offers brengt aan de god Dionysos en de inwoners geestelijk manipuleert tot orgieën.

De enquête bevat naast algemene vragen over kijkgedrag ook vier korte videofragmenten. Deze fragmenten zijn de trailers van de seizoenen van de serie. Door deze te bekijken zal u een beter zicht krijgen op de verhaallijn en kennis kunnen maken met de personages. Na elk fragment worden enkele vragen gesteld die peilen naar uw mening, meer bepaald naar wat u belangrijk vindt in een cultserie.

Belangrijk: er zijn geen juiste of foute antwoorden. Uw mening staat centraal in dit onderzoek.

Graag wil ik u alvast bedanken op voorhand voor het invullen van deze enquête.

Vragenlijst

1. Sociodemografische gegevens

a. Geslacht

- Man
- Vrouw

b. Geboortejaar

c. Woonplaats

d. Jaar en studierichting

2. Kijkpatronen

a. Kijk je vaak series?

- Nooit
- Tijdens de vakanties en op vrije dagen
- 1 keer per maand
- 1 keer per week
- meerdere keren per week
- elke dag
- andere: specificeren

b. Indien je naar series kijkt, via welk medium doe je dit?

- Televisie
- DVD
- Online gedownload
- Online streaming
- Andere: specificeren

3. Plaats van series in de beeldcultuur van jongeren

a. Koop je soms series op DVD box?

- Nooit
- Al 1 keer gedaan
- Al meerdere keren gedaan
- Altijd

b. Huur je soms series in de videotheek?

- Nooit
- Al 1 keer gedaan
- Al meerdere keren gedaan
- Altijd

c. Welk genre van series bekijk je?

- Komedie
- Romantiek
- Drama
- Misdaad
- Animatie
- Medisch
- Thriller
- Horror
- Muzikaal
- Cult
- Oorlog
- Historisch
- Andere: specificeren

d. Hoe kijk je naar series?

- Alleen
- Met je vriend/vriendin
- Met vrienden
- Andere: specificeren

e. Kijk je naar series met Nederlandse ondertiteling?

- Ja
- Neen
- Soms

f. Waarom kijk je naar series? Gebruik sleutelwoorden.

g. Wat vind je belangrijk in een serie?

- Humor
- Spanning
- Raakpunten met je eigen leven
- Escapisme
- Romantiek
- Kostuums
- Aantrekkelijke personages
- Sensatie
- Andere: specificeren

4. Kennis van series

a. Geef je top drie van series

- 1.
- 2.
- 3.

b. Welke van deze series ken je (vb. van vrienden of van de media)? Je moet ze daarvoor dus niet bekeken hebben.

90210	Glee	Royal Pains
All Saints	Gossip Girl	Scrubs
Ally McBeal	Greek	Sex And The City
American Dad	Green Wing	Six Feet Under
Angel	Grey's Anatomy	Smalville
Army Wives	Happy Town	South Park
Band Of Brothers	Heroes	Supernatural
Better Of Ted	House M.D.	Teen Wolf
Breaking Bad	How I Met Your Mother	That 70's Show
Buffy The Vampire Slayer	Jericho	The 4400
Californication	Joey	The Big Bang Theory
Carnivale	Kyle XY	The Black Donnellys
Charmed	Lie To Me	The IT Crowd
Chuck	Life	The L Word
Cougar Town	Lipstick Jungle	The Mentalist
CSI	LOST	The O.C.
Cupid	Mad Men	The Office
Dawsons Creek	Melrose Place	The Riches
Deadwood	Men In Trees	The Shield
Desperate Housewives	Mercy	The Simpsons
Dexter	Merlin	The Sopranos
Drop Dead Diva	Nikita	The Tudors
Entourage	Nip/Tuck	The Vampire Diaries

E.R.
Eureka
Family Guy
Friends
Fringe
Futurama
Ghost Whisperer
Gilmore Girls

Numb3rs
One Tree Hill
OZ
Pretty Little Liars
Prison Break
Private Practice
Pushing Daisies
Quantum Leap

The Wire
Trauma
True Blood
Twin Peaks
Two And A Half Men
Veronica Mars
Weeds
Will And Grace

c. Welke van deze series heb je al gezien of bekijk je nu?

90210
All Saints
Ally McBeal
American Dad
Angel
Army Wives
Band Of Brothers
Better Of Ted
Breaking Bad
Buffy The Vampire Slayer
Californication
Carnivale
Charmed
Chuck
Cougar Town
CSI
Cupid
Dawsons Creek
Deadwood
Desperate Housewives
Dexter
Drop Dead Diva
Entourage
E.R.
Eureka
Family Guy
Friends
Fringe
Futurama
Ghost Whisperer
Gilmore Girls

Glee
Gossip Girl
Greek
Green Wing
Grey's Anatomy
Happy Town
Heroes
House M.D.
How I Met Your Mother
Jericho
Joey
Kyle XY
Lie To Me
Life
Lipstick Jungle
LOST
Mad Men
Melrose Place
Men In Trees
Mercy
Merlin
Nikita
Nip/Tuck
Numb3rs
One Tree Hill
OZ
Pretty Little Liars
Prison Break
Private Practice
Pushing Daisies
Quantum Leap

Royal Pains
Scrubs
Sex And The City
Six Feet Under
Smalville
South Park
Supernatural
Teen Wolf
That 70's Show
The 4400
The Big Bang Theory
The Black Donnellys
The IT Crowd
The L Word
The Mentalist
The O.C.
The Office
The Riches
The Shield
The Simpsons
The Sopranos
The Tudors
The Vampire Diaries
The Wire
Trauma
True Blood
Twin Peaks
Two And A Half Men
Veronica Mars
Weeds
Will And Grace

5. Cultseries

a. Indien je de serie nog niet gezien hebt, wat verwacht je van *True Blood*?

b. Bekijk de eerste trailer

- Wat vond je inhoudelijk van de eerste trailer?
 - Ik vond de trailer goed en ben benieuwd om meer te zien
 - Ik vond de trailer niet goed en zou niet beginnen kijken naar de serie
 - Ik vond de trailer best goed maar zou meer moeten zien om te kunnen oordelen
 - Ik vind dat de serie overkomt als de zoveelste vampierenserie in het rijtje en dat er niets vernieuwend aan is
 - Ik vind dat de serie vernieuwend is ten opzichte van andere vampierenseries
 - Andere: specificeren

c. Bekijk de tweede trailer

- Wat vond je inhoudelijk van de tweede trailer?
 - Ik vond de trailer goed en ben benieuwd om meer te zien
 - Ik vond de trailer niet goed en zou niet beginnen kijken naar de serie
 - Ik vond de trailer best goed maar zou meer moeten zien om te kunnen oordelen
 - Ik vind dat de serie na de tweede trailer overkomt als de zoveelste vampierenserie in het rijtje en dat er niets meer vernieuwend aan is
 - Ik vind na het bekijken van de tweede trailer dat de serie vernieuwend is ten opzichte van andere vampierenseries
 - Andere: specificeren

d. Bekijk de derde trailer

- Wat vond je inhoudelijk van de derde trailer?
 - Ik vond de trailer goed en ben benieuwd om meer te zien
 - Ik vond de trailer niet goed en zou niet beginnen kijken naar de serie
 - Ik vond de trailer best goed maar zou meer moeten zien om te kunnen oordelen
 - Ik vind dat de serie na de derde trailer overkomt als de zoveelste vampierenserie in het rijtje en dat er niets meer vernieuwend aan is
 - Ik vind na het bekijken van de derde trailer dat de serie vernieuwend is ten opzichte van andere vampierenseries
 - Andere: specificeren

e. Bekijk de vierde trailer

- Wat vond je inhoudelijk van de vierde trailer?
 - Ik vond de trailer goed en zou beginnen kijken naar de serie
 - Ik vond de trailer niet goed en zou niet beginnen kijken naar de serie
 - Ik vond de trailer best goed maar zou niet beginnen kijken omdat het mij niet aanspreekt
 - Ik vind dat de serie na de vierde trailer overkomt als de zoveelste in het rijtje en dat er niets meer vernieuwend aan is
 - Ik vind na het bekijken van de vierde trailer dat de serie vernieuwend is ten opzichte van andere vampierenseries
 - Andere: specificeren

f. Indien je de serie nog niet gezien hebt, werden je verwachtingen ingelost door de trailers?

- Ja
- Neen

6. Kenmerken van cultseries

a. INNOVATIE = esthetische (nieuwe technieken hanteren) of thematische (breken met conventies, taboes doorbreken) vernieuwing.

- Spreekt een serie je meer aan als er zaken in voorkomen die vernieuwend zijn ten opzichte van andere series? Hiermee bedoelen we; als een serie niet de zoveelste is in het rijtje door zaken (thema's, problematieken, personages) te belichten die nog niet door andere series werden voorgesteld?
 - Ja
 - Neen
 - Andere: specificeren

b. BADNESS = esthetisch (film technisch vb. camerastandpunten, belichting) of moreel (thematisch nl. op vlak van het verhaal) als slecht beschouwen waardoor de serie 'anders' is.

- Spreekt een serie je meer aan als er moreel verwerpelijke scènes in voorkomen? Meer bepaald scènes die kunnen choqueren doordat ze onorthodox zijn.
 - Ja
 - Neen
 - Andere: specificeren

c. TRANSGRESSIE MORAAAL = het overschrijden van de traditionele grenzen van goed en slecht. Er wordt gezondigd ten opzichte van deze vastgelegde grenzen. We kunnen niet meer spreken van louter goed en slecht aangezien het veel complexer en gelaagd is. Tevens worden er in hoofdzaak taboe onderwerpen aangesneden.

- Spreekt een serie je meer aan wanneer er een zekere graad van complexiteit en gelaagdheid aanwezig is zodat 'goed' niet louter 'goed' is en 'slecht' niet langer alleen 'slecht'? Wanneer je dus voortdurend twijfelt aan wat nu eigenlijk goed en slecht is?
 - Ja
 - Neen
 - Andere: specificeren

d. TRANSGRESSIE TABOE = het overschrijden van de traditionele grenzen van goed en slecht. Er wordt gezondigd ten opzichte van deze vastgelegde grenzen. We kunnen niet meer spreken van louter goed en slecht aangezien het veel complexer en gelaagd is. Tevens worden er in hoofdzaak taboe onderwerpen aangesneden.

- Spreekt een serie je meer aan wanneer er taboe onderwerpen worden behandeld zoals bijvoorbeeld druggebruik, (sadistische/rituele) seks en teugelloos geweld?
 - Ja
 - Neen
 - Neen, aangezien ik me daar ongemakkelijk bij voel
 - Het is afhankelijk van als ik alleen kijk of met anderen erbij
 - Andere: specificeren

e. GENRE = hybridisering van genres (genrevermenging). Overschrijden van de klassieke grenzen van traditionele genres. In True Blood is er bijvoorbeeld onder andere sprake van erotische thriller, horror, romantiek, drama en fantasy.

- Spreekt een serie je meer aan wanneer er niet louter één duidelijk genre is? Meer bepaald; vind je het aangenamer om te kijken naar een serie wanneer er sprake is van meerdere genres en wanneer die genres elkaar overlappen?
 - Ja
 - Neen
 - Andere: specificeren
- f. INTERTEKSTUALITEIT = wanneer er linken/connecties/vergelijkingen aanwezig zijn met andere series/films/verhalen/culturen. Dit kan via quotes, cameo's (gastoptredens), inside jokes, achtergronden, mythes, muziek, ...
- Spreekt een serie je meer aan wanneer er dergelijke linken naar andere series/films/verhalen/culturen aanwezig zijn?
 - Ja
 - Neen
 - Andere: specificeren
- g. LOOSE ENDS = letterlijk: losse eindjes. Wanneer er abrupte of problematische open eindjes zijn zodat de toeschouwer niet concreet weet hoe het afloopt of wat er nog allemaal zal gebeuren.
- Spreekt een serie je meer aan wanneer er een open einde is aan het einde van een aflevering/seizoen (cf. cliffhanger) zodat je zelf kan speculeren over wat er nog allemaal kan gebeuren?
 - Ja, ik vind het leuk als ik zelf kan nadenken/fantaseren over wat er nog allemaal kan gebeuren
 - Neen, ik heb liever gesloten eindjes
 - Andere: specificeren
- h. NOSTALGIE PERSONAGES = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door de personages zelf of door het publiek.
- Spreekt een serie je meer aan wanneer er door de personages gefantaseerd wordt over een beter verleden, erop duidend dat de huidige samenleving mankementen vertoont die moeten opgelost worden?
 - Ja
 - Neen
 - Andere: specificeren
- i. NOSTALGIE ZELF = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door de personages zelf of door het publiek.
- Spreekt een serie je meer aan wanneer die serie je de middelen aanreikt om zelf te kunnen fantaseren/wegdromen bij de gedachte aan een idealistisch verleden waar alles beter was?
 - Ja
 - Neen
 - Andere: specificeren
- j. GORE = oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal zoals geweld, onkuisheid, verval, verminking, moord, kannibalisme, ...
- Spreekt een serie je meer aan wanneer er dergelijke zaken in geportretteerd worden?
 - Ja
 - Neen
 - Andere: specificeren

k. HUMOR = dit kunnen verschillende soorten humor zijn zoals ironie, sarcasme, cynisme, woordspelingen, zelfspot, satire, typetjes, ...

- Spreekt een serie je meer aan wanneer er humor aanwezig is?
 - Ja
 - Neen
 - Het is afhankelijk van de serie
 - Andere: specificeren

7. Score

a. Op een schaal van 1 tot 10 (1 = slecht en 10 = uitstekend), hoeveel punten geef je de serie *True Blood* op basis van de korte beschrijving aan het begin van deze enquête en de vier trailers?

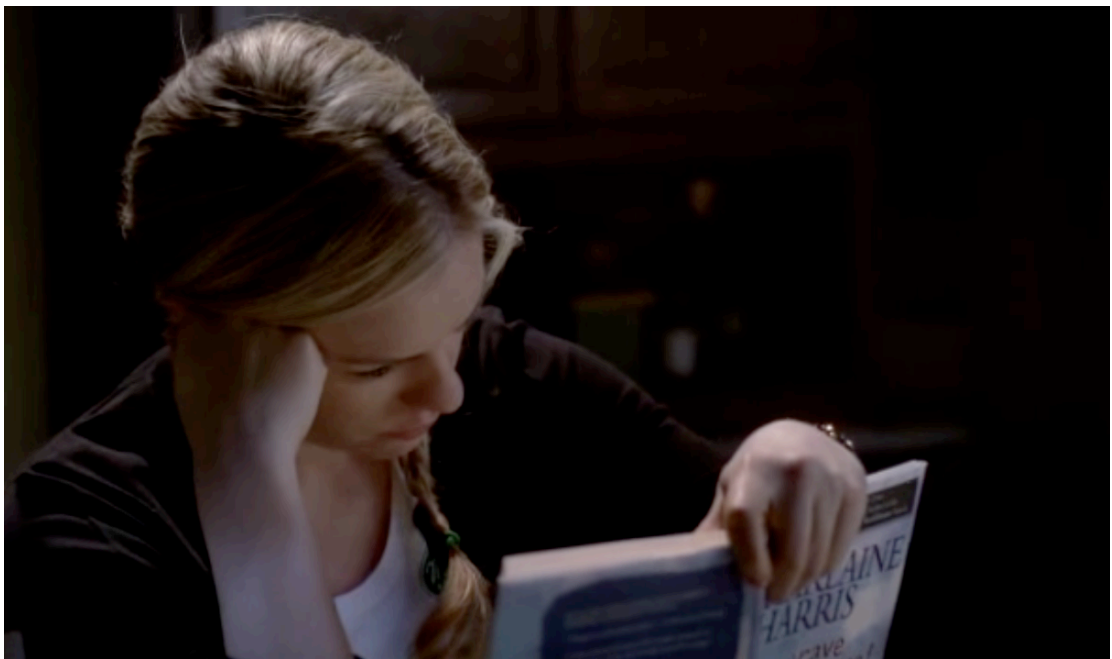
b. Ben je van plan om de serie *True Blood* te bekijken nu je er meer over weet?

- Ja
- Neen

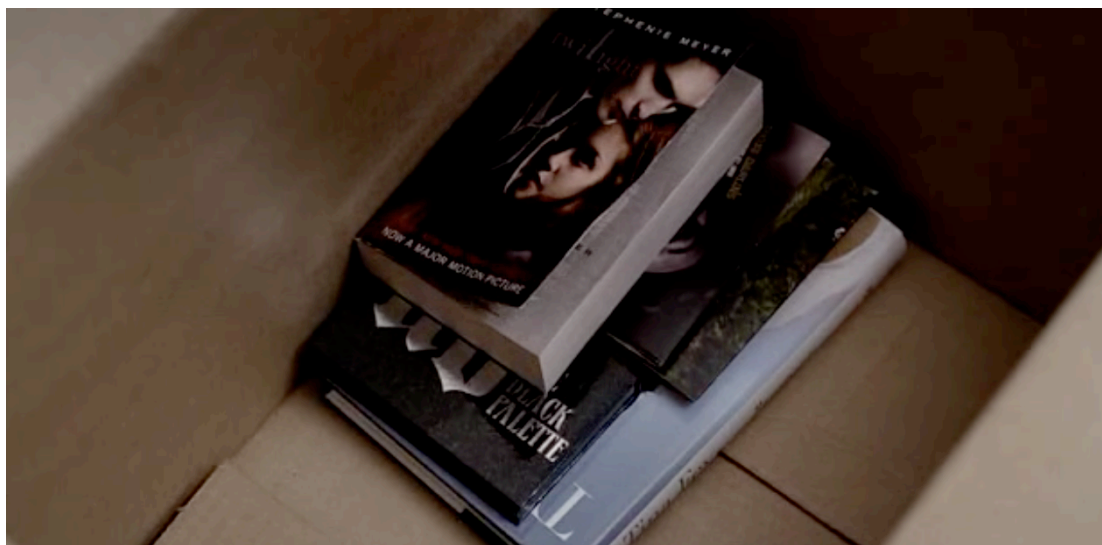
Afbeeldingen



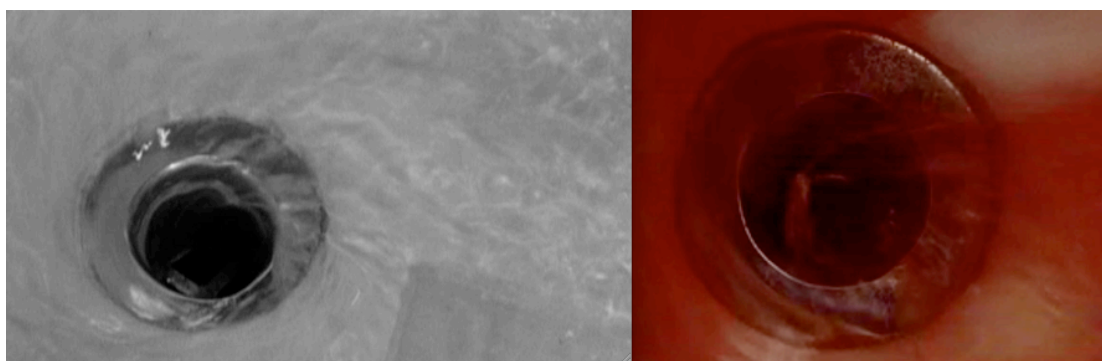
Afbeelding 9: S01E01 Strange Love – 00:33:03



Afbeelding 10: S04E03 If You Love Me, Why Am I Dyin? – 00:53:18



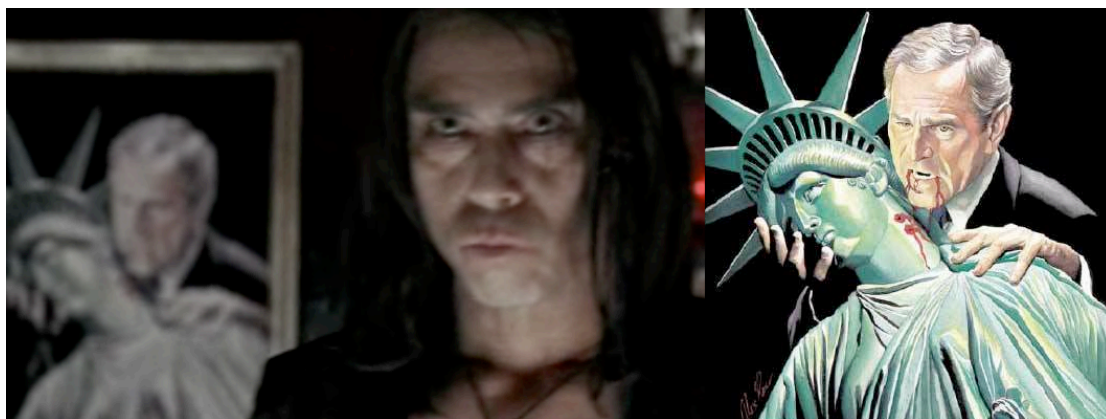
Afbeelding 11: S04E09 Let's Get Out Of Here – 00:13:35



Afbeelding 12: S03E09 Everything Is Broken – 00:04:46



Afbeelding 13: S01E02 The First Taste – 00:07:23



Afbeelding 14: S01E04 Escape from Dragon House – 00:31:27



Afbeelding 15: S01E12 You'll Be the Death of Me – 00:30:43



Afbeelding 16: S03E03 It Hurts Me Too – 00:57:21



Afbeelding 17: S03E06 – I Got a Right to Sing the Blues – 00:24:40

Tabellen

Zware - lichte kijker	Kijk je vaak series?	Aantal	Percentage
Licht	1 nooit	7	2,0%
	3 één keer per maand	9	2,6%
Licht Totaal		16	4,6%
Middelmatig	2 tijdens de vakanties en op vrije dagen	35	10,1%
	4 één keer per week	41	11,8%
	7 andere	13	3,7%
Middelmatig Totaal		89	25,6%
Zwaar	5 meerdere keren per week	136	39,2%
	6 elke dag	106	30,5%
Zwaar Totaal		242	69,7%
Totaal		347	100,0%

Tabel 14: kijkgedrag op basis van 'kijk je vaak series?'

Medium: televisie	Medium: DVD	Aantal	Percentage
televisie ja	DVD ja	60	17,3%
	DVD nee	262	75,5%
televisie ja Totaal		322	92,8%
televisie nee	DVD ja	5	1,4%
	DVD nee	20	5,8%
televisie nee Totaal		25	7,2%
Totaal		347	100,0%

Tabel 15: medium televisie en DVD

Zien True Blood	Ken True Blood	Aantal	Percentage
True Blood ja	True Blood ja	45	13,0%
True Blood ja Totaal		45	13,0%
True Blood nee	True Blood ja	125	36,0%
	True Blood nee	177	51,0%
True Blood nee Totaal		302	87,0%
Totaal		347	100,0%

Tabel 16: voorkennis *True Blood*

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	737,312	1	737,312	309,878	,000
Within Groups	820,879	345	2,379		
Total	1558,190	346			

Tabel 17: al dan niet kijken naar *True Blood* vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Warnings

Post hoc tests are not performed for score op 10 (1 - 10) because there are fewer than three groups.

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,207	1	345	,273

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	15,975	1	15,975	3,574	,060
Within Groups	1542,215	345	4,470		
Total	1558,190	346			

Tabel 18: geslacht vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Table 1

		Geslacht2	
		Man	Vrouw
		Count	Count
TB bekijken?	ja	21	146
	neen	29	151

Pearson Chi-Square Tests

		Geslacht2
TB bekijken?	Chi-square	,878
	df	1
	Sig.	,349

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 19: geslacht vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,581	2	344	,560

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7,536	2	3,768	,836	,434
Within Groups	1550,654	344	4,508		
Total	1558,190	346			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) ASO-TSO-BSO	(J) ASO-TSO-BSO	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	ASO	BSO	-,317	,337	,643	-1,15	,51
		TSO	,051	,280	,983	-,64	,74
	BSO	ASO	,317	,337	,643	-,51	1,15
		TSO	,368	,289	,444	-,34	1,08
	TSO	ASO	-,051	,280	,983	-,74	,64
		BSO	-,368	,289	,444	-1,08	,34
Tamhane	ASO	BSO	-,317	,327	,705	-1,11	,47
		TSO	,051	,266	,996	-,59	,69
	BSO	ASO	,317	,327	,705	-,47	1,11
		TSO	,368	,295	,514	-,34	1,08
	TSO	ASO	-,051	,266	,996	-,69	,59
		BSO	-,368	,295	,514	-1,08	,34

Tabel 20: studierichtingen vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Table 1

		ASO-TSO-BSO		
		ASO	BSO	TSO
		Count	Count	Count
TB bekijken?	ja	34	42	91
	neen	49	34	97

Pearson Chi-Square Tests

		ASO-TSO-BSO
TB bekijken?	Chi-square	3,262
	df	2
	Sig.	,196

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Table 1

		ASO-TSO-BSO	
		ASO	TSO
		Count	Count
TB bekijken?	ja	34	91
	neen	49	97

Pearson Chi-Square Tests

		ASO-TSO-BSO
TB bekijken?	Chi-square	1,283
	df	1
	Sig.	,257

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Table 1

		ASO-TSO-BSO	
		ASO	BSO
		Count	Count
TB bekijken?	ja	34	42
	neen	49	34

Pearson Chi-Square Tests

		ASO-TSO-BSO
TB bekijken?	Chi-square	3,251
	df	1
	Sig.	,071

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Table 1

		ASO-TSO-BSO	
		BSO	TSO
		Count	Count
TB bekijken?	ja	42	91
	neen	34	97

Pearson Chi-Square Tests

		ASO-TSO-BSO
TB bekijken?	Chi-square	1,019
	df	1
	Sig.	,313

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 21: studierichtingen vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabellen SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,294	2	344	,102

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	25,715	2	12,858	2,886	,057
Within Groups	1532,475	344	4,455		
Total	1558,190	346			

Post Hoc Tests**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) Zware - lichte kijker	(J) Zware - lichte kijker	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	Licht	Middelmatig	-,930	,573	,270	-2,34	,48
		Zwaar	-1,225	,545	,081	-2,56	,11
	Middelmatig	Licht	,930	,573	,270	-,48	2,34
		Zwaar	-,295	,262	,529	-,94	,35
	Zwaar	Licht	1,225	,545	,081	-,11	2,56
		Middelmatig	,295	,262	,529	-,35	,94
Tamhane	Licht	Middelmatig	-,930	,699	,488	-2,77	,91
		Zwaar	-1,225	,682	,248	-3,04	,59
	Middelmatig	Licht	,930	,699	,488	-,91	2,77
		Zwaar	-,295	,248	,554	-,89	,30
	Zwaar	Licht	1,225	,682	,248	-,59	3,04
		Middelmatig	,295	,248	,554	-,30	,89

Tabel 22: kijkgedrag vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Table 1

		Zware - lichte kijker		
		Licht	Middelmatig	Zwaar
		Count	Count	Count
TB bekijken?	ja	3	37	127
	neen	13	52	115

Pearson Chi-Square Tests

		Zware - lichte kijker
TB bekijken?	Chi-square	8,899
	df	2
	Sig.	,012*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Table 1

		Zware - lichte kijker	
		Licht	Middelmatig
		Count	Count
TB bekijken?	ja	3	37
	neen	13	52

Pearson Chi-Square Tests

		Zware - lichte kijker
TB bekijken?	Chi-square	2,996
	df	1
	Sig.	,083

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Table 1

		Zware - lichte kijker	
		Licht	Zwaar
		Count	Count
TB bekijken?	ja	3	127
	neen	13	115

Pearson Chi-Square Tests

		Zware - lichte kijker
TB bekijken?	Chi-square	6,830
	df	1
	Sig.	,009*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Table 1

		Zware - lichte kijker	
		Zwaar	Middelmatig
		Count	Count
TB bekijken?	ja	127	37
	neen	115	52

Pearson Chi-Square Tests

		Zware - lichte kijker
TB bekijken?	Chi-square	3,096
	df	1
	Sig.	,078

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 23: kijkgedrag vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabellen SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5,089	1	5,089	1,130	,288
Within Groups	1553,101	345	4,502		
Total	1558,190	346			

Tabel 24: humor vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: humor
TB bekijken?	Chi-square	,785
	df	1
	Sig.	,376

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 25: humor vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	35,966	1	35,966	8,151	,005
Within Groups	1522,225	345	4,412		
Total	1558,190	346			

Tabel 26: spanning vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: spanning
TB bekijken?	Chi-square	5,021
	df	1
	Sig.	,025*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 27: spanning vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4,306	1	4,306	,956	,329
Within Groups	1553,884	345	4,504		
Total	1558,190	346			

Tabel 28: raakpunten met je eigen leven vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: raakpunten met je eigen leven
TB bekijken?	Chi-square	,360
	df	1
	Sig.	,548

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 29: raakpunten met je eigen leven vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	23,727	1	23,727	5,335	,021
Within Groups	1534,463	345	4,448		
Total	1558,190	346			

Tabel 30: escapisme vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: escapisme
TB bekijken?	Chi-square	,203
	df	1
	Sig.	,653

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 31: escapisme vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,825	1	1,825	,405	,525
Within Groups	1556,365	345	4,511		
Total	1558,190	346			

Tabel 32: romantiek vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: romantiek
TB bekijken?	Chi-square	,050
	df	1
	Sig.	,824

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 33: romantiek vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,487	1	8,487	1,889	,170
Within Groups	1549,703	345	4,492		
Total	1558,190	346			

Tabel 34: kostumering vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: kostuums
TB bekijken?	Chi-square	1,076
	df	1
	Sig.	,300

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 35: kostumering vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	19,083	1	19,083	4,277	,039
Within Groups	1539,108	345	4,461		
Total	1558,190	346			

Tabel 36: aantrekkelijke personages vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: aantrekkelijke personages
TB bekijken?	Chi-square	1,572
	df	1
	Sig.	,210

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 37: aantrekkelijke personages vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,110	1	3,110	,690	,407
Within Groups	1555,080	345	4,507		
Total	1558,190	346			

Tabel 38: sensatie vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: sensatie
TB bekijken?	Chi-square	,804
	df	1
	Sig.	,370

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 39: sensatie vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,147	1	,147	,033	,857
Within Groups	1558,043	345	4,516		
Total	1558,190	346			

Tabel 40: komedie vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre komedie
TB bekijken?	Chi-square	,367
	df	1
	Sig.	,544

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 41: komedie vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,154	1	,154	,034	,854
Within Groups	1558,036	345	4,516		
Total	1558,190	346			

Tabel 42: romantiek vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre romantiek
TB bekijken?	Chi-square	,287
	df	1
	Sig.	,592

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 43: romantiek vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,563	1	,563	,125	,724
Within Groups	1557,628	345	4,515		
Total	1558,190	346			

Tabel 44: drama vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre drama
TB bekijken?	Chi-square	,146
	df	1
	Sig.	,702

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 45: drama vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	16,921	1	16,921	3,788	,052
Within Groups	1541,269	345	4,467		
Total	1558,190	346			

Tabel 46: misdaad vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre misdaad
TB bekijken?	Chi-square	,563
	df	1
	Sig.	,453

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 47: misdaad vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,202	1	3,202	,710	,400
Within Groups	1554,988	345	4,507		
Total	1558,190	346			

Tabel 48: animatie vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre animatie
TB bekijken?	Chi-square	,653
	df	1
	Sig.	,419

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 49: animatie vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,004	1	,004	,001	,977
Within Groups	1558,187	345	4,516		
Total	1558,190	346			

Tabel 50: medisch vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre medisch
TB bekijken?	Chi-square	,400
	df	1
	Sig.	,527

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 51: medisch vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	62,961	1	62,961	14,527	,000
Within Groups	1495,229	345	4,334		
Total	1558,190	346			

Tabel 52: thriller vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre thriller
TB bekijken?	Chi-square	8,320
	df	1
	Sig.	,004*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 53: thriller vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	49,746	1	49,746	11,378	,001
Within Groups	1508,444	345	4,372		
Total	1558,190	346			

Tabel 54: horror vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre horror
TB bekijken?	Chi-square	6,609
	df	1
	Sig.	,010*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 55: horror vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,067	1	8,067	1,795	,181
Within Groups	1550,123	345	4,493		
Total	1558,190	346			

Tabel 56: muzikaal vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre muzikaal
TB bekijken?	Chi-square	4,582
	df	1
	Sig.	,032*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 57: muzikaal vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,523	1	3,523	,782	,377
Within Groups	1554,668	345	4,506		
Total	1558,190	346			

Tabel 58: cult vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre cult
TB bekijken?	Chi-square	,005
	df	1
	Sig.	,944

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 59: cult vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9,174	1	9,174	2,043	,154
Within Groups	1549,016	345	4,490		
Total	1558,190	346			

Tabel 60: oorlog vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre oorlog
TB bekijken?	Chi-square	,005
	df	1
	Sig.	,944

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 61: oorlog vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

ANOVA

score op 10 (1 - 10)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5,208	1	5,208	1,157	,283
Within Groups	1552,982	345	4,501		
Total	1558,190	346			

Tabel 62: historisch vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		Genre historisch
TB bekijken?	Chi-square	,635
	df	1
	Sig.	,426

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 63: historisch vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
6,368	2	344	,002

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) INNOVATIE = esthetische (nieuwe technieken hanteren) of thematische (breken...	(J) INNOVATIE = esthetische (nieuwe technieken hanteren) of thematische (breken...	Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	innov andere	innov ja	-,318	,946	,945	-2,64	2,01
		innov neen	,635	,975	,809	-1,76	3,03
	innov ja	innov andere	,318	,946	,945	-2,01	2,64
		innov neen	,953*	,294	,006	,23	1,68
Tamhane	innov andere	innov ja	-,318	,504	,914	-2,18	1,55
		innov neen	,635	,585	,670	-1,12	2,39
	innov ja	innov andere	,318	,504	,914	-1,55	2,18
		innov neen	,953*	,342	,020	,12	1,79
innov neen	innov andere	-,635	,585	,670	-2,39	1,12	
	innov ja	-,953*	,342	,020	-1,79	-,12	

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 64: innovatie vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		INNOVATIE = esthetische (nieuwe technieken hanteren) of thematische (breken...
TB bekijken?	Chi-square	2,929
	df	1
	Sig.	,087

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 65: innovatie vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
10,635	2	344	,000

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) BADNESS = esthetisch (film technisch vb. camerastandpunten, belichting) of ...	(J) BADNESS = esthetisch (film technisch vb. camerastandpunten, belichting) of ...	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	bad andere	bad ja	-,903	,761	,495	-2,77	,97
		bad neen	,746	,772	,628	-1,15	2,64
	bad ja	bad andere	,903	,761	,495	-,97	2,77
		bad neen	1,648*	,228	,000	1,09	2,21
Tamhane	bad andere	bad ja	-,903	,629	,484	-2,91	1,11
		bad neen	,746	,654	,641	-1,25	2,74
	bad ja	bad andere	,903	,629	,484	-1,11	2,91
		bad neen	1,648*	,248	,000	1,05	2,25
	bad neen	bad andere	-,746	,654	,641	-2,74	1,25
		bad ja	-1,648*	,248	,000	-2,25	-1,05

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 66: badness vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		BADNESS = esthetisch (film technisch vb. camerastandpunten, belichting) of ...
TB bekijken?	Chi-square	45,429
	df	1
	Sig.	,000*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 67: badness vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,965	2	344	,142

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) TRANSGRESSIE moraal = het overschrijden van de traditionele grenzen van goed en sl...	(J) TRANSGRESSIE moraal = het overschrijden van de traditionele grenzen van goed en sl...	Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	trans mor andere	trans mor ja	-,505	,711	,777	-2,25	1,24
		trans mor neen	,347	,726	,892	-1,44	2,13
	trans mor ja	trans mor andere	,505	,711	,777	-1,24	2,25
		trans mor neen	,852 [*]	,245	,003	,25	1,46
Tamhane	trans mor andere	trans mor ja	-,505	,625	,825	-2,34	1,33
		trans mor neen	,347	,650	,938	-1,50	2,20
	trans mor ja	trans mor andere	,505	,625	,825	-1,33	2,34
		trans mor neen	,852 [*]	,258	,003	,23	1,47
	trans mor andere	trans mor ja	-,347	,650	,938	-2,20	1,50
		trans mor ja	-,852 [*]	,258	,003	-1,47	-,23

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 68: transgressie moraal vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		TRANSGRES SIE moraal = het overschrijden van de traditionele grenzen van goed en sl...
TB bekijken?	Chi-square	13,756
	df	1
	Sig.	,000 [*]

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 69: transgressie moraal vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
5,672	2	344	,004

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) TRANSGRESSIE taboe = het overschrijden van de traditionele grenzen van goed en sl...	(J) TRANSGRESSIE taboe = het overschrijden van de traditionele grenzen van goed en sl...	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	trans tab andere	trans tab ja	-,242	,591	,919	-1,70	1,21
		trans tab neen	,818	,616	,415	-,70	2,33
	trans tab ja	trans tab andere	,242	,591	,919	-1,21	1,70
		trans tab neen	1,060*	,256	,000	,43	1,69
	trans tab neen	trans tab andere	-,818	,616	,415	-2,33	,70
		trans tab ja	-1,060*	,256	,000	-1,69	-,43
Tamhane	trans tab andere	trans tab ja	-,242	,477	,945	-1,54	1,05
		trans tab neen	,818	,528	,356	-,55	2,19
	trans tab ja	trans tab andere	,242	,477	,945	-1,05	1,54
		trans tab neen	1,060*	,287	,001	,37	1,75
	trans tab neen	trans tab andere	-,818	,528	,356	-2,19	,55
		trans tab ja	-1,060*	,287	,001	-1,75	-,37

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 70: transgressie taboe vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		TRANSGRES SIE taboe = het overschrijden van de traditionele grenzen van goed en sl...
TB bekijken?	Chi-square	20,586
	df	1
	Sig.	,000*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 71: transgressie taboe vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3,884	2	344	,021

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) GENRE = hybridisering van genres (genrevermenging). Overschrijden van de kl...	(J) GENRE = hybridisering van genres (genrevermenging). Overschrijden van de kl...	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	genre andere	genre ja	-,486	,755	,813	-2,34	1,37
		genre neen	,345	,797	,910	-1,61	2,30
	genre ja	genre andere	,486	,755	,813	-1,37	2,34
		genre neen	,831*	,310	,029	,07	1,59
	genre neen	genre andere	-,345	,797	,910	-2,30	1,61
		genre ja	-,831*	,310	,029	-1,59	-,07
Tamhane	genre andere	genre ja	-,486	,853	,929	-3,12	2,14
		genre neen	,345	,913	,976	-2,29	2,98
	genre ja	genre andere	,486	,853	,929	-2,14	3,12
		genre neen	,831	,364	,075	-,06	1,72
	genre neen	genre andere	-,345	,913	,976	-2,98	2,29
		genre ja	-,831	,364	,075	-1,72	,06

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 72: genrehybridisering vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		GENRE = hybridisering van genres (genrevermen- ging). Overschrijden van de kl...
TB bekijken?	Chi-square	1,032
	df	1
	Sig.	,310

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 73: genrehybridisering vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4,378	2	344	,013

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) INTERTEKSTUALITEIT = wanneer er linken/connecties/vergelij kingen aanwezig z...	(J) INTERTEKSTUALITEIT = wanneer er linken/connecties/vergelij kingen aanwezig z...	Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	inter andere	inter ja	,745	,567	,423	-,65	2,14
		inter neen	1,095	,574	,163	-,32	2,51
	inter ja	inter andere	-,745	,567	,423	-2,14	,65
		inter neen	,350	,234	,328	-,23	,93
	inter neen	inter andere	-1,095	,574	,163	-2,51	,32
		inter ja	-,350	,234	,328	-,93	,23
Tamhane	inter andere	inter ja	,745	,267	,027	,07	1,42
		inter neen	1,095*	,295	,002	,36	1,83
	inter ja	inter andere	-,745	,267	,027	-1,42	-,07
		inter neen	,350	,243	,387	-,23	,93
	inter neen	inter andere	-1,095	,295	,002	-1,83	-,36
		inter ja	-,350	,243	,387	-,93	,23

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 74: intertekstualiteit vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		INTERTEKST UALITEIT = wanneer er linken/connec ties/vergelijkin gen aanwezig z...
TB bekijken?	Chi-square	7,853
	df	1
	Sig.	,005*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 75: intertekstualiteit vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,933	2	344	,394

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) LOOSE ENDS = letterlijk: losse eindjes. Wanneer er abrupte of problematisch...	(J) LOOSE ENDS = letterlijk: losse eindjes. Wanneer er abrupte of problematisch...	Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
Scheffe	loose andere	loose ja	-,081	,491	,986	-1,29	1,13	
		loose neen	,447	,489	,659	-,75	1,65	
	loose ja	loose andere	,081	,491	,986	-1,13	1,29	
		loose neen	,528	,234	,080	-,05	1,10	
	loose neen	loose andere	-,447	,489	,659	-1,65	,75	
		loose ja	-,528	,234	,080	-1,10	,05	
	Tamhane	loose andere	loose ja	-,081	,450	,997	-1,23	1,07
			loose neen	,447	,449	,697	-,70	1,59
loose ja		loose andere	,081	,450	,997	-1,07	1,23	
		loose neen	,528	,235	,075	-,04	1,09	
loose neen		loose andere	-,447	,449	,697	-1,59	,70	
		loose ja	-,528	,235	,075	-1,09	,04	

Tabel 76: loose ends vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		LOOSE ENDS = letterlijk: losse eindjes. Wanneer er abrupte of problematic h...
TB bekijken?	Chi-square	8,157
	df	1
	Sig.	,004*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 77: loose ends vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
5,816	2	344	,003

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) NOSTALGIE personages = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door d...	(J) NOSTALGIE personages = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door d...	Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	nost pers andere	nost pers ja	-1,037	,608	,235	-2,53	,46
		nost pers neen	,194	,610	,950	-1,30	1,69
	nost pers ja	nost pers andere	1,037	,608	,235	-,46	2,53
		nost pers neen	1,232*	,223	,000	,68	1,78
	nost pers neen	nost pers andere	-,194	,610	,950	-1,69	1,30
		nost pers ja	-1,232*	,223	,000	-1,78	-,68
Tamhane	nost pers andere	nost pers ja	-1,037	,649	,354	-2,83	,76
		nost pers neen	,194	,656	,988	-1,61	2,00
	nost pers ja	nost pers andere	1,037	,649	,354	-,76	2,83
		nost pers neen	1,232*	,223	,000	,70	1,77
	nost pers neen	nost pers andere	-,194	,656	,988	-2,00	1,61
		nost pers ja	-1,232*	,223	,000	-1,77	-,70

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 78: nostalgia personages vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		NOSTALGIE personages = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door d...
TB bekijken?	Chi-square	29,485
	df	1
	Sig.	,000*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 79: nostalgia personages vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4,730	2	344	,009

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) NOSTALGIE zelf = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door d...	(J) NOSTALGIE zelf = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door d...	Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	nost zelf andere	nost zelf ja	-1,231	,665	,182	-2,87	,40
		nost zelf neen	-,062	,666	,996	-1,70	1,58
	nost zelf ja	nost zelf andere	1,231	,665	,182	-,40	2,87
		nost zelf neen	1,168*	,223	,000	,62	1,72
Tamhane	nost zelf andere	nost zelf ja	-,062	,802	,402	-3,54	1,08
		nost zelf neen	-1,231	,808	1,000	-2,38	2,25
	nost zelf ja	nost zelf andere	1,231	,802	,402	-1,08	3,54
		nost zelf neen	1,168*	,222	,000	,63	1,70
	nost zelf andere	nost zelf ja	-,062	,808	1,000	-2,25	2,38
		nost zelf neen	-1,168*	,222	,000	-1,70	-,63

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 80: nostalgie zelf vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		NOSTALGIE zelf = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door d...
TB bekijken?	Chi-square	21,626
	df	1
	Sig.	,000*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 81: nostalgie zelf vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Test of Homogeneity of Variances

score op 10 (1 - 10)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
7,350	2	344	,001

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: score op 10 (1 - 10)

	(I) GORE = oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal zoals geweld, onkuisheid, v...	(J) GORE = oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal zoals geweld, onkuisheid, v...	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	gore andere	gore ja	-,356	,564	,820	-1,74	1,03
		gore neen	,920	,568	,270	-,48	2,32
	gore ja	gore andere	,356	,564	,820	-1,03	1,74
		gore neen	1,275*	,223	,000	,73	1,82
	gore neen	gore andere	-,920	,568	,270	-2,32	,48
		gore ja	-1,275*	,223	,000	-1,82	-,73
Tamhane	gore andere	gore ja	-,356	,399	,768	-1,41	,70
		gore neen	,920	,416	,112	-,16	2,00
	gore ja	gore andere	,356	,399	,768	-,70	1,41
		gore neen	1,275*	,229	,000	,73	1,82
	gore neen	gore andere	-,920	,416	,112	-2,00	,16
		gore ja	-1,275*	,229	,000	-1,82	-,73

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabel 82: gore vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

Pearson Chi-Square Tests

		GORE = oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal zoals geweld, onkuisheid, v...
TB bekijken?	Chi-square	42,006
	df	1
	Sig.	,000*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

Tabel 83: gore vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

Warnings

Post hoc tests are not performed for TB bekijken? because there are fewer than three groups.

Test of Homogeneity of Variances

TB bekijken?

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,001	1	345	,975

ANOVA

TB bekijken?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,196	1	,196	,782	,377
Within Groups	86,432	345	,251		
Total	86,628	346			

Tabel 84: humor vs. score op 10 (ANOVA, outputtabel SPSS)

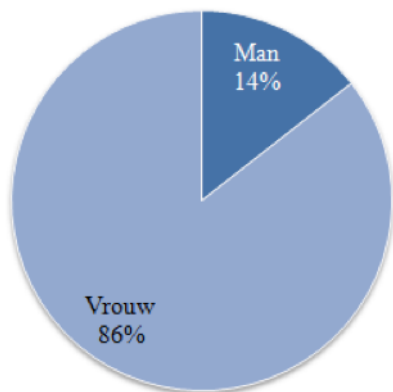
Pearson Chi-Square Tests

		Belangrijk: humor
TB bekijken?	Chi-square	,785
	df	1
	Sig.	,376

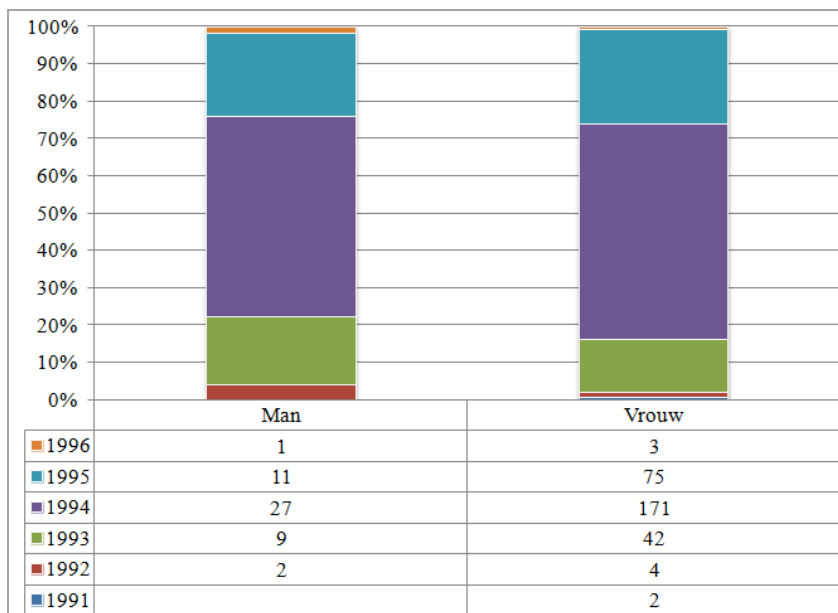
Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tabel 85: humor vs. al dan niet kijken naar *True Blood* (Chi-kwadraat, outputtabel SPSS)

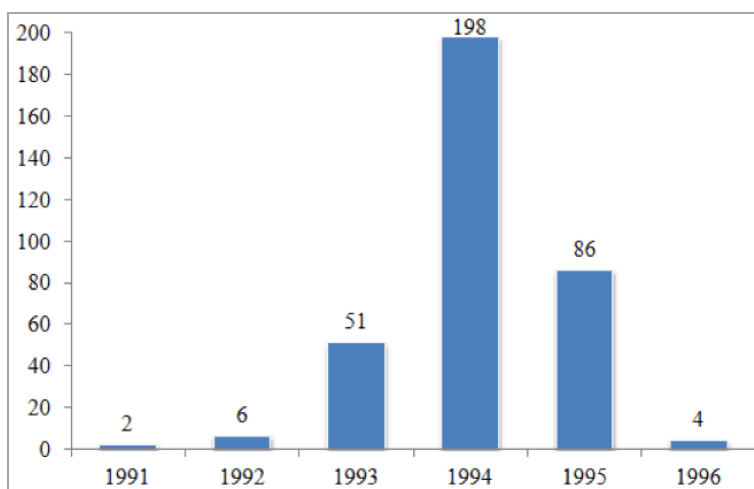
Figuren



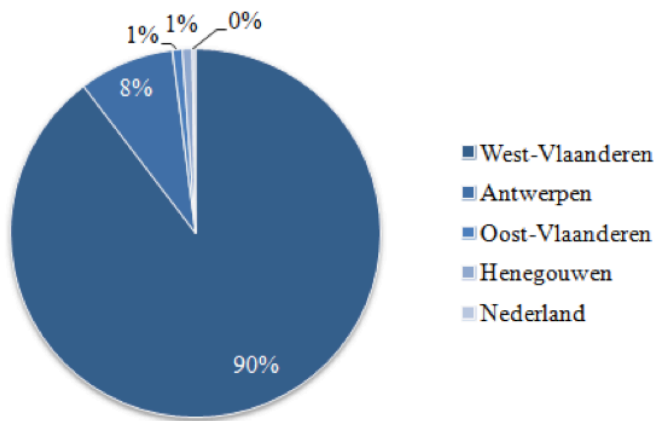
Figuur 2: geslacht



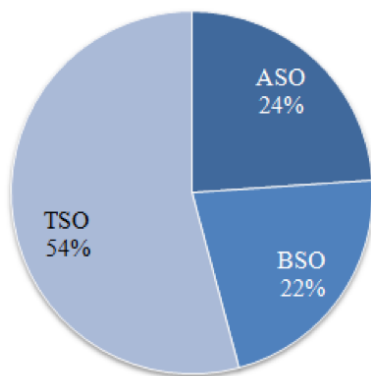
Figuur 3: vertegenwoordiging van geboortejaar binnen geslacht



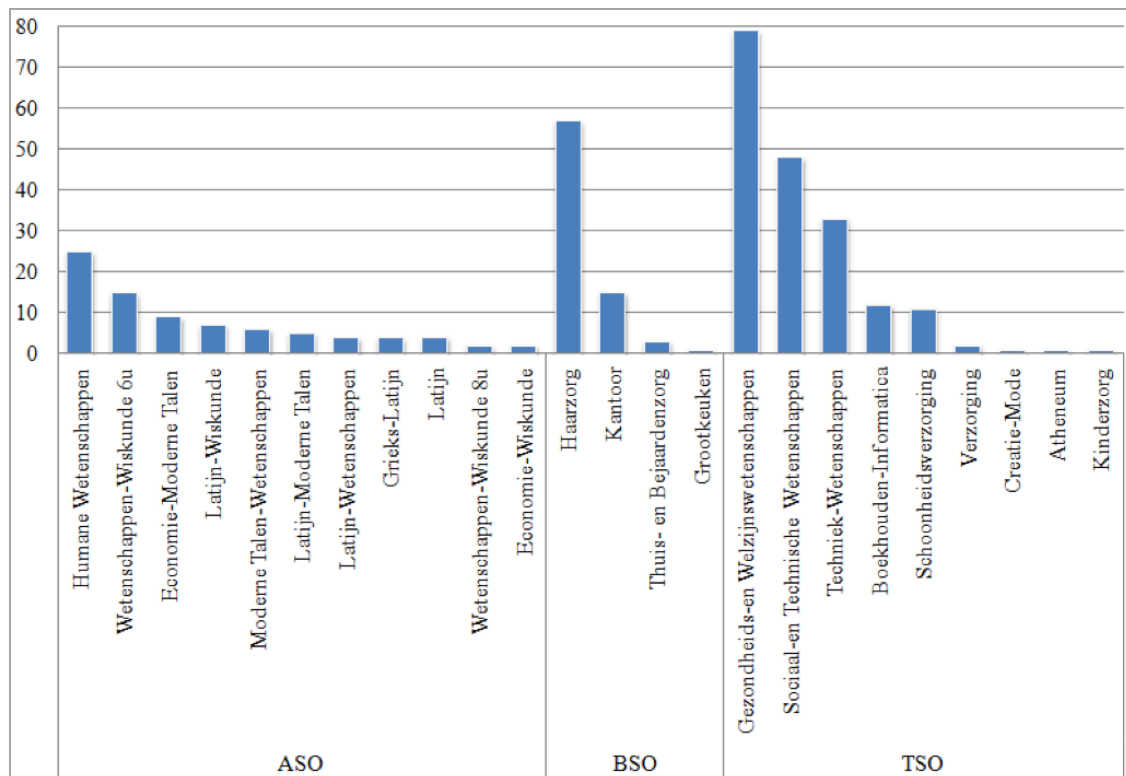
Figuur 4: geboortejaar



Figuur 5: geografie



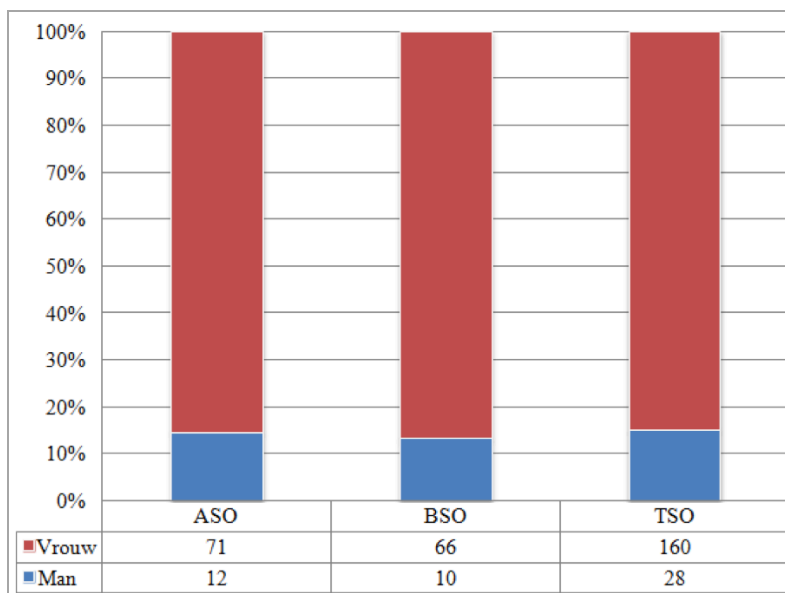
Figuur 6: studierichting



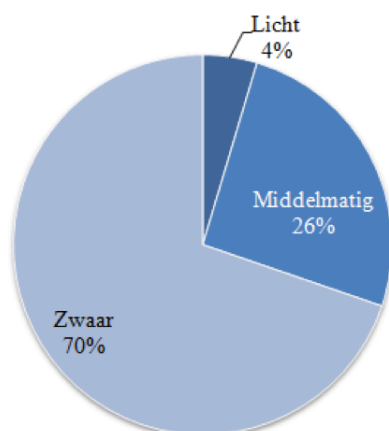
Figuur 7: opsplitsing van de richtingen



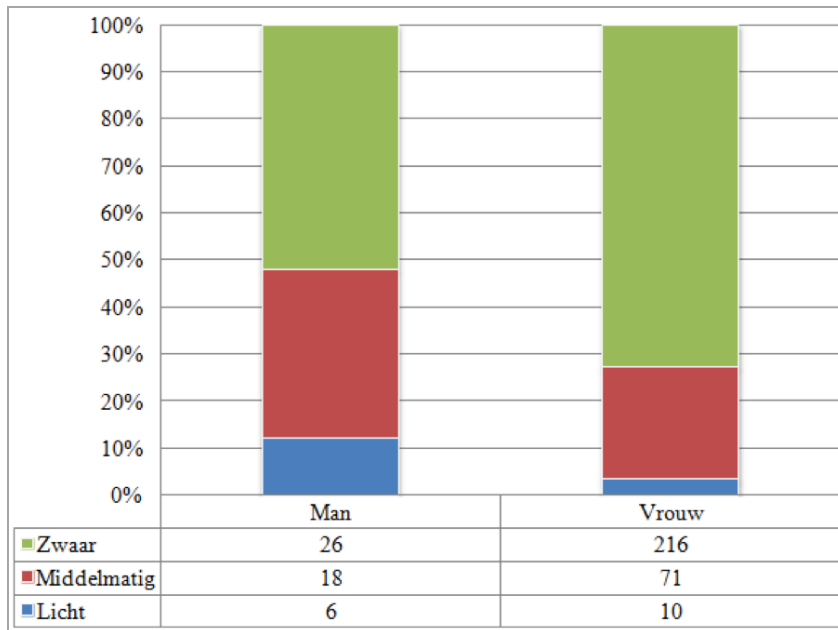
Figuur 8: vertegenwoordiging van geboortjaar binnen de studierichtingen



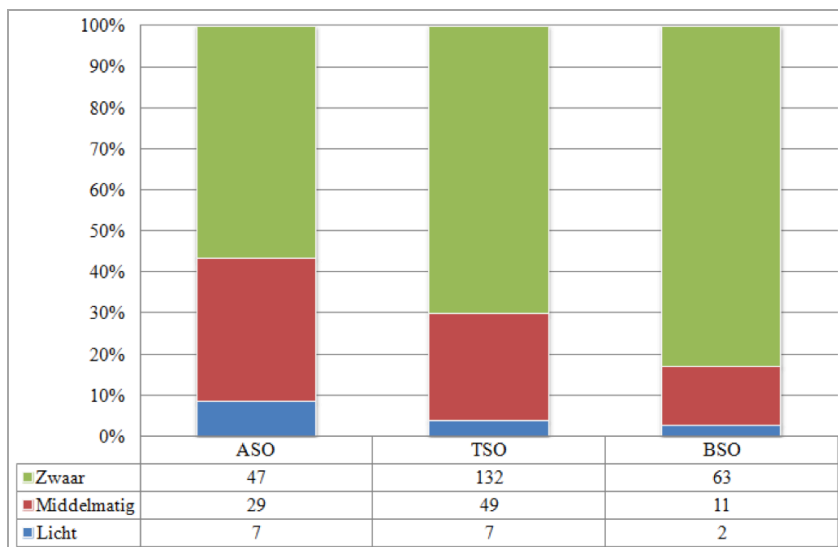
Figuur 9: vertegenwoordiging van geslacht binnen de studierichtingen



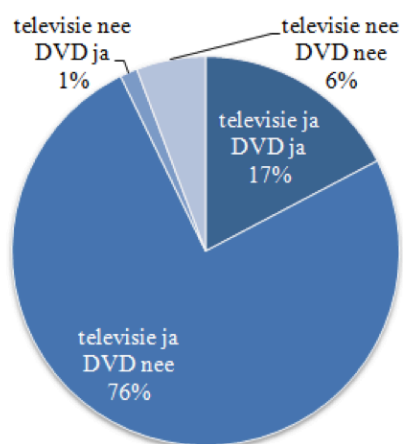
Figuur 10: kijkgedrag



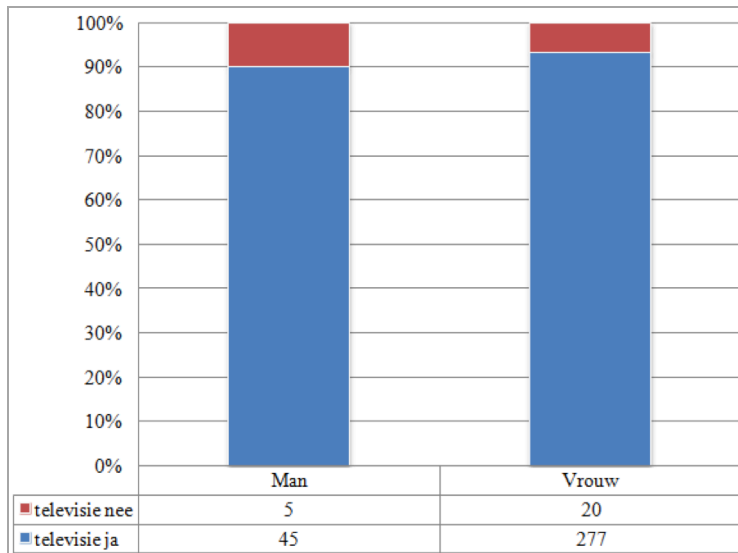
Figuur 11: kijkgedrag op basis van geslacht



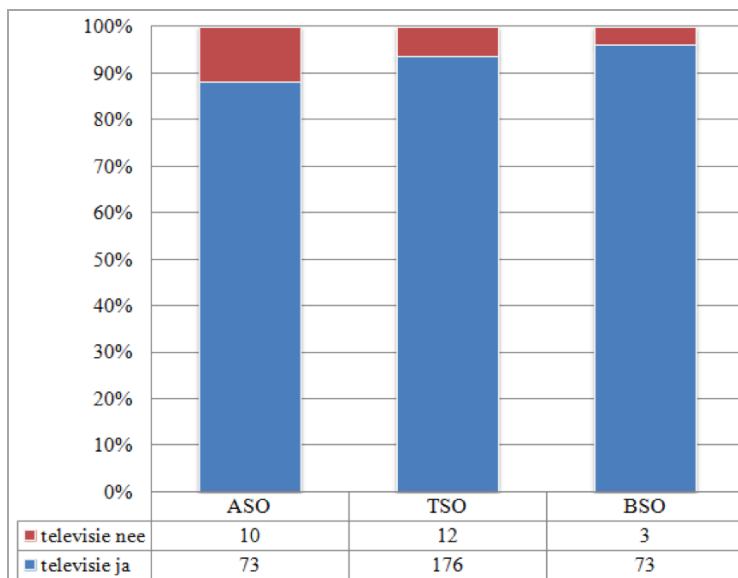
Figuur 12: kijkgedrag op basis van studierichting



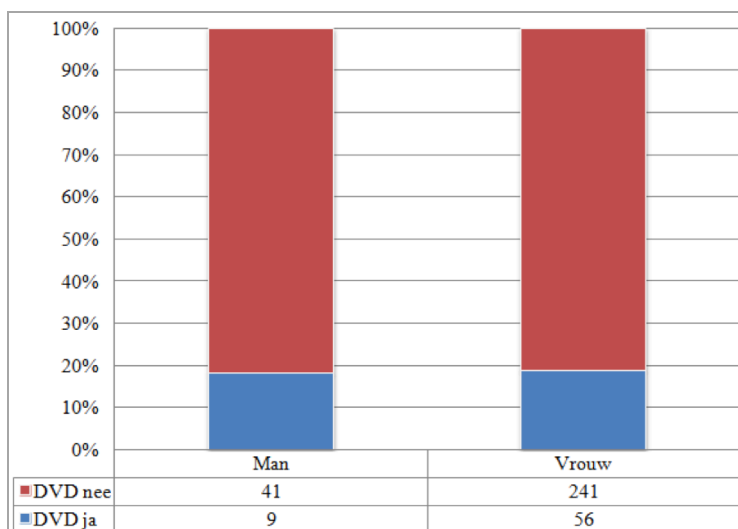
Figuur 13: medium televisie en DVD



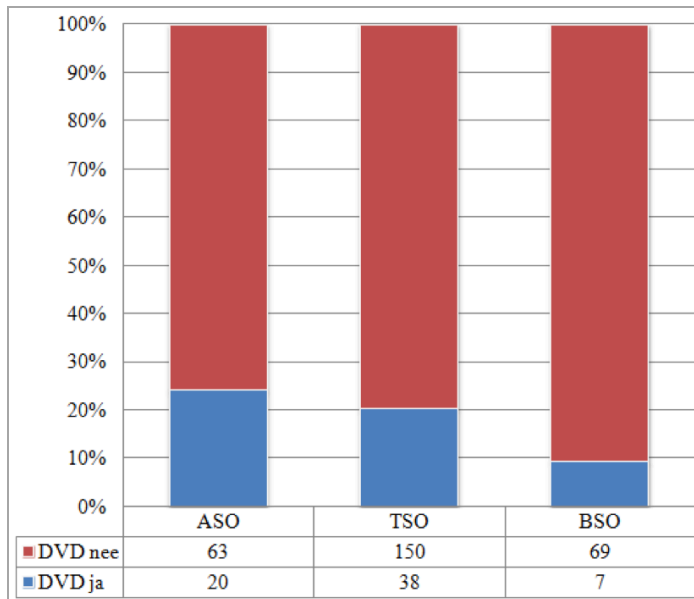
Figuur 14: series bekijken op televisie op basis van geslacht



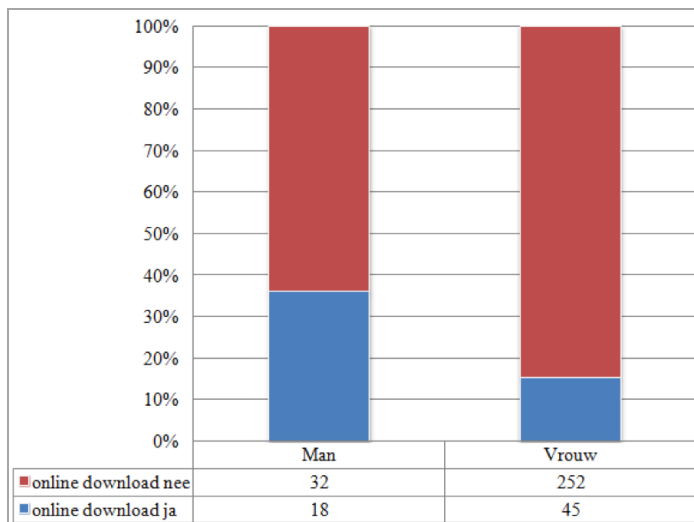
Figuur 15: series bekijken op televisie op basis van studierichting



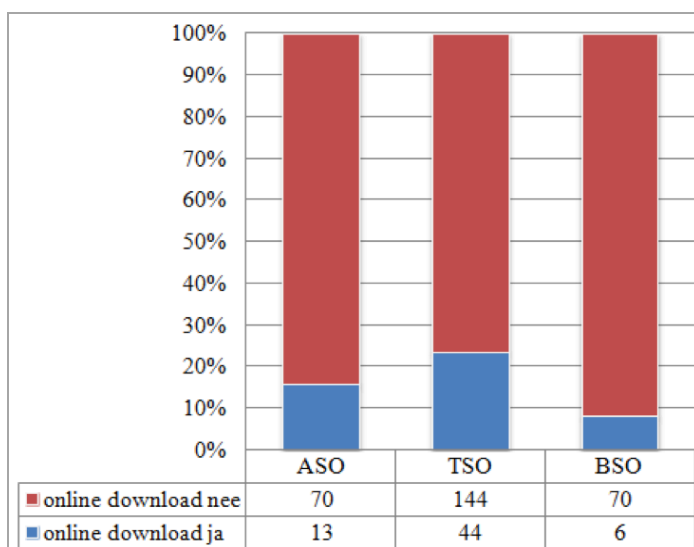
Figuur 16: series bekijken op DVD op basis van geslacht



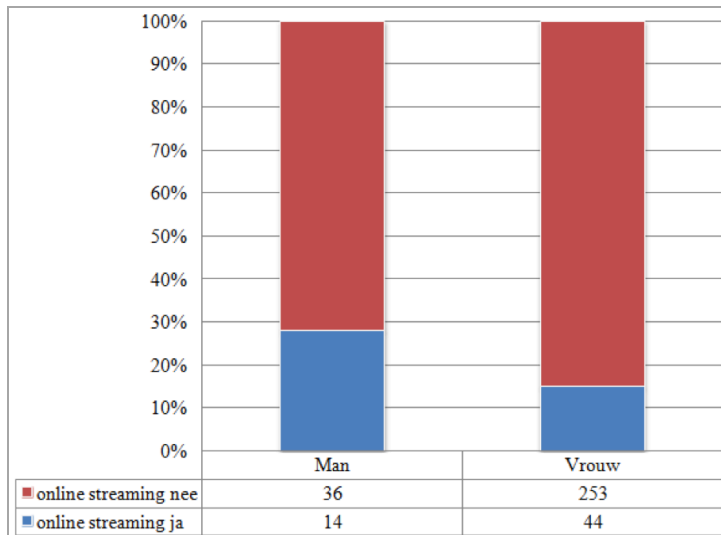
Figuur 17: series bekijken op DVD op basis van studierichting



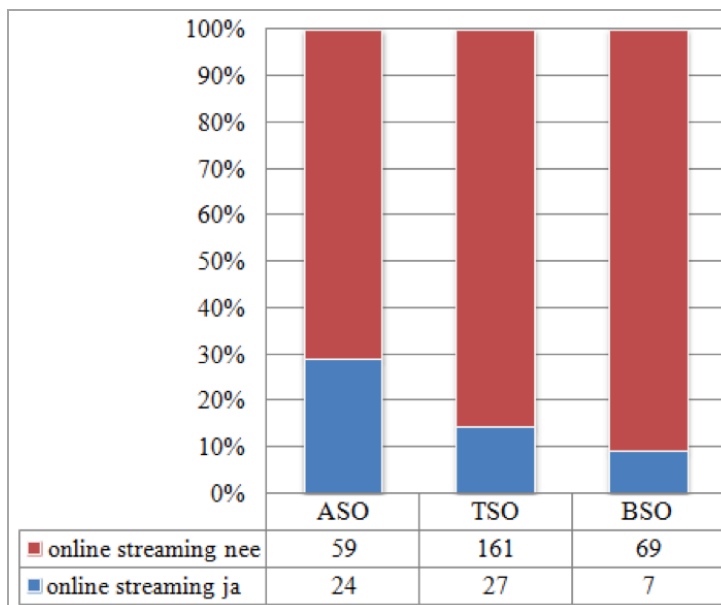
Figuur 18: series bekijken door middel van online downloaden op basis van geslacht



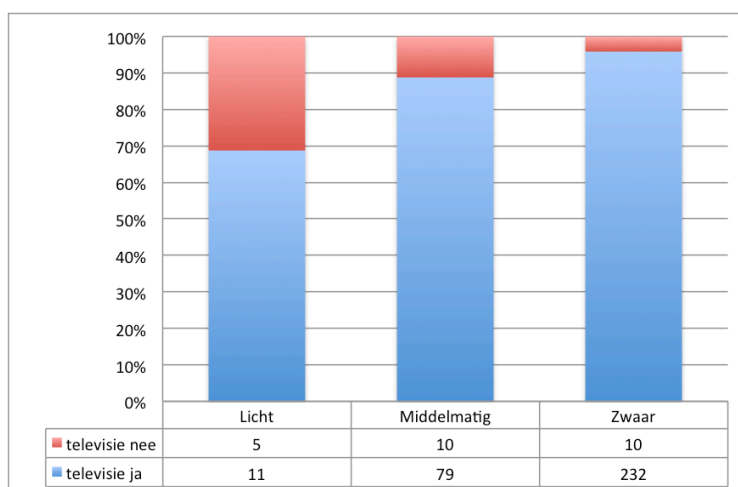
Figuur 19: series bekijken door middel van online downloaden op basis van studierichting



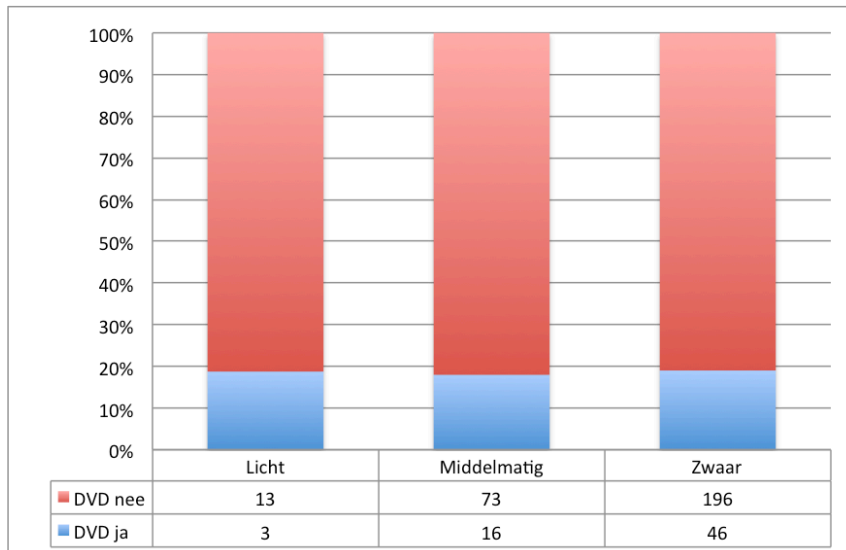
Figuur 20: series bekijken door middel van online streaming op basis van geslacht



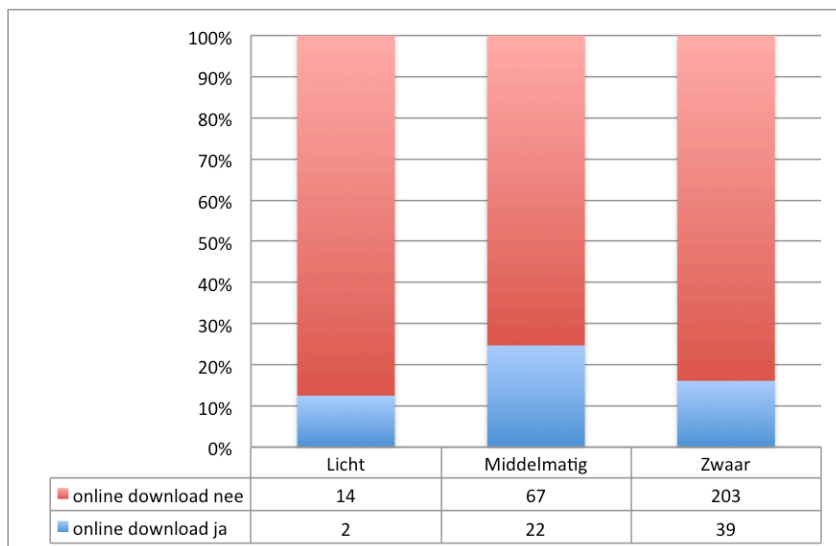
Figuur 21: series bekijken door middel van online streaming op basis van studierichting



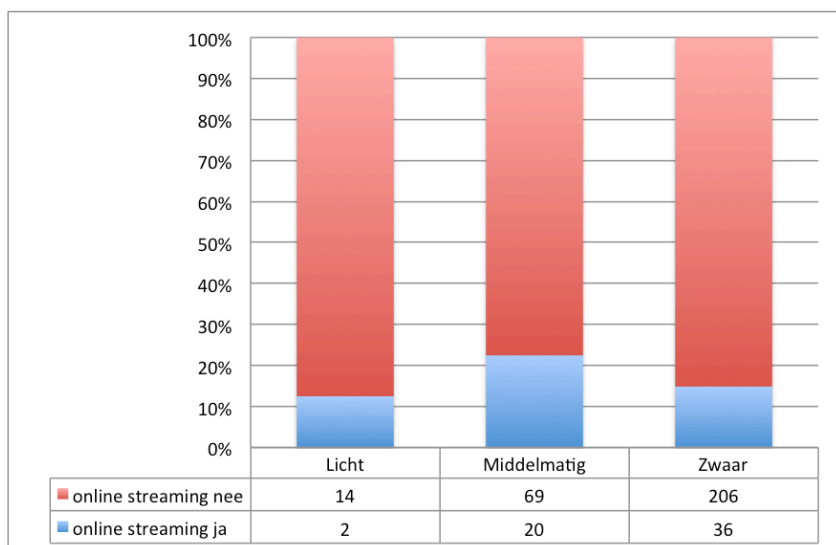
Figuur 22: series bekijken op televisie op basis van kijkgedrag



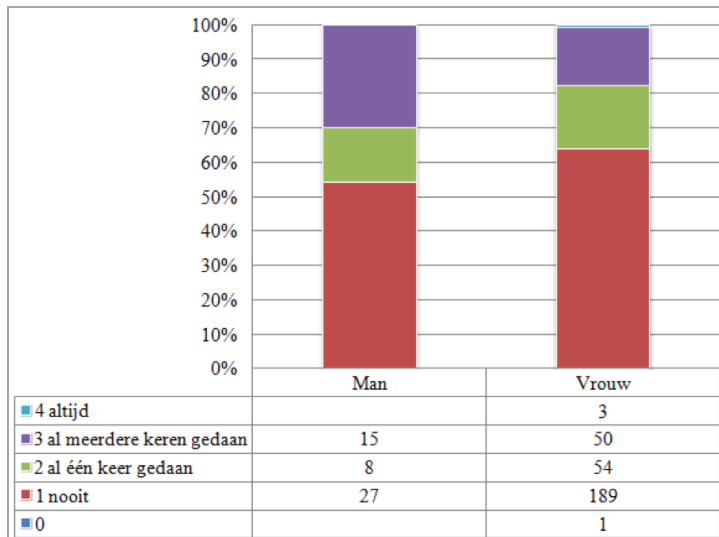
Figuur 23: series bekijken op DVD op basis van kijkgedrag



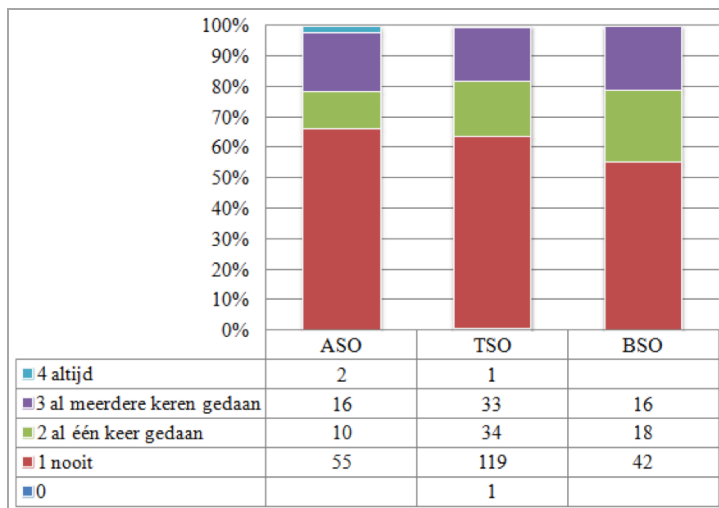
Figuur 24: series bekijken door middel van online downloaden op basis van kijkgedrag



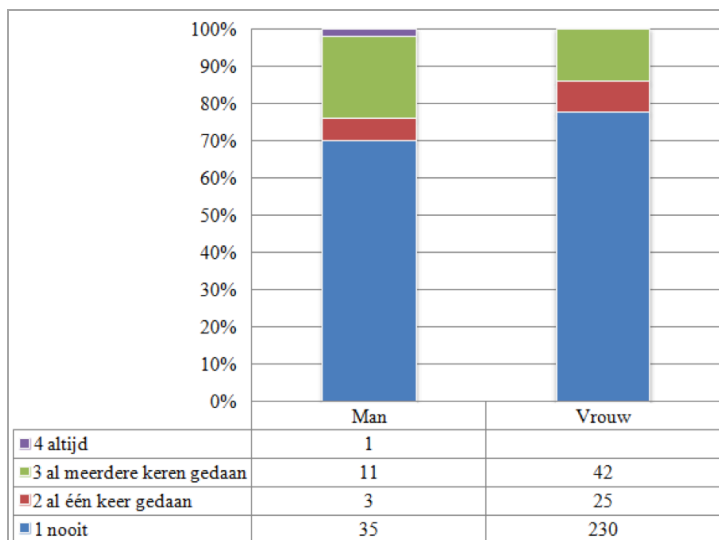
Figuur 25: series bekijken door middel van online streaming op basis van kijkgedrag



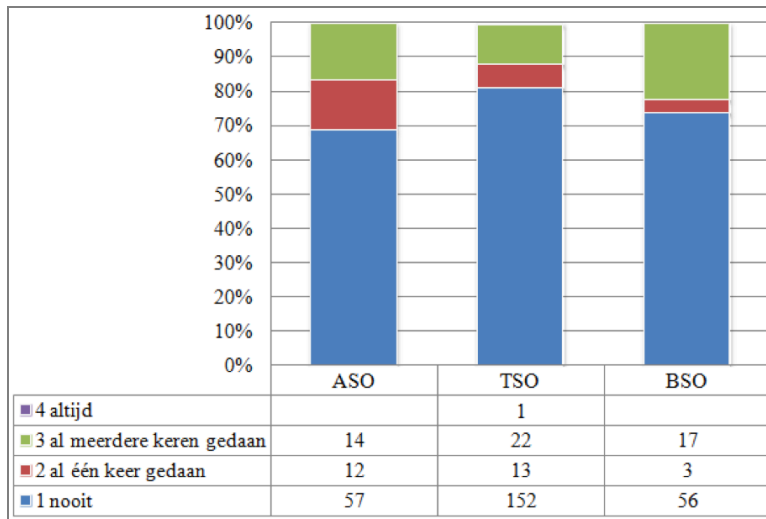
Figuur 26: koopgedrag op basis van geslacht



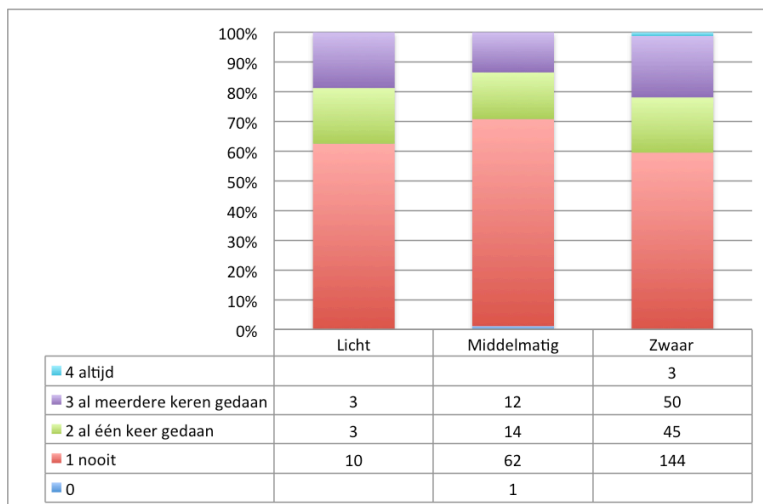
Figuur 27: koopgedrag op basis van studierichting



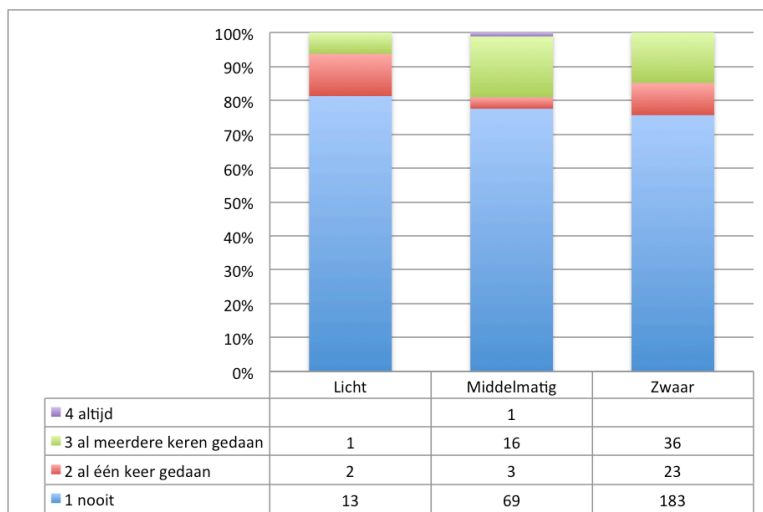
Figuur 28: huurgedrag op basis van geslacht



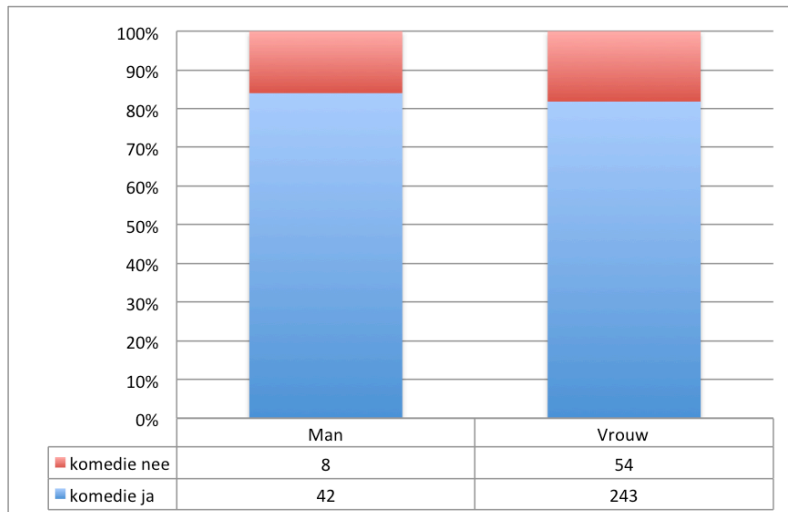
Figuur 29: huurgedrag op basis van studierichting



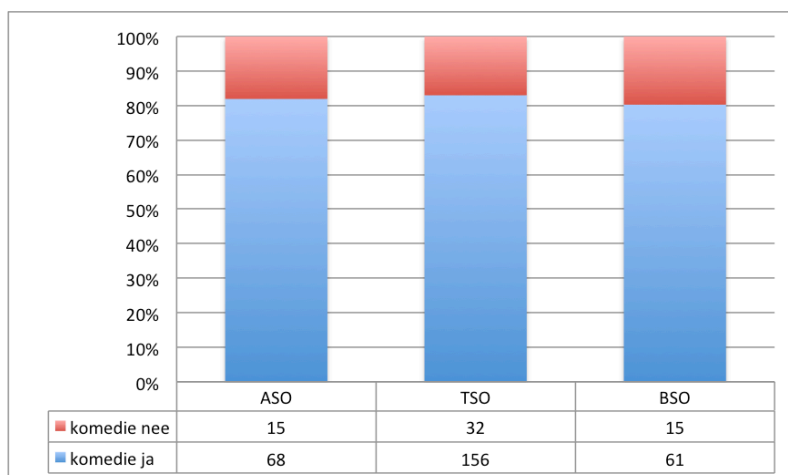
Figuur 30: koopgedrag op basis van kijkgedrag



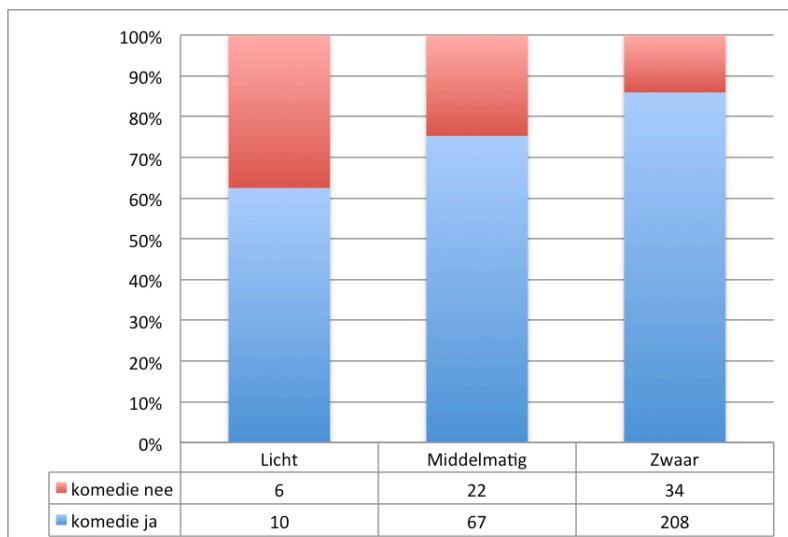
Figuur 31: huurgedrag op basis van kijkgedrag



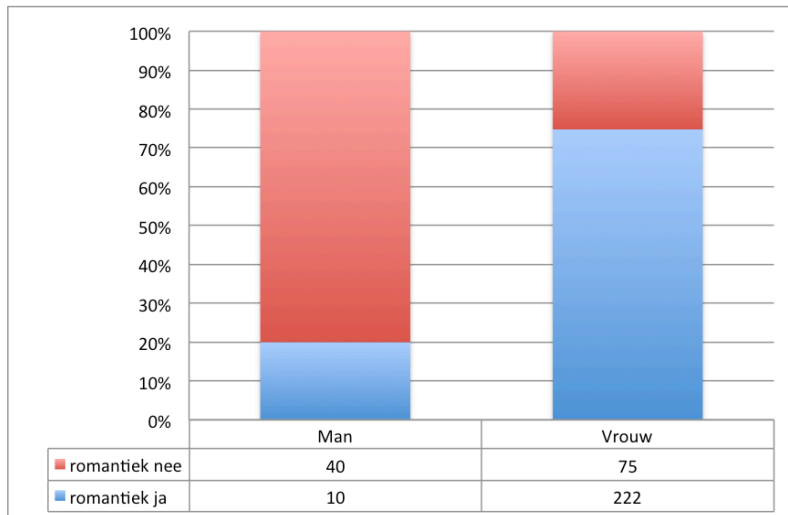
Figuur 32: genre komedie op basis van geslacht



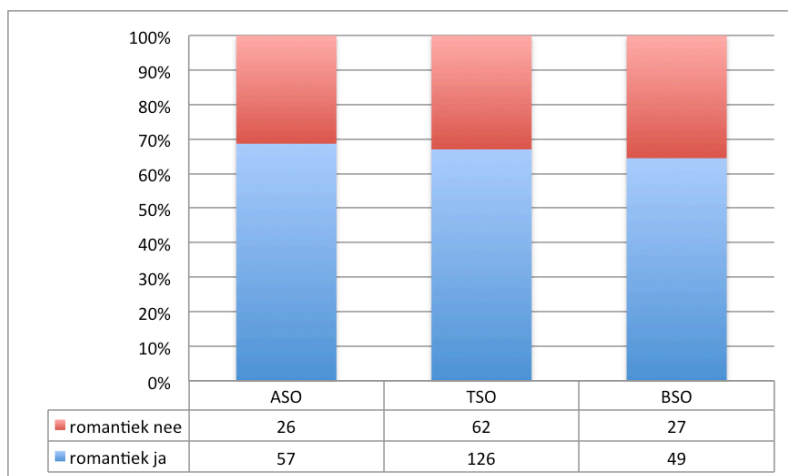
Figuur 33: genre komedie op basis van studierichting



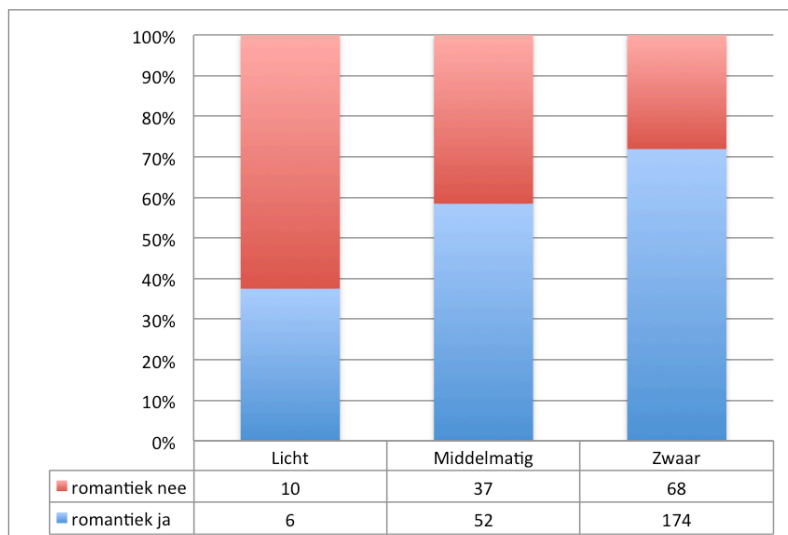
Figuur 34: genre komedie op basis van kijkgedrag



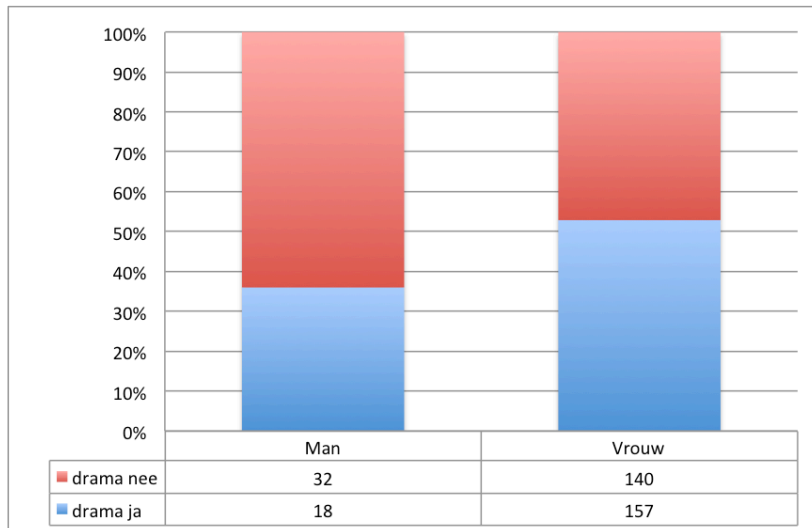
Figuur 35: genre romantiek op basis van geslacht



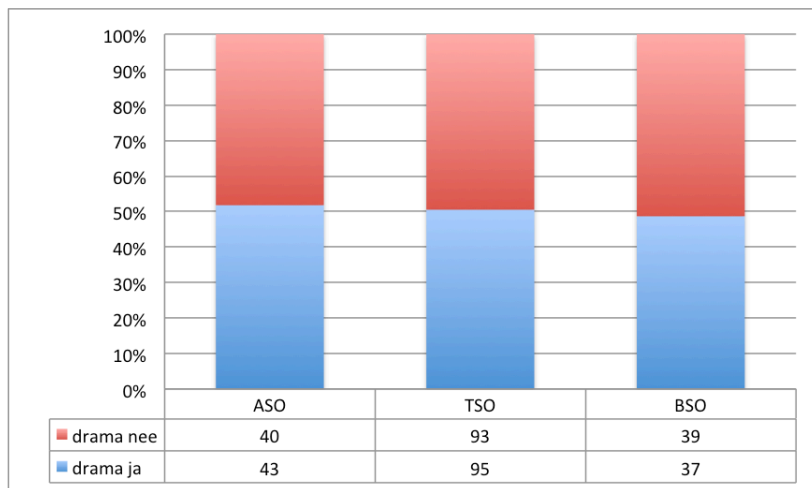
Figuur 36: genre romantiek op basis van studierichting



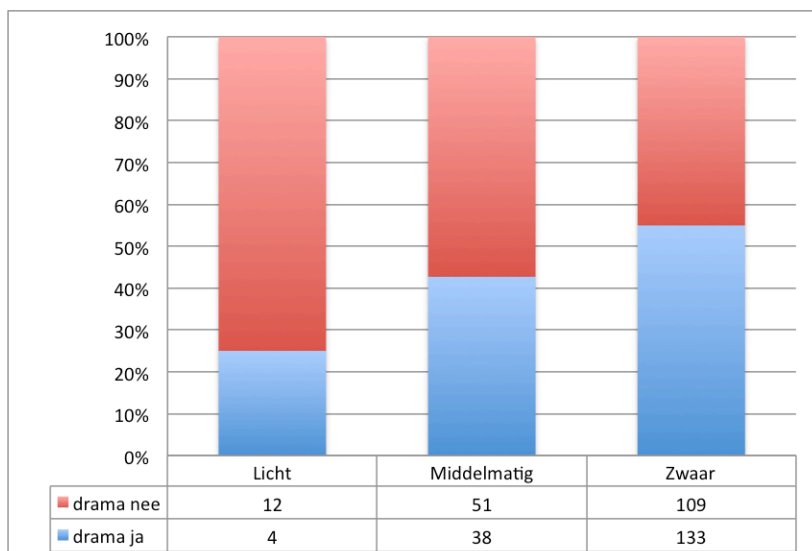
Figuur 37: genre romantiek op basis van kijkgedrag



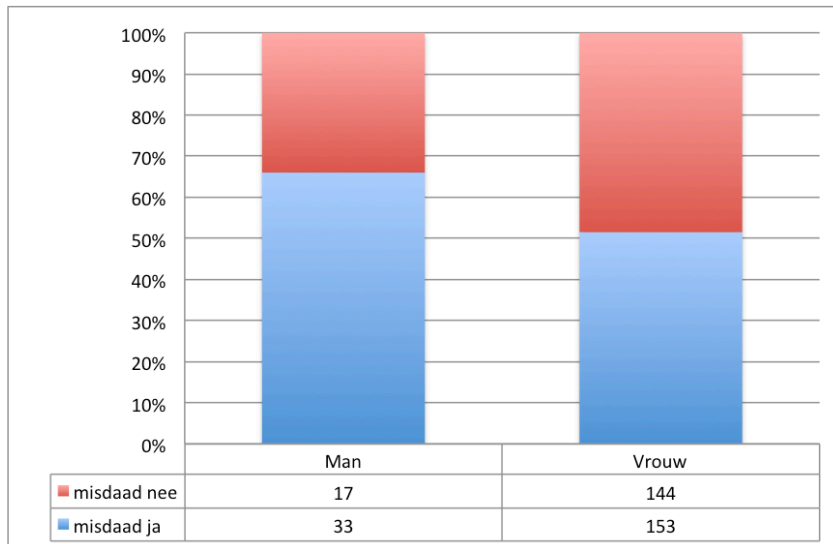
Figuur 38: genre drama op basis van geslacht



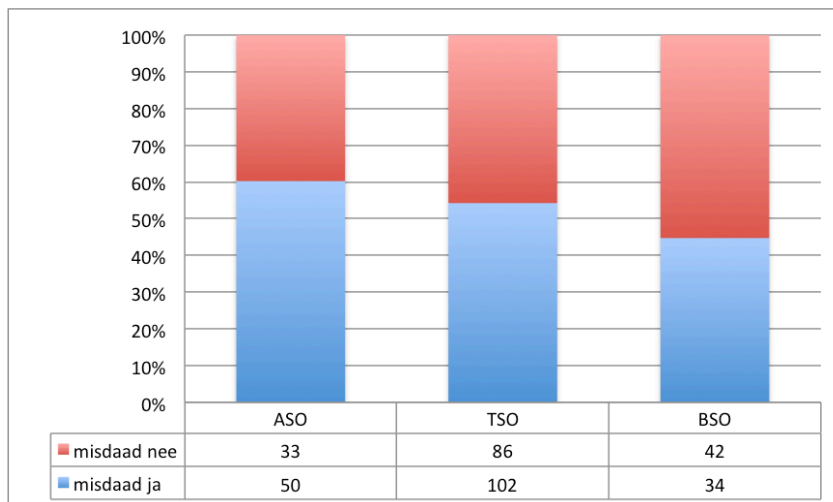
Figuur 39: genre drama op basis van studierichting



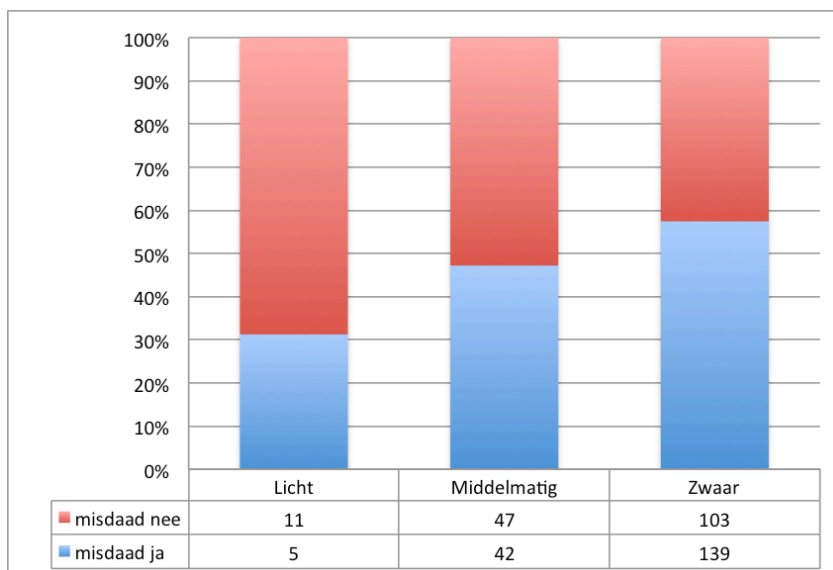
Figuur 40: genre drama op basis van kijkgedrag



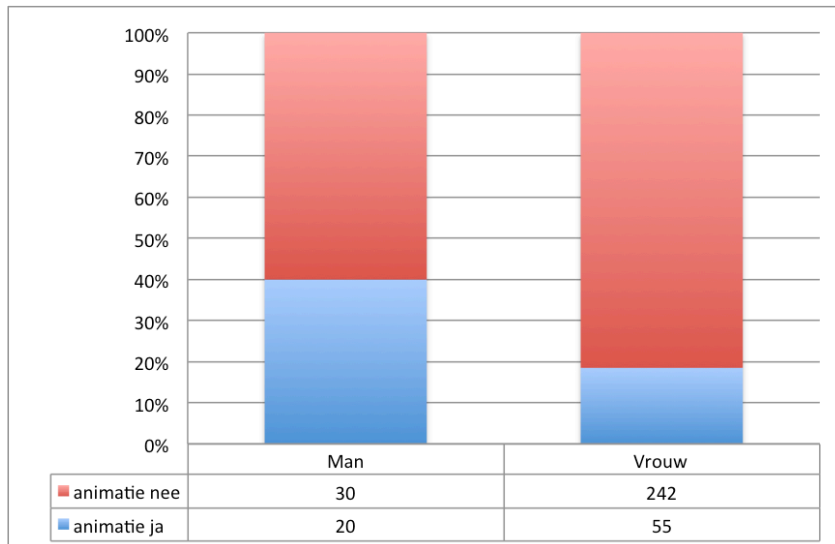
Figuur 41: genre misdad op basis van geslacht



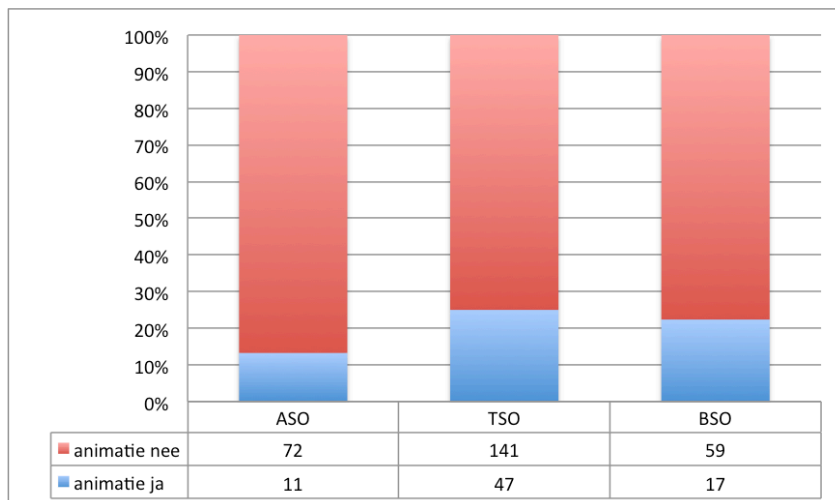
Figuur 42: genre misdad op basis van studierichting



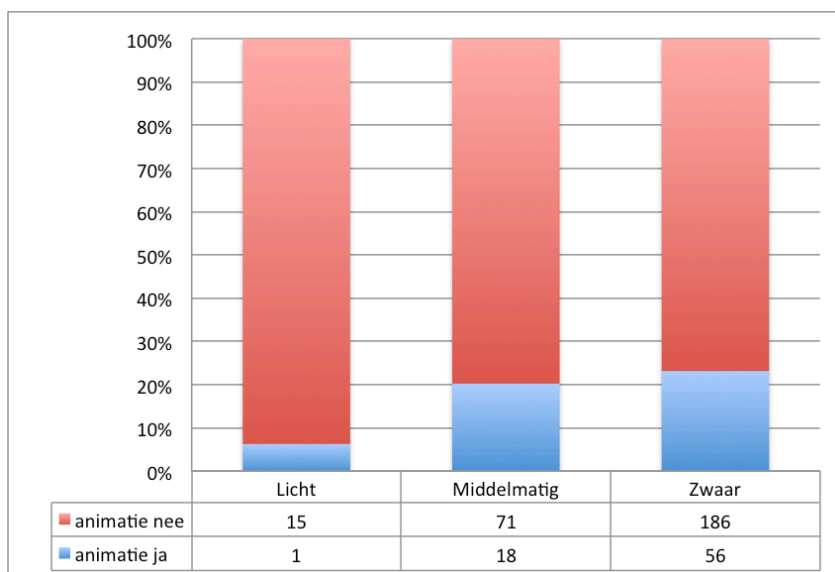
Figuur 43: genre misdad op basis van kijkgedrag



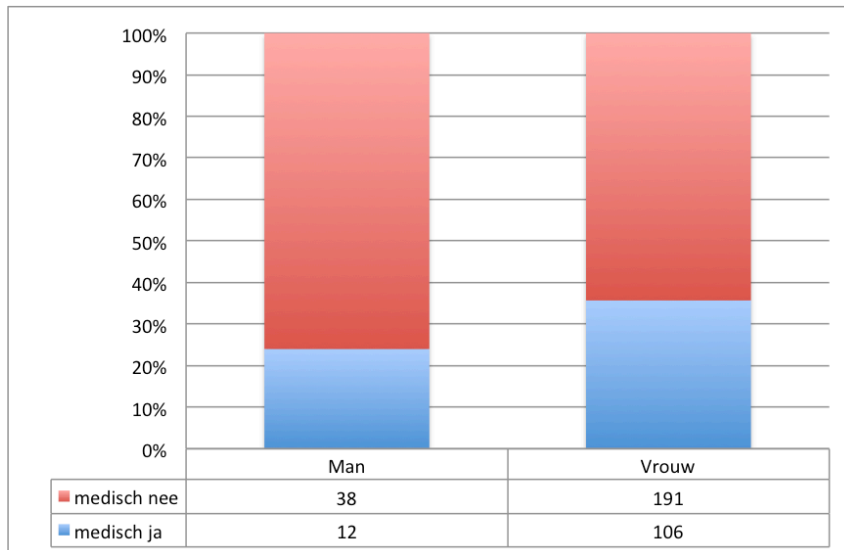
Figuur 44: genre animatie op basis van geslacht



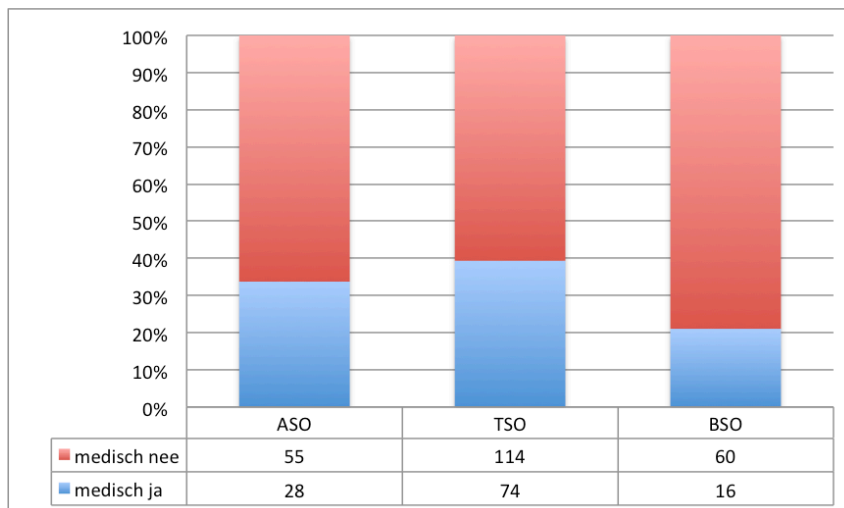
Figuur 45: genre animatie op basis van studierichting



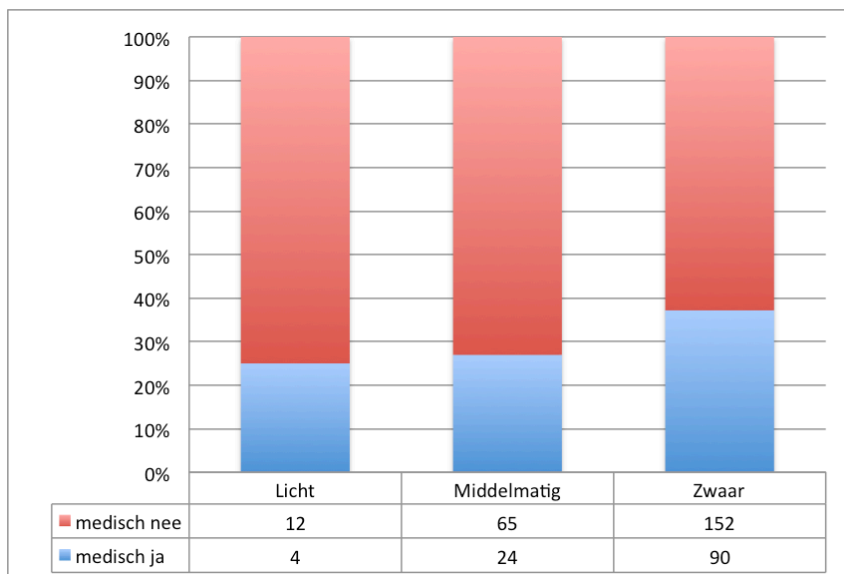
Figuur 46: genre animatie op basis van kijkgedrag



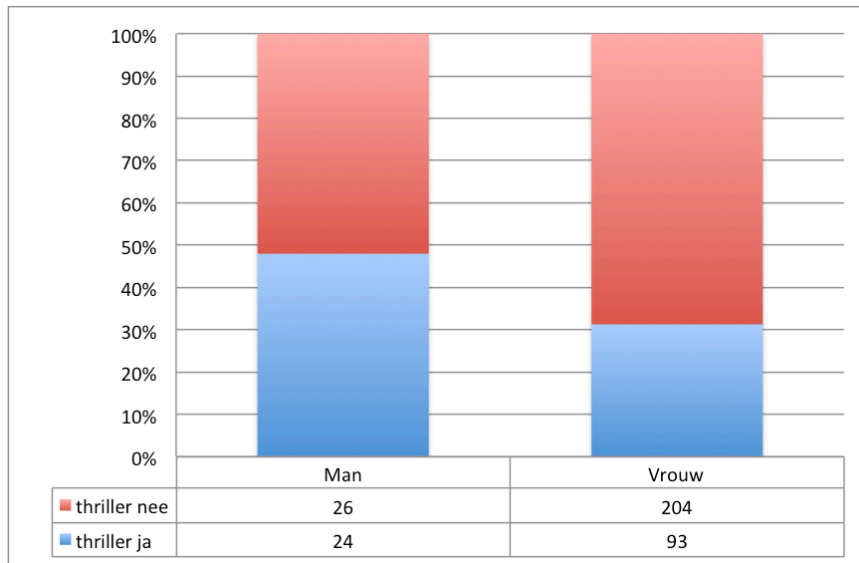
Figuur 47: genre medisch op basis van geslacht



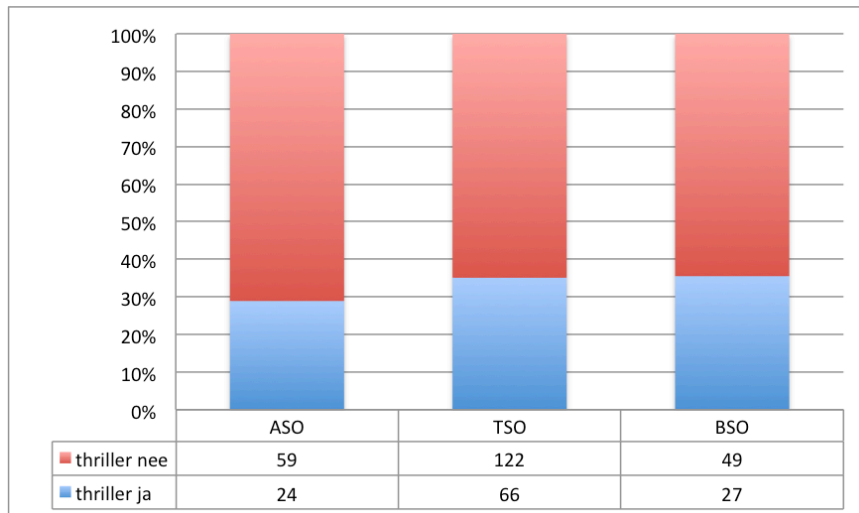
Figuur 48: genre medisch op basis van studierichting



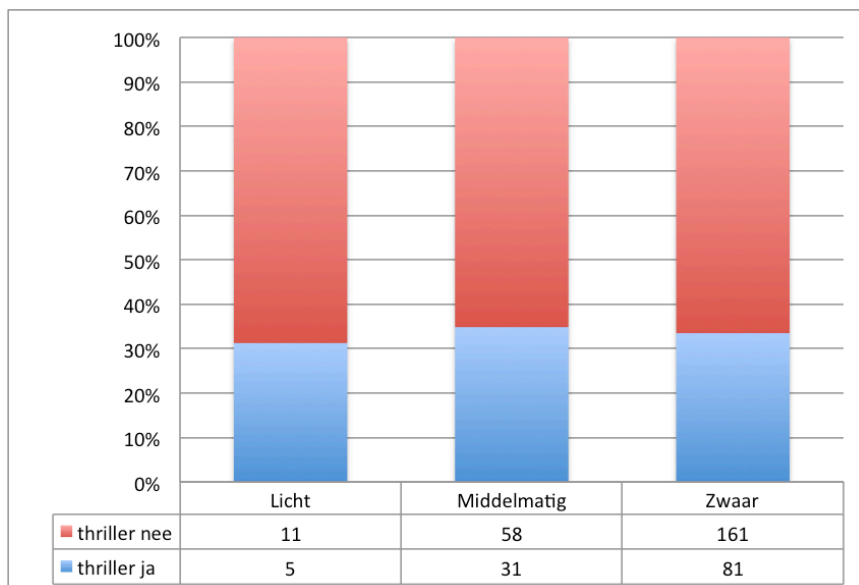
Figuur 49: genre medisch op basis van kijkgedrag



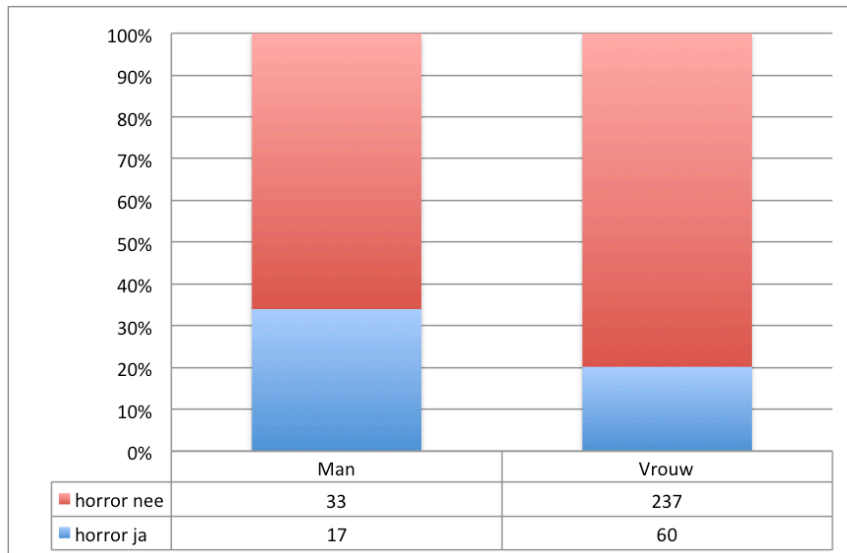
Figuur 50: genre thriller op basis van geslacht



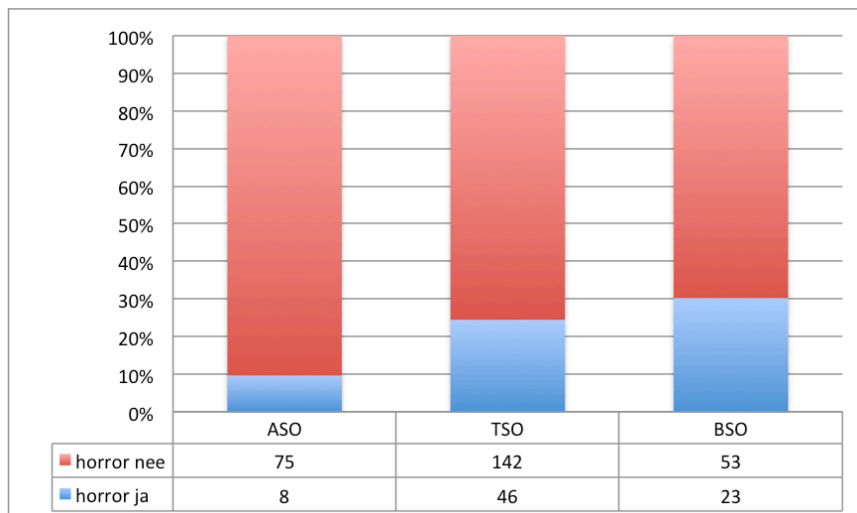
Figuur 51: genre thriller op basis van studierichting



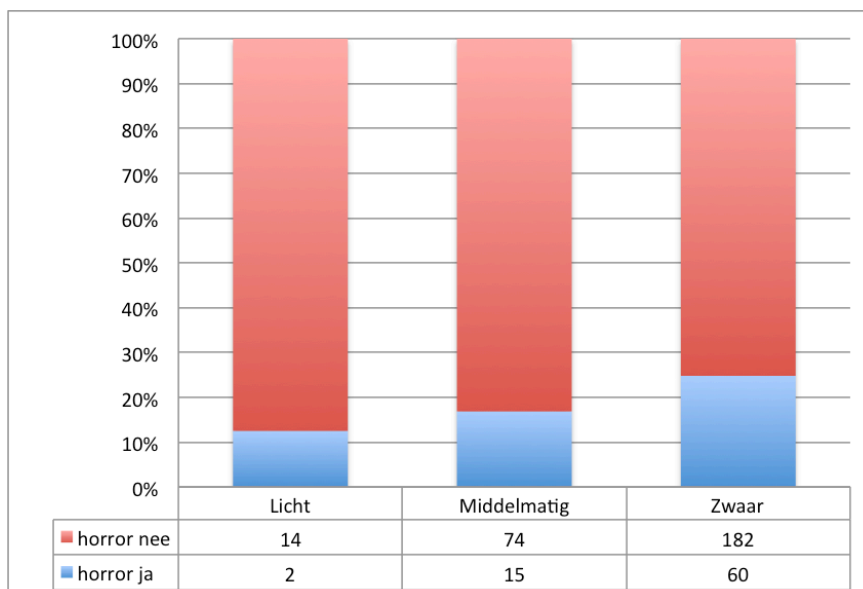
Figuur 52: genre thriller op basis van kijkgedrag



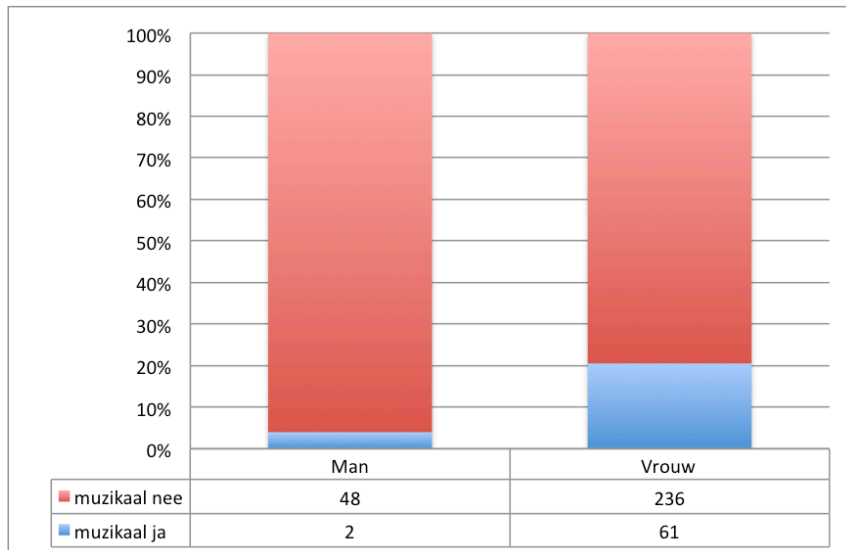
Figuur 53: genre horror op basis van geslacht



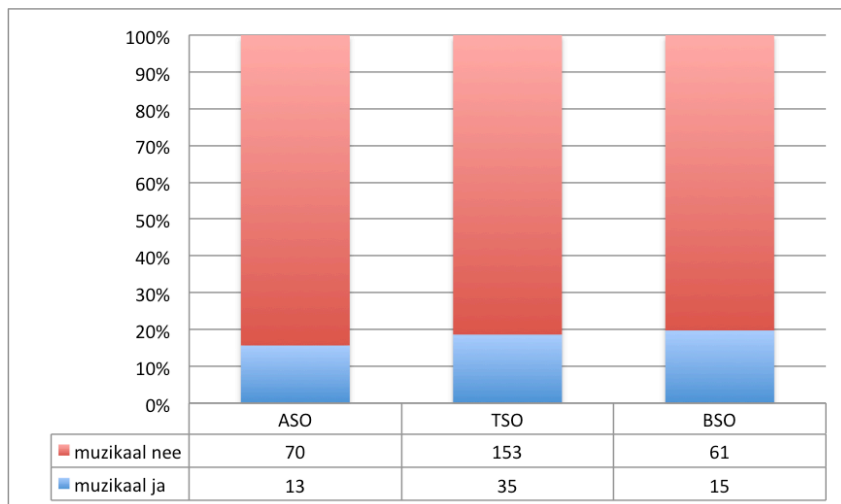
Figuur 54: genre horror op basis van studierichting



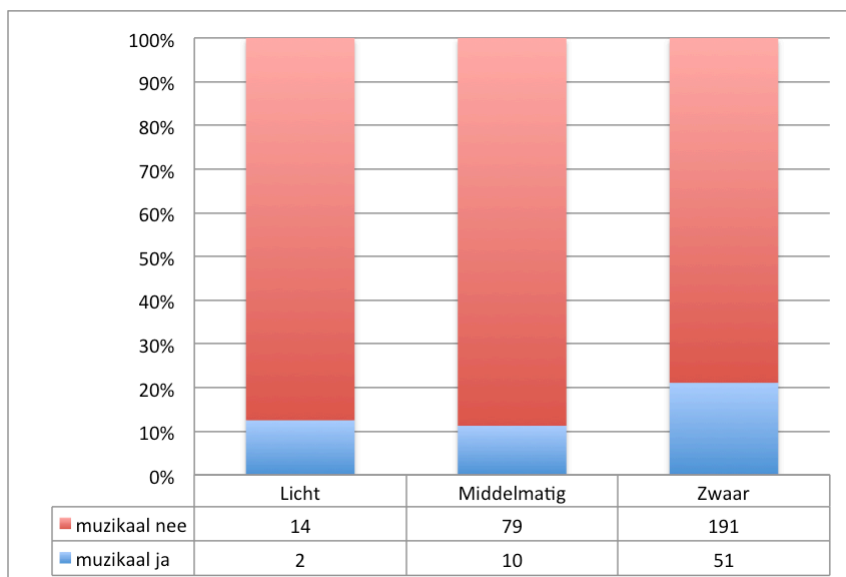
Figuur 55: genre horror op basis van kijkgedrag



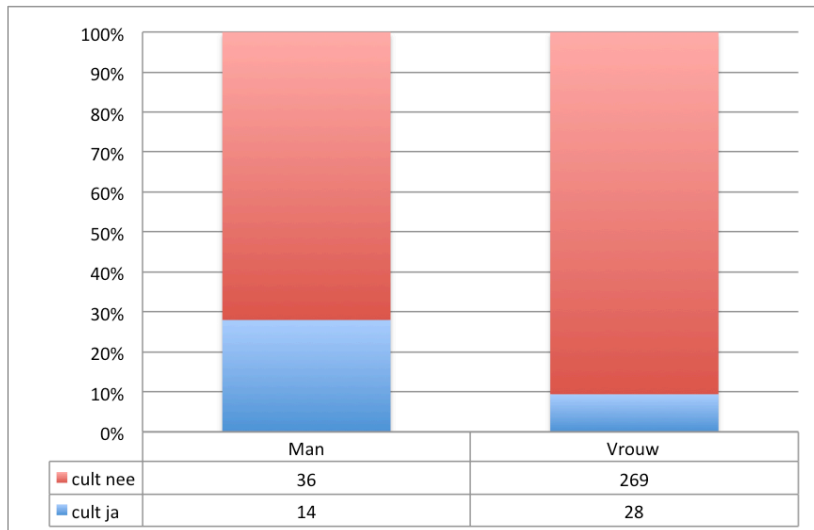
Figuur 56: genre muzikaal op basis van geslacht



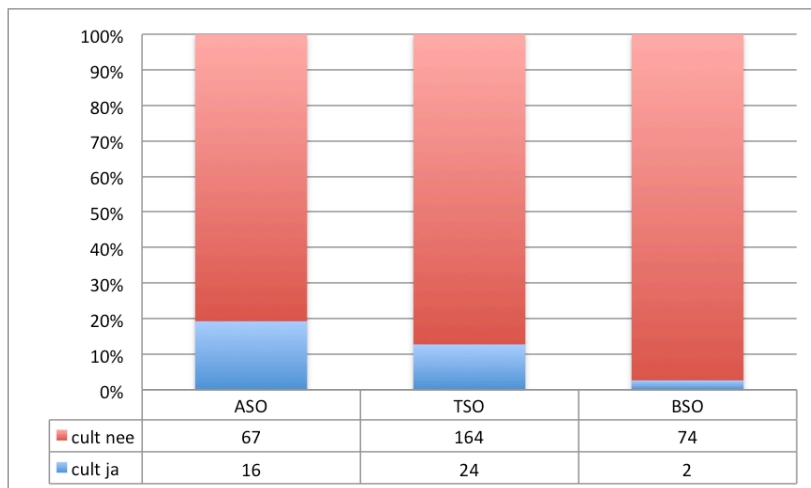
Figuur 57: genre muzikaal op basis van studierichting



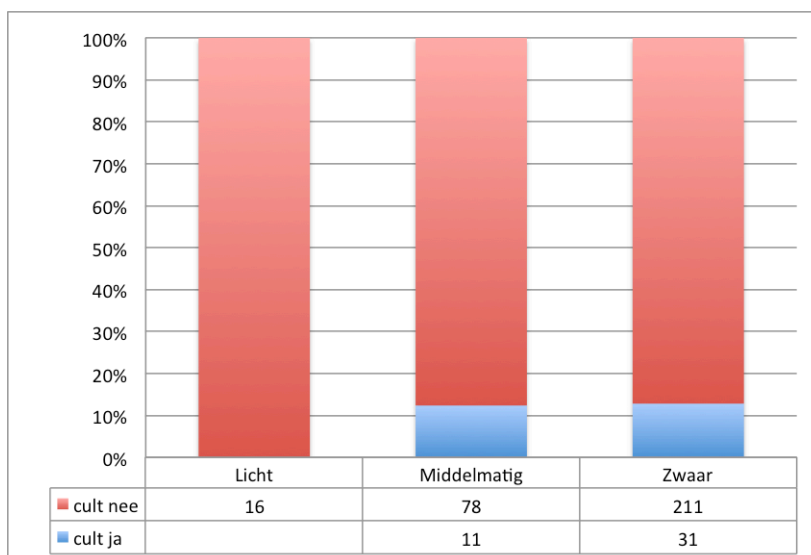
Figuur 58: genre muzikaal op basis van kijkgedrag



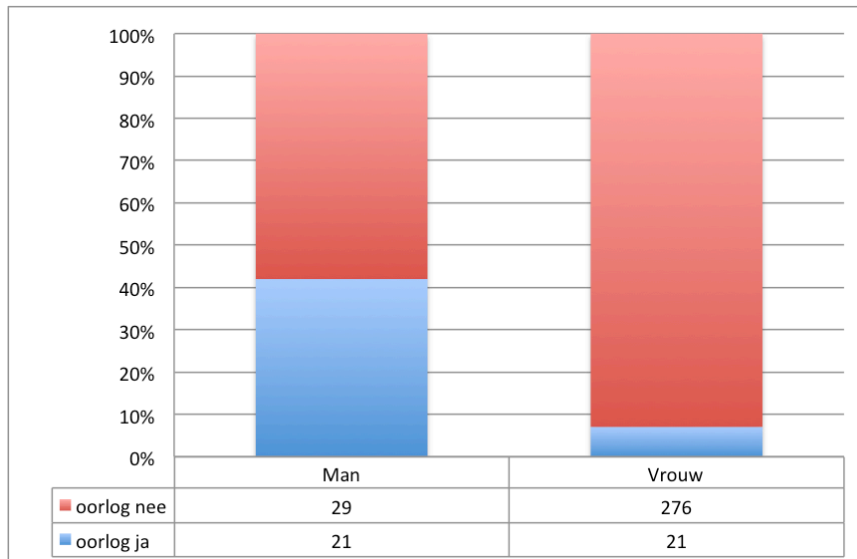
Figuur 59: genre cult op basis van geslacht



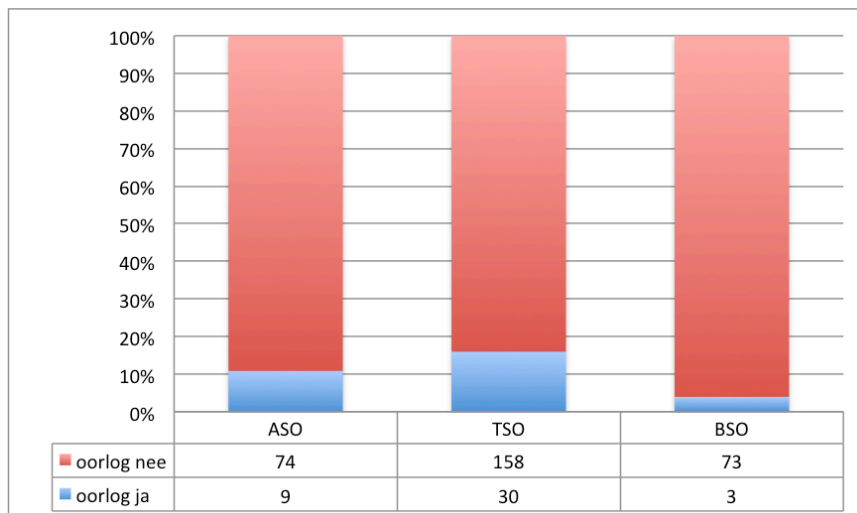
Figuur 60: genre cult op basis van studierichting



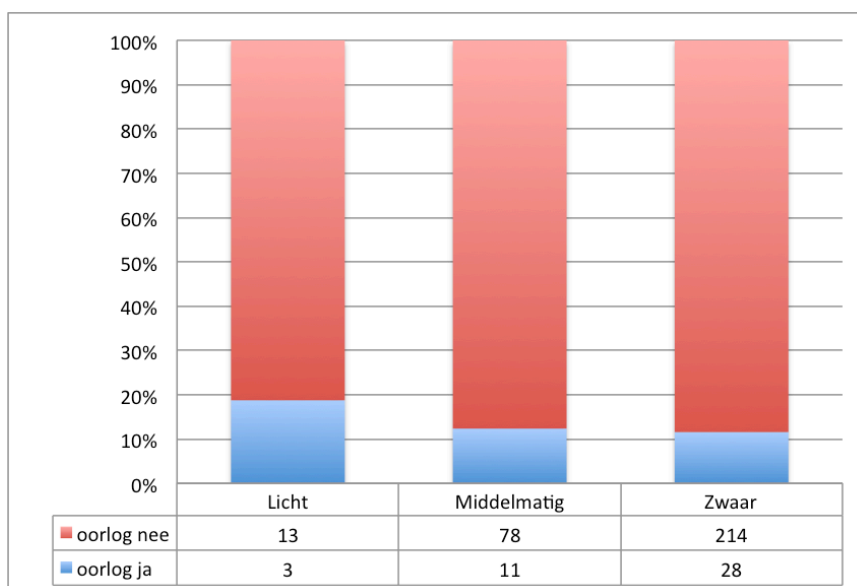
Figuur 61: genre cult op basis van kijkgedrag



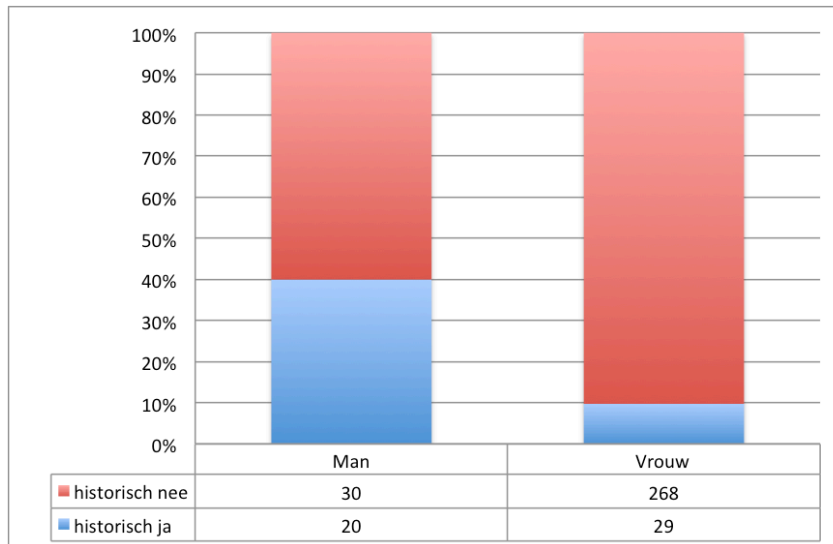
Figuur 62: genre oorlog op basis van geslacht



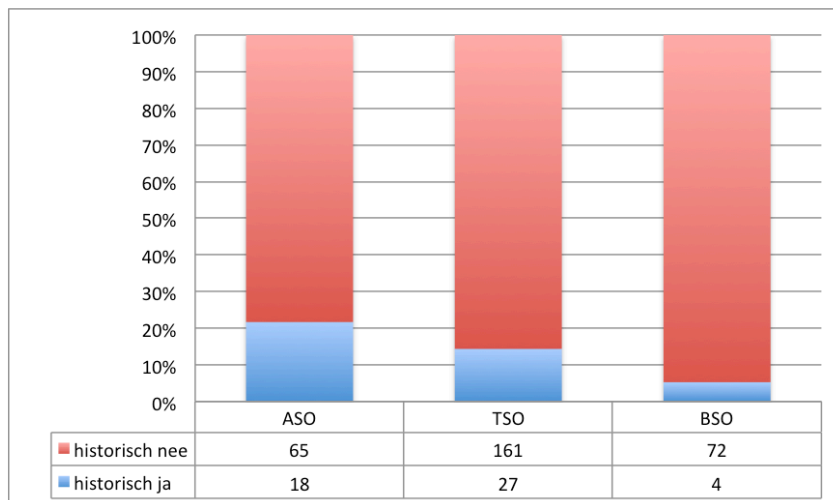
Figuur 63: genre oorlog op basis van studierichting



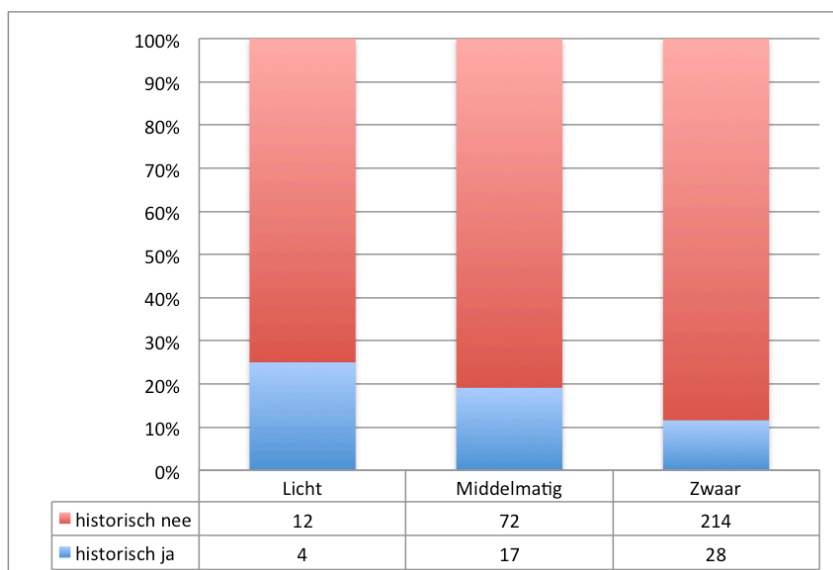
Figuur 64: genre oorlog op basis van kijkgedrag



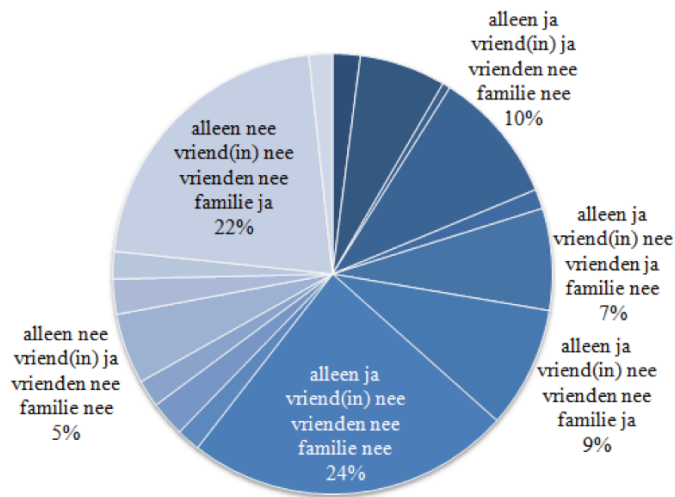
Figuur 65: genre historisch op basis van geslacht



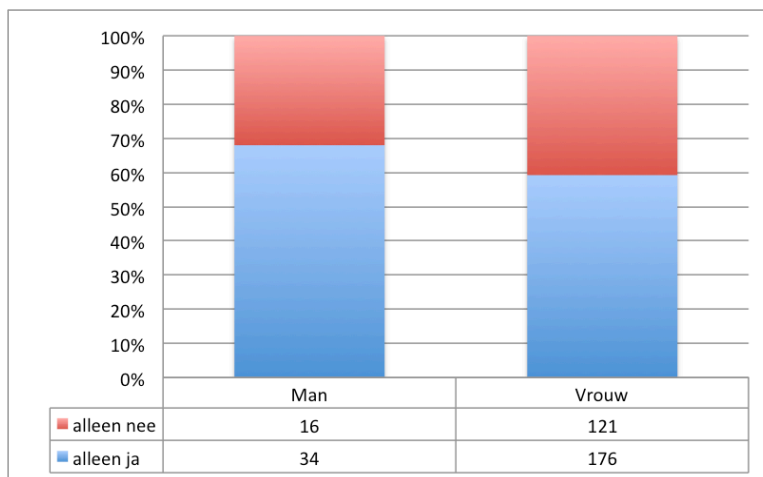
Figuur 66: genre historisch op basis van studierichting



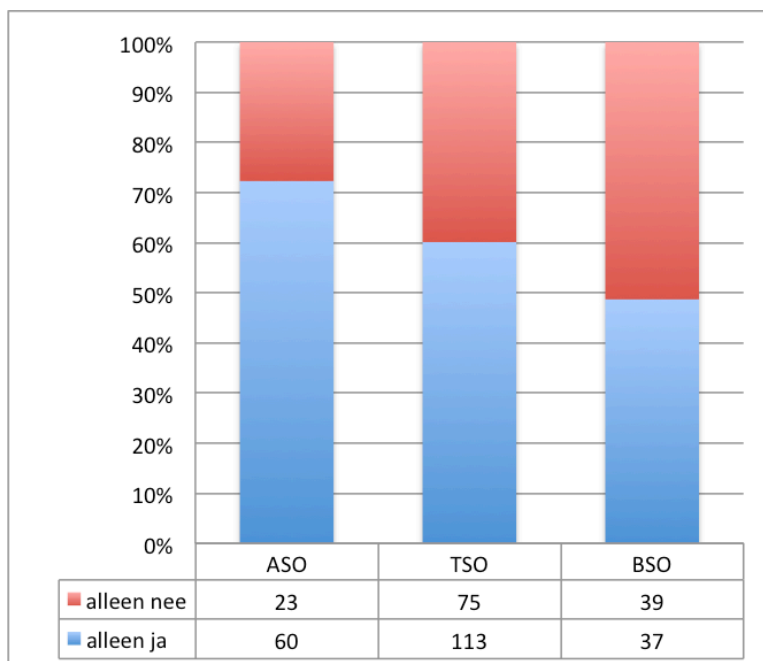
Figuur 67: genre historisch op basis van kijkgedrag



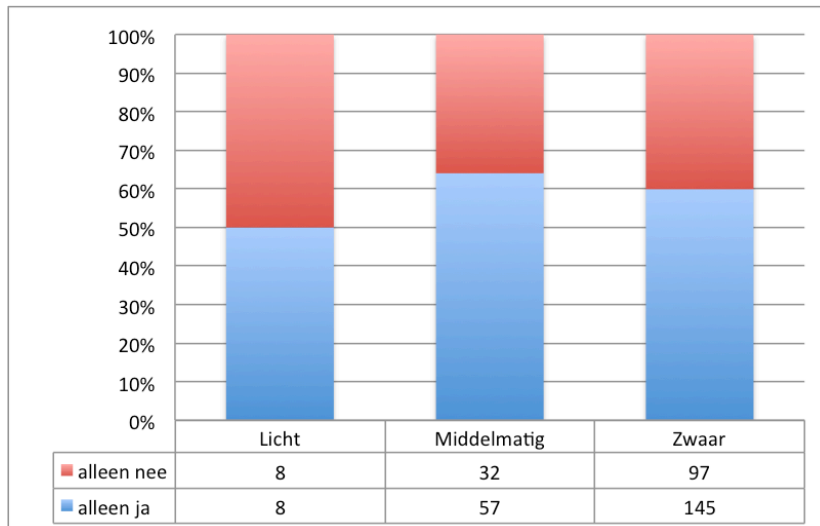
Figuur 68: manier waarop naar series gekeken wordt



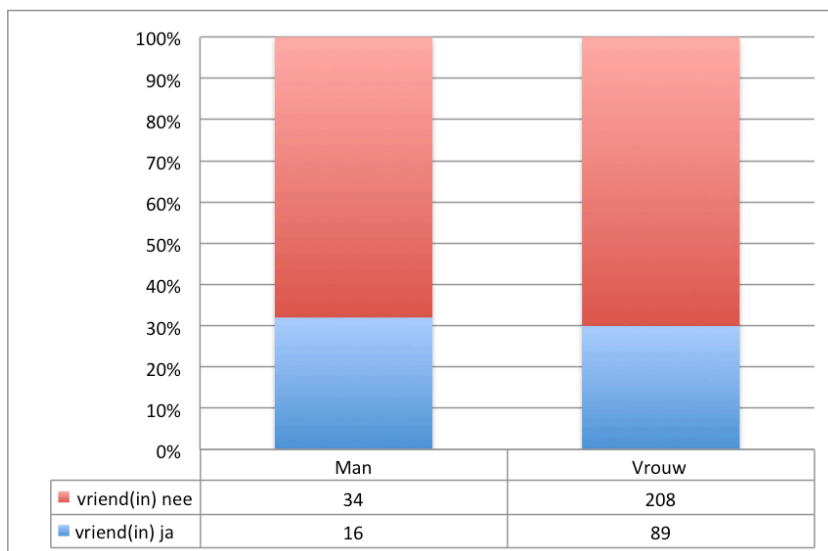
Figuur 69: alleen kijken op basis van geslacht



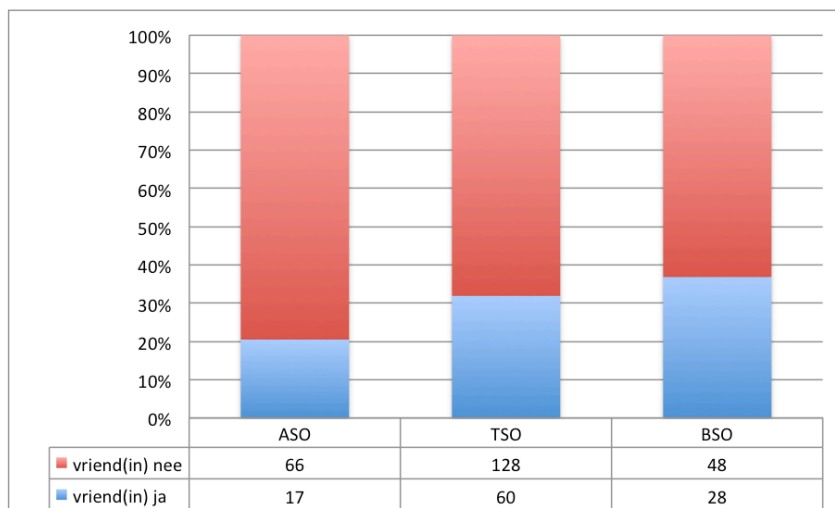
Figuur 70: alleen kijken op basis van studierichting



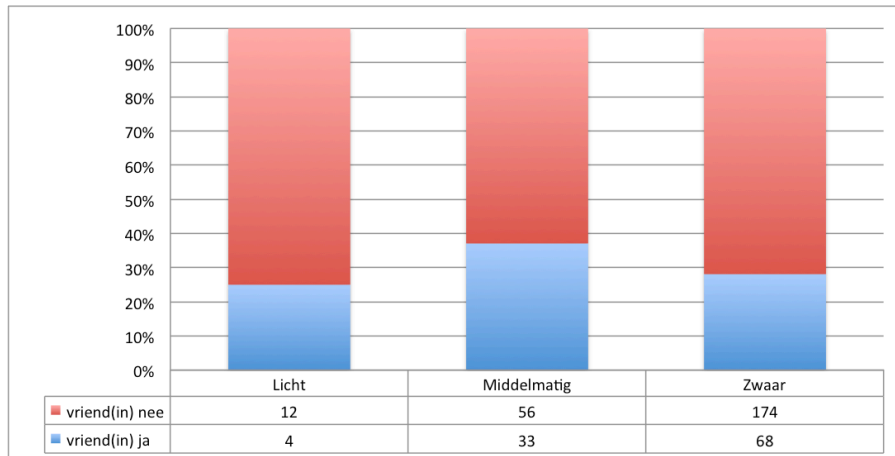
Figuur 71: alleen kijken op basis van kijkgedrag



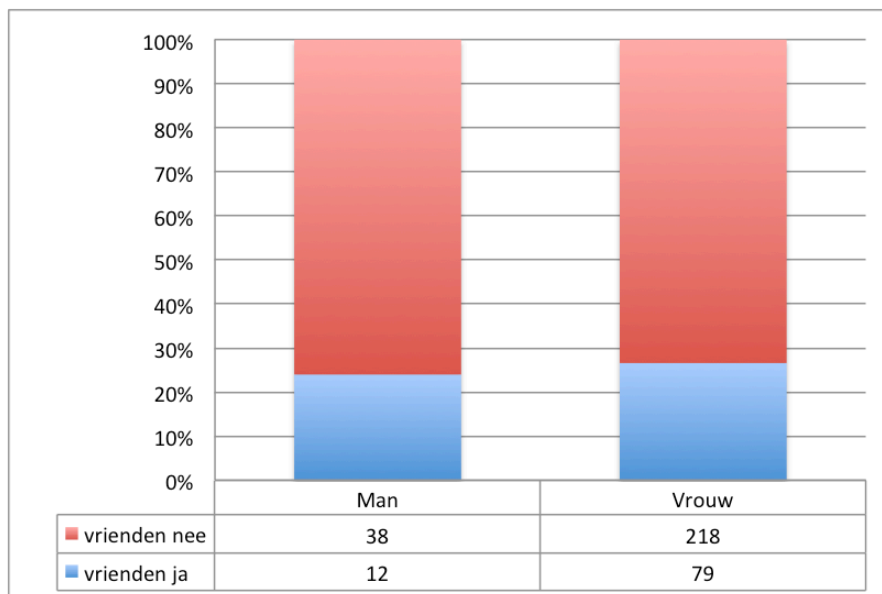
Figuur 72: kijken met vriend/in op basis van geslacht



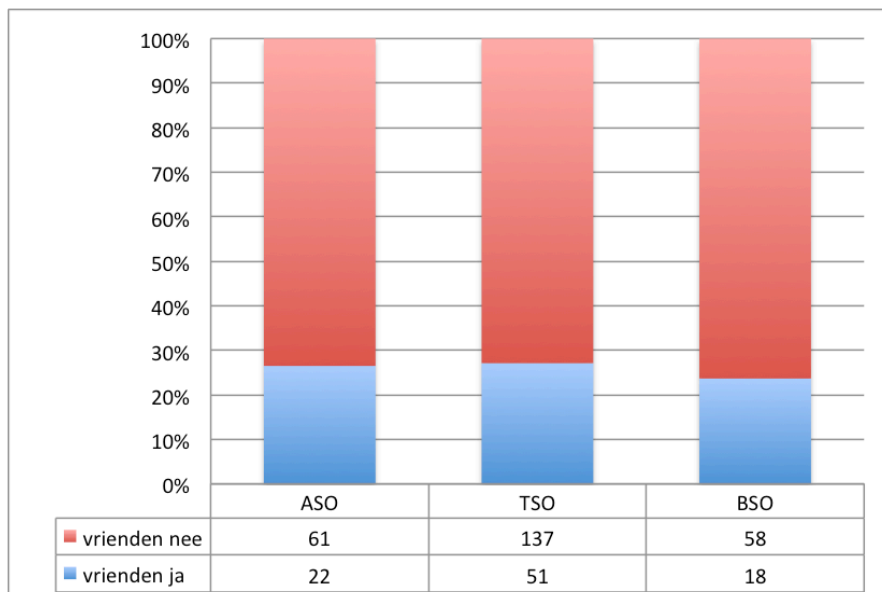
Figuur 73: kijken met vriend/in op basis van studierichting



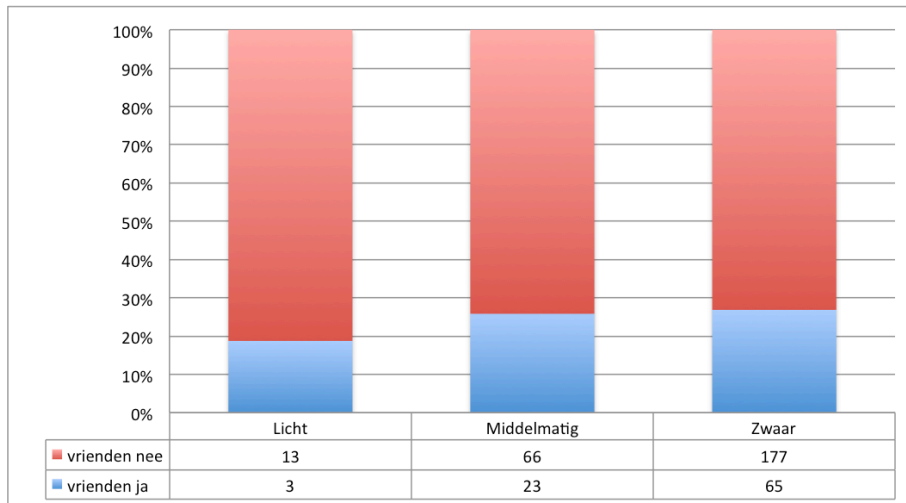
Figuur 74: kijken met vriend/in op basis van kijkgedrag



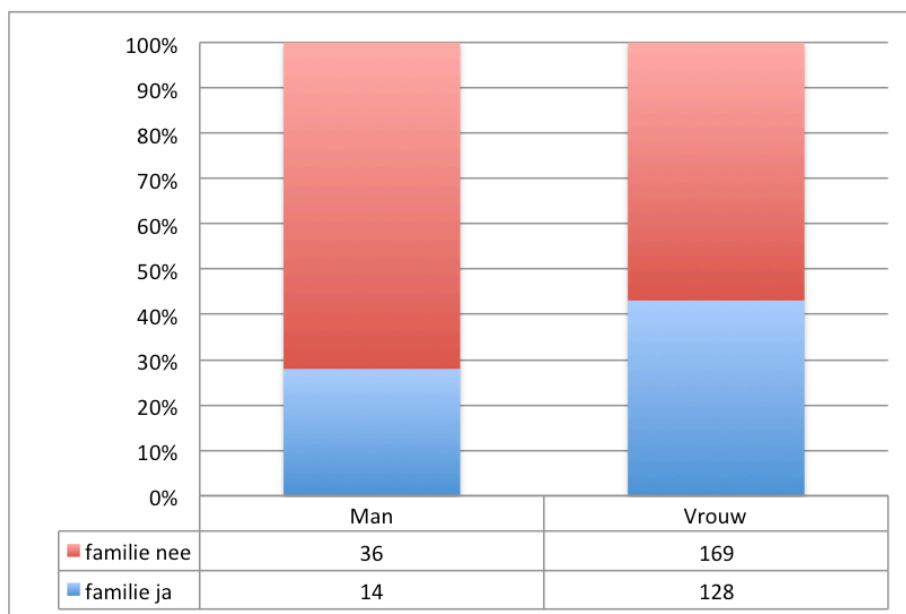
Figuur 75: kijken met vrienden op basis van geslacht



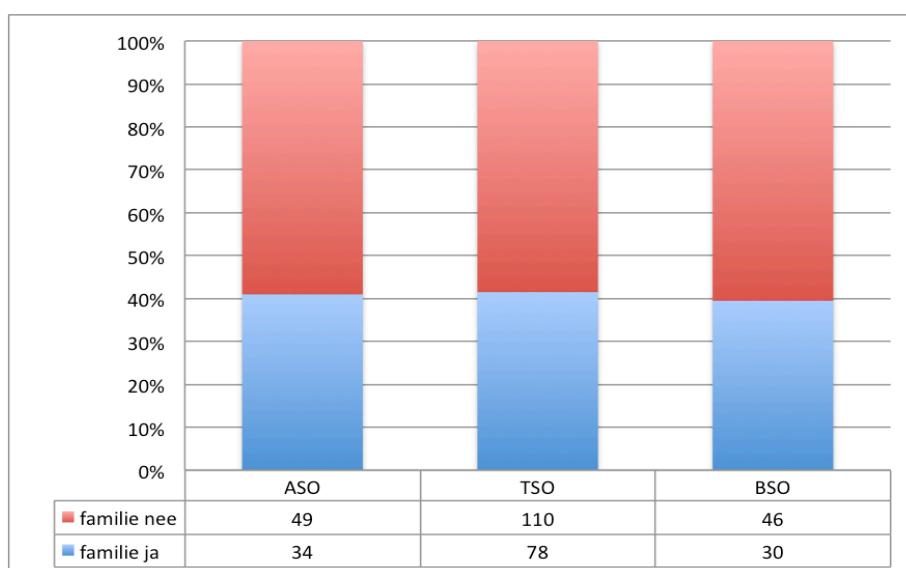
Figuur 76: kijken met vrienden op basis van studierichting



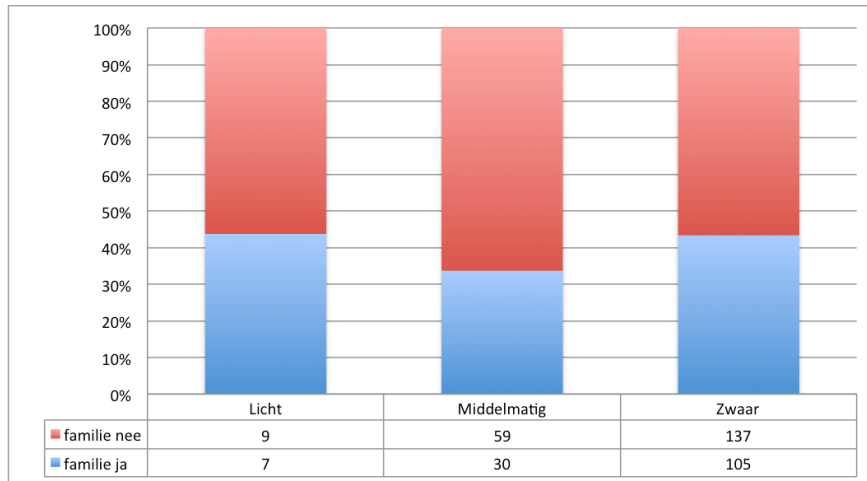
Figuur 77: kijken met vrienden op basis van kijkgedrag



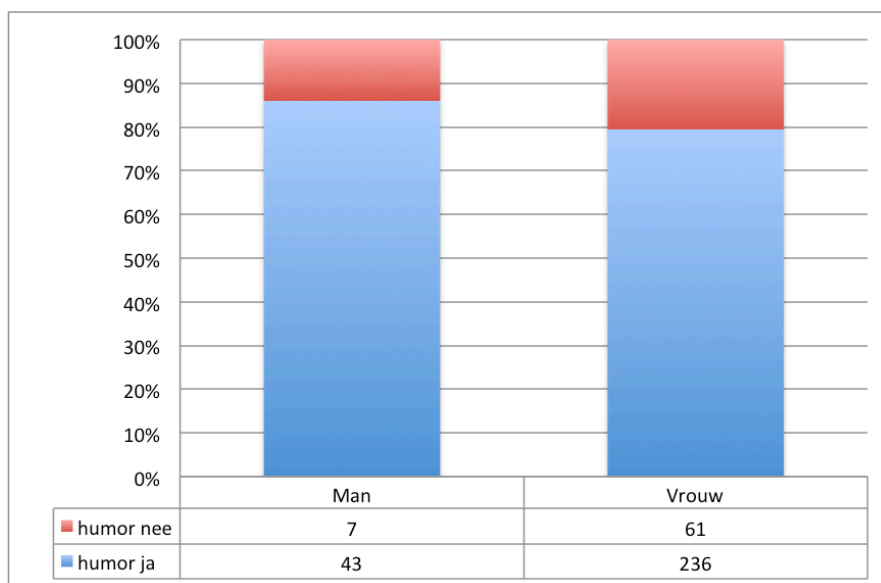
Figuur 78: kijken met familie op basis van geslacht



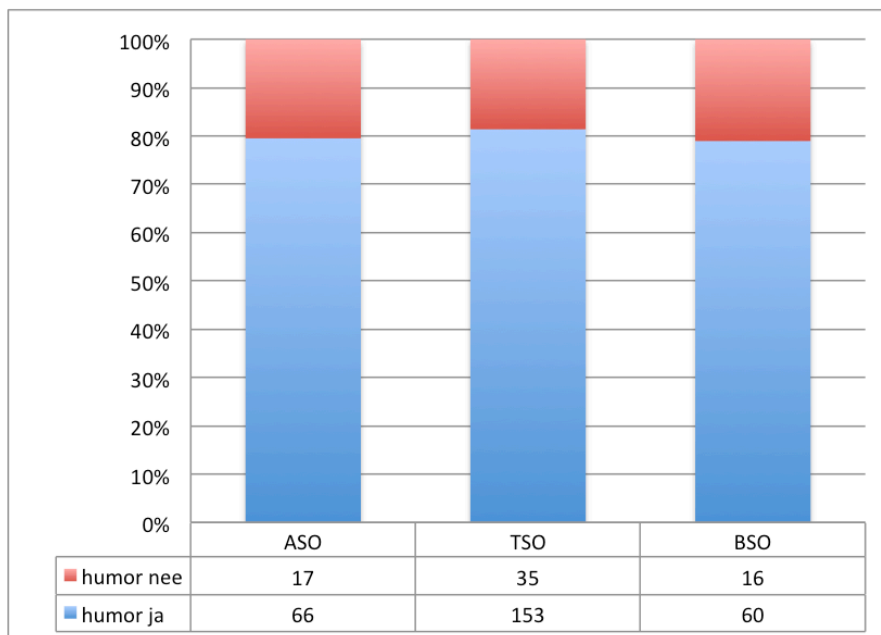
Figuur 79: kijken met familie op basis van studierichting



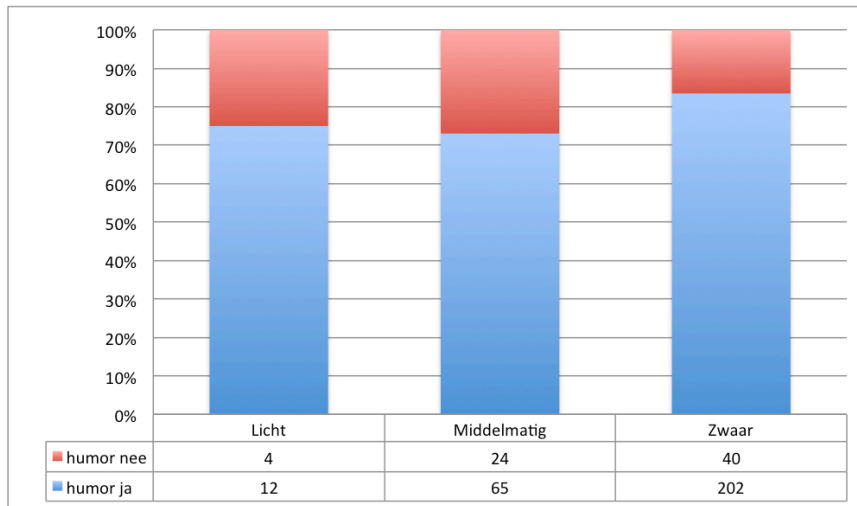
Figuur 80: kijken met familie op basis van kijkgedrag



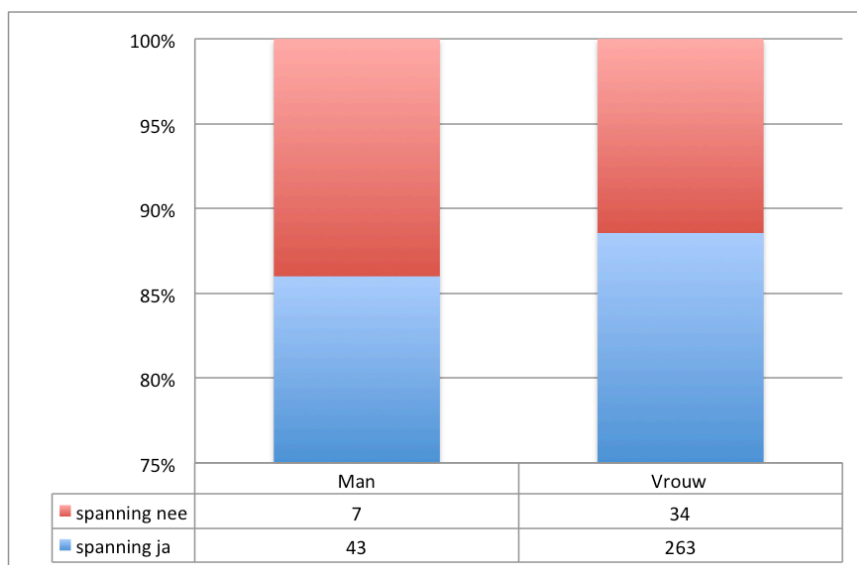
Figuur 81: humor op basis van geslacht



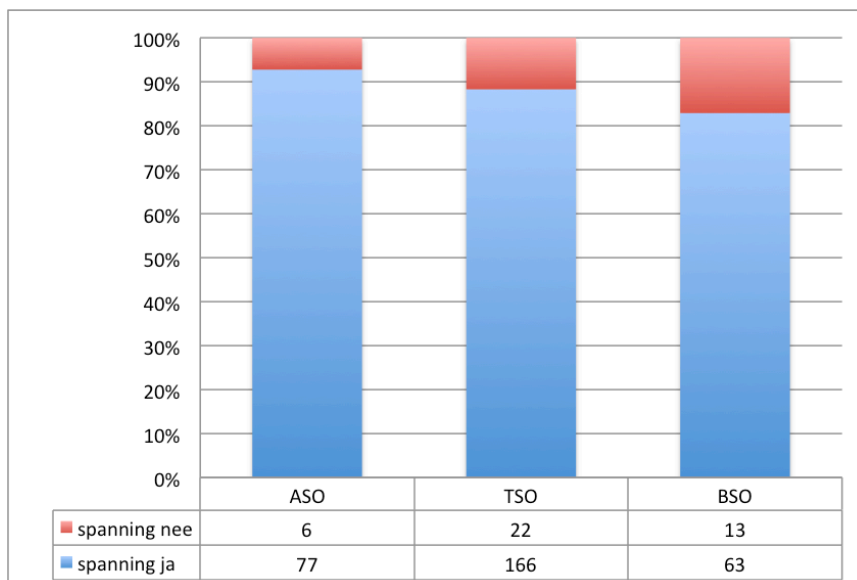
Figuur 82: humor op basis van studierichting



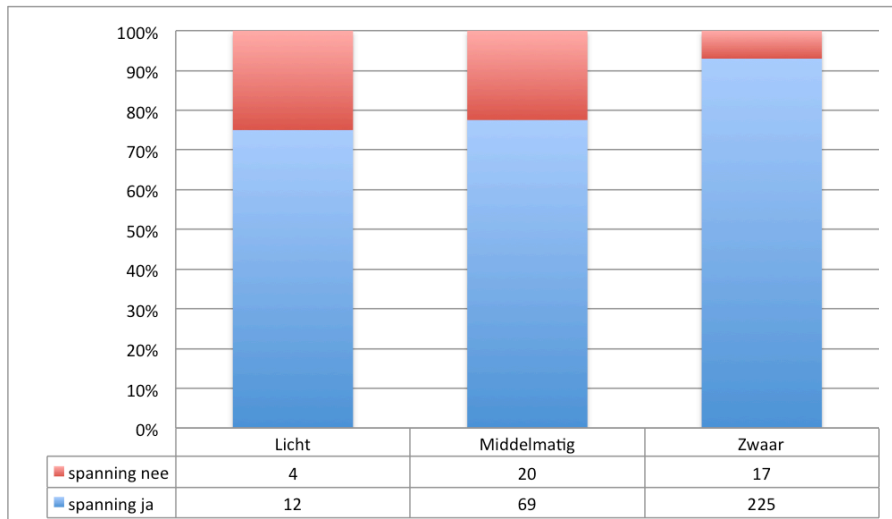
Figuur 83: humor op basis van kijkgedrag



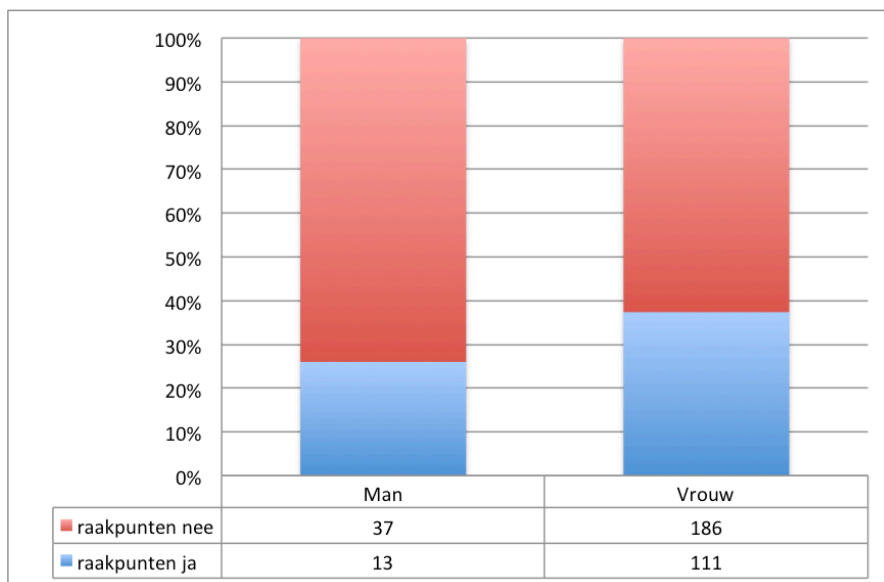
Figuur 84: spanning op basis van geslacht



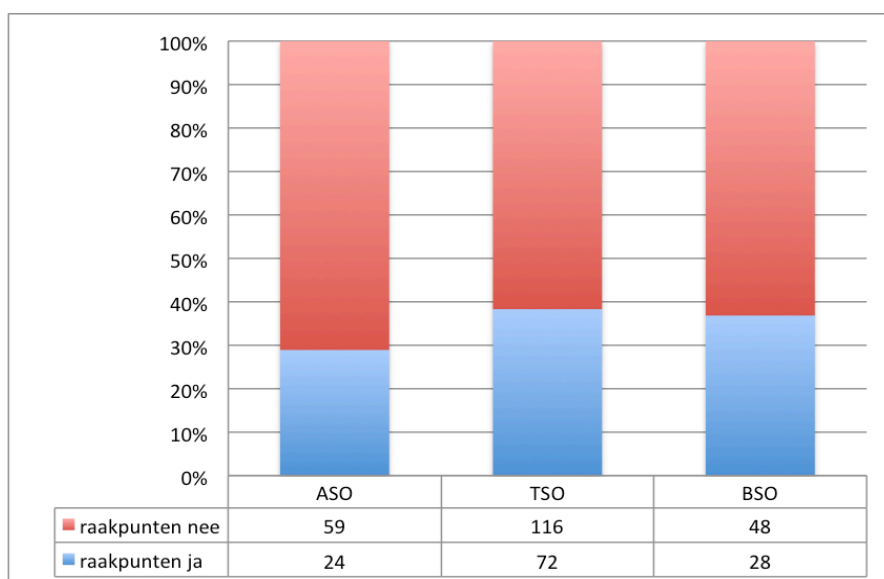
Figuur 85: spanning op basis van studierichting



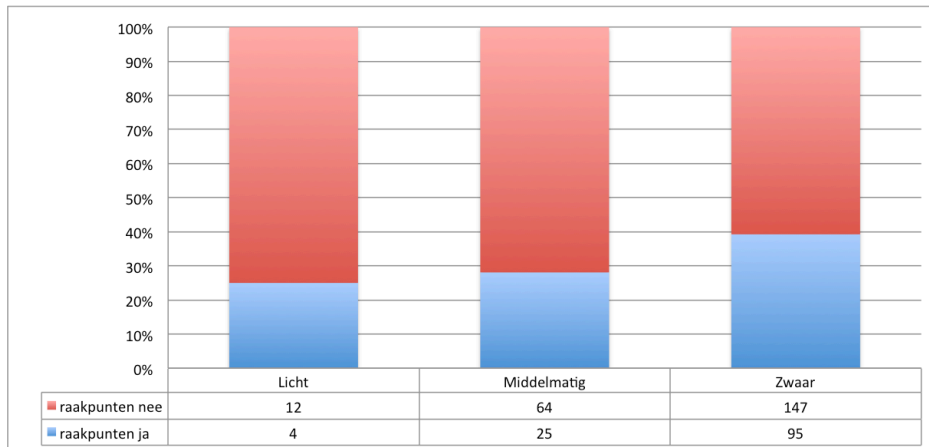
Figuur 86: spanning op basis van kijkgedrag



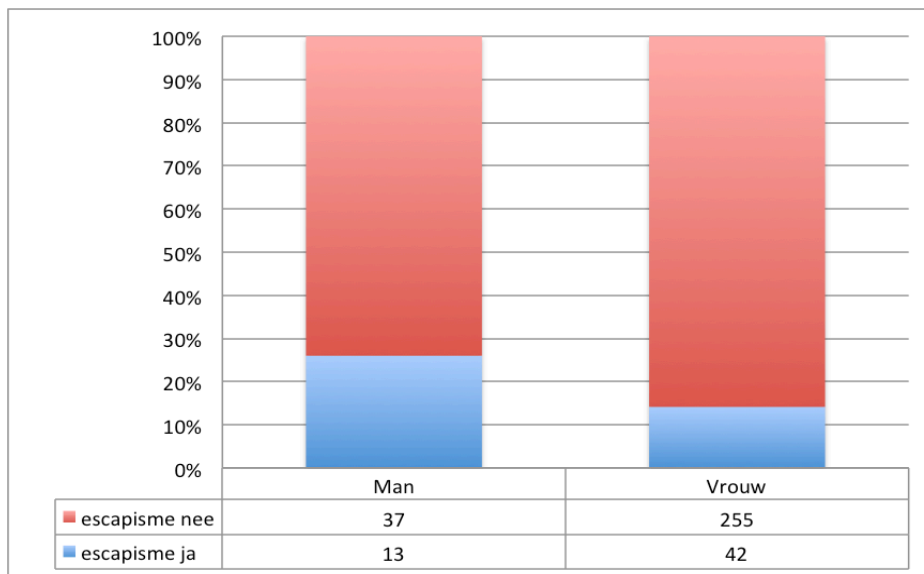
Figuur 87: raakpunten met je eigen leven op basis van geslacht



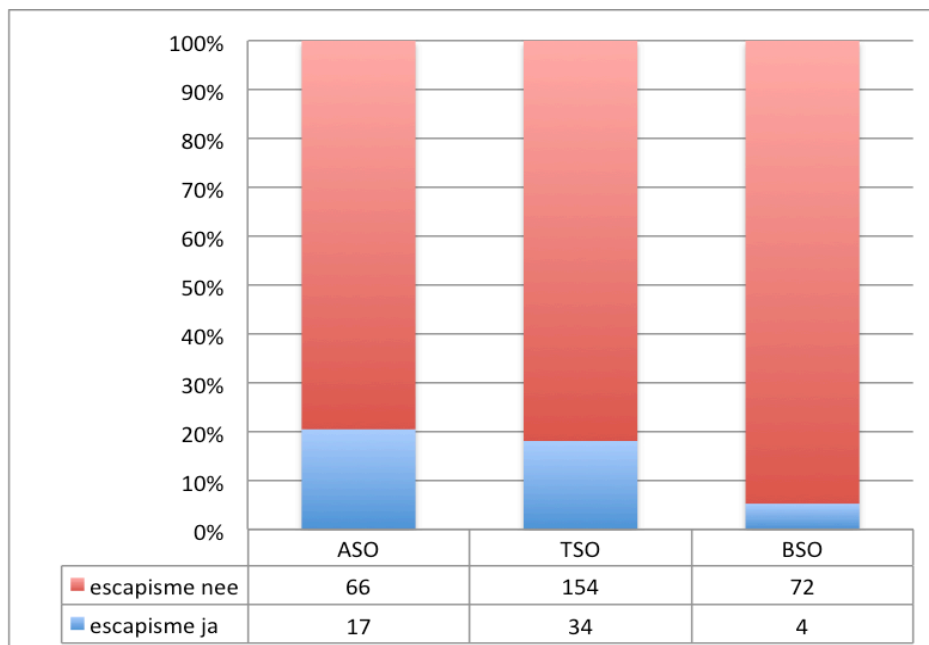
Figuur 88: raakpunten met je eigen leven op basis van studierichting



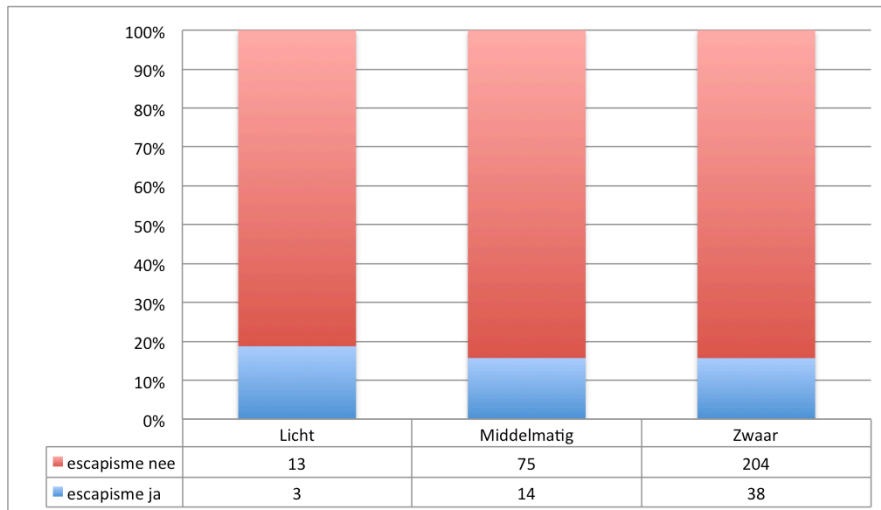
Figuur 89: raakpunten met je eigen leven op basis van kijkgedrag



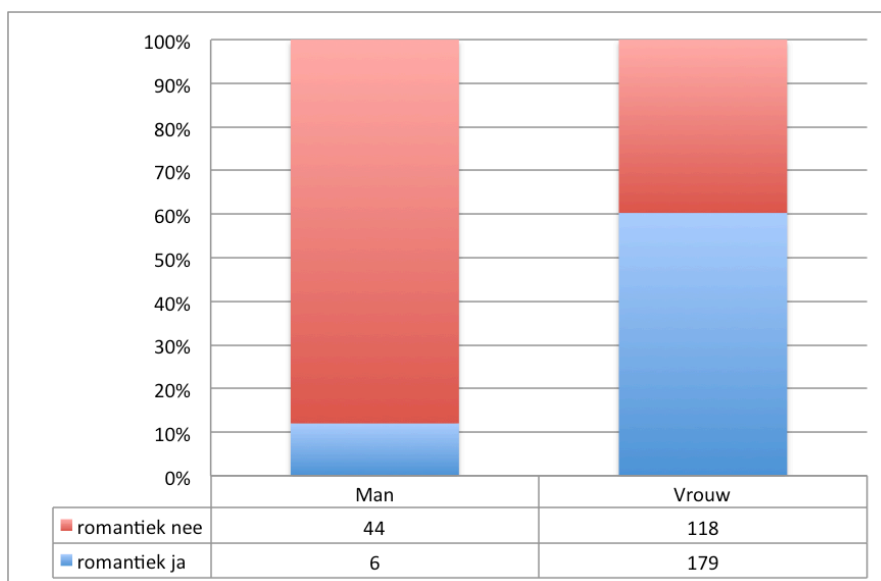
Figuur 90: escapisme op basis van geslacht



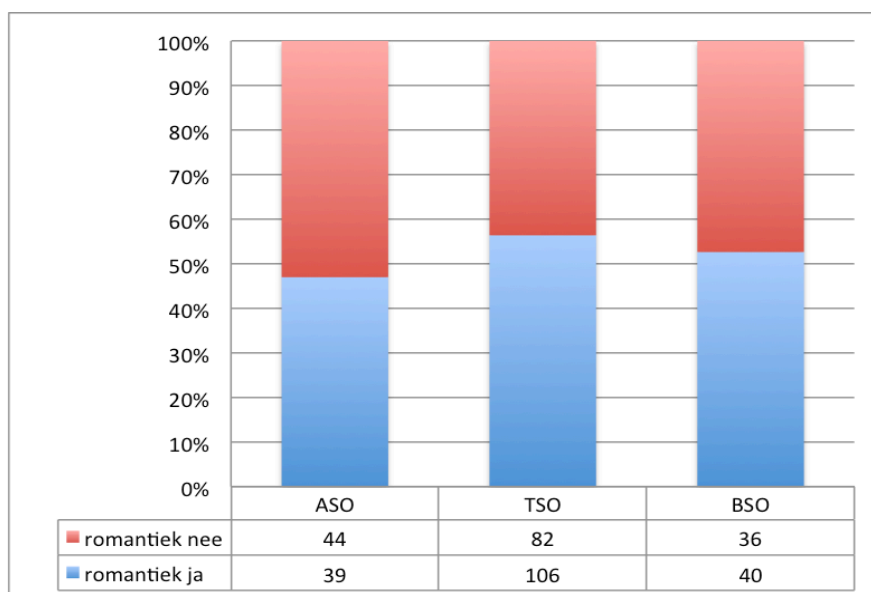
Figuur 91: escapisme op basis van studierichting



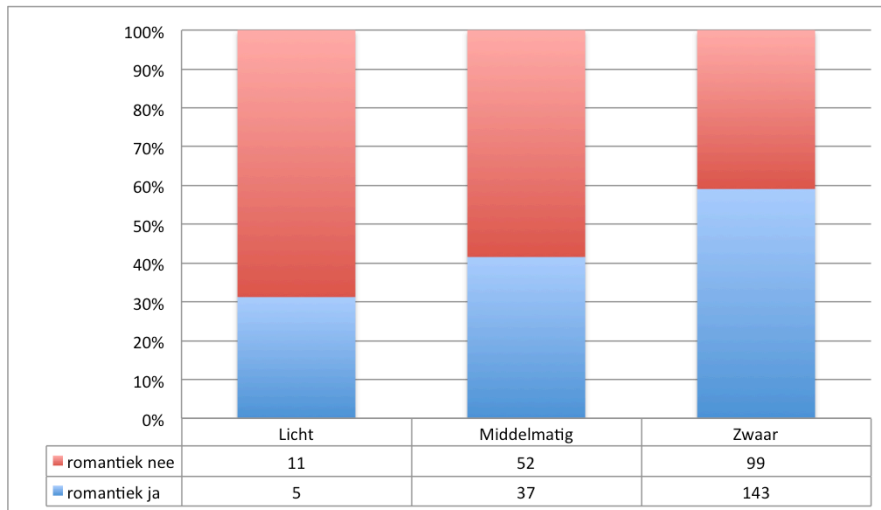
Figuur 92: escapisme op basis van kijkgedrag



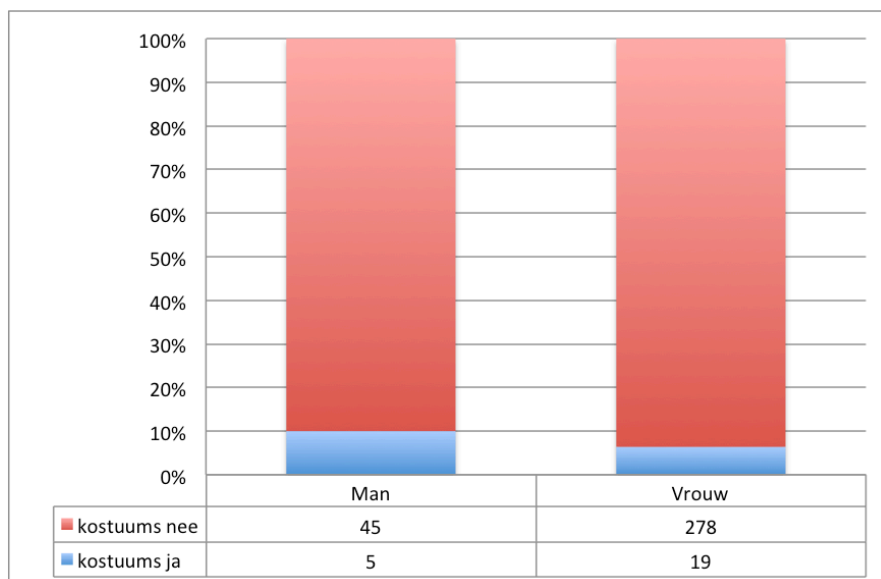
Figuur 93: romantiek op basis van geslacht



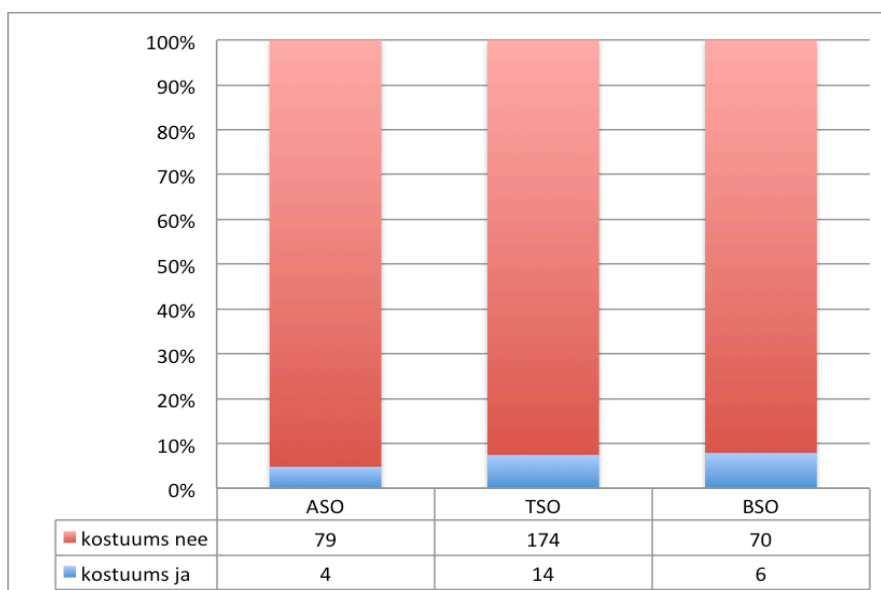
Figuur 94: romantiek op basis van studierichting



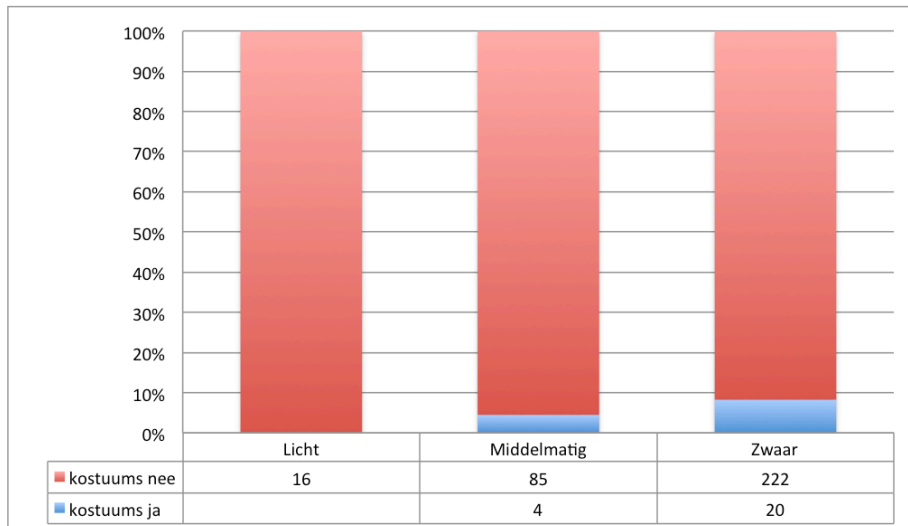
Figuur 95: romantiek op basis van kijkgedrag



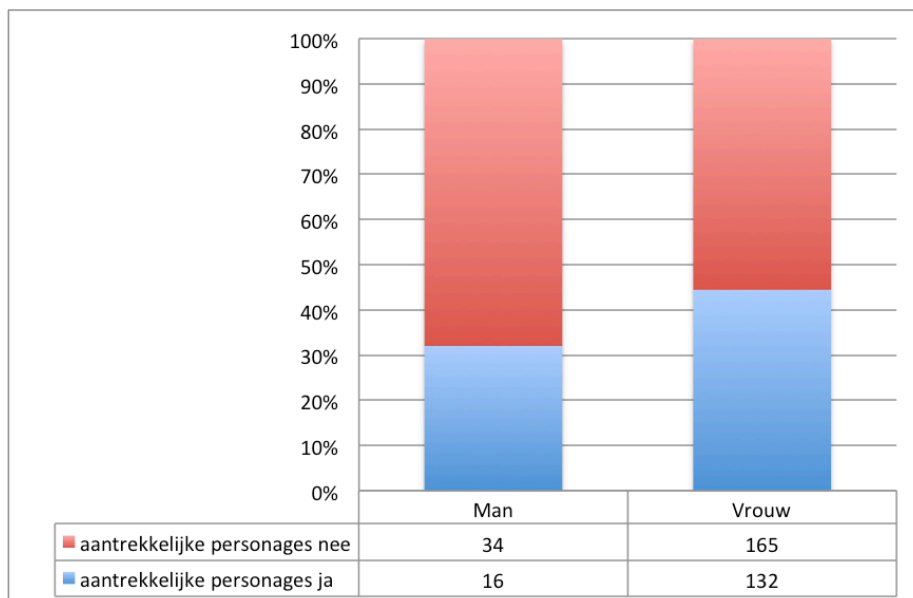
Figuur 96: kostumering op basis van geslacht



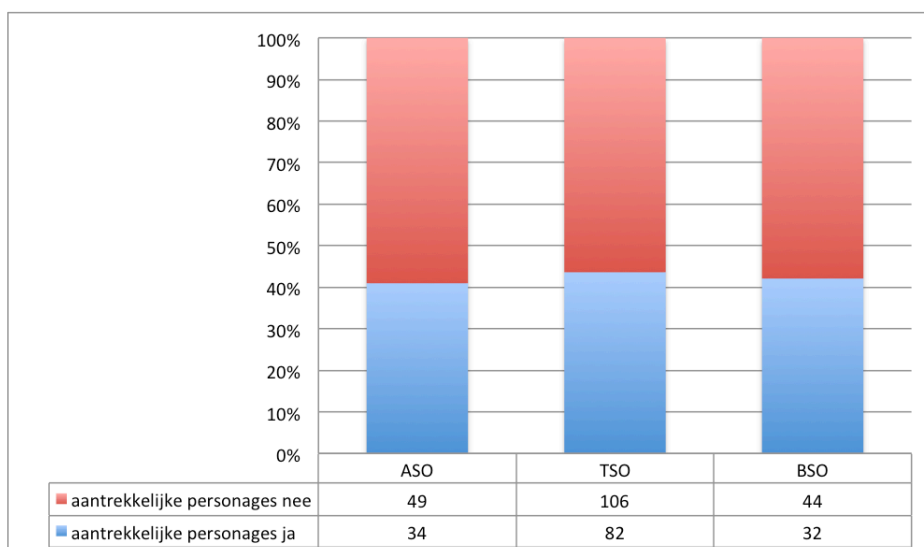
Figuur 97: kostumering op basis van studierichting



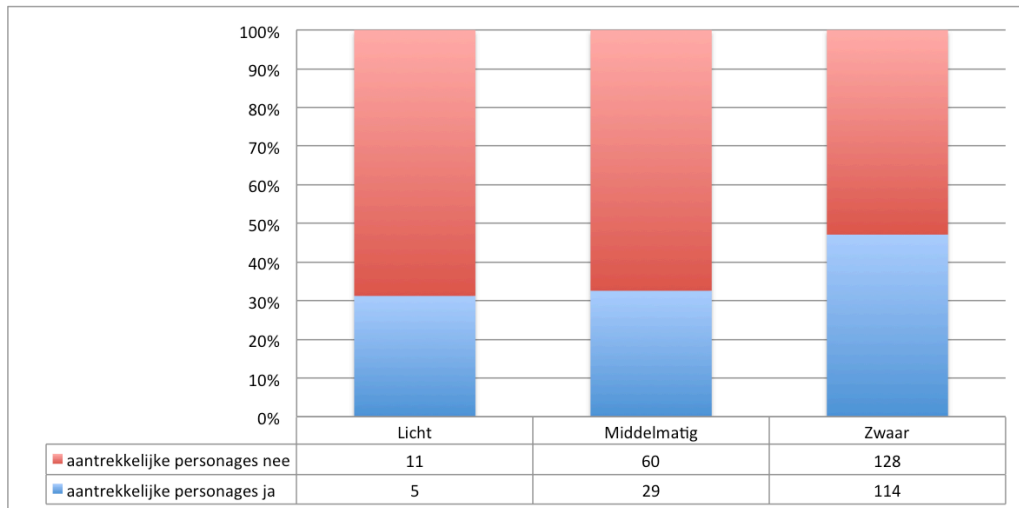
Figuur 98: kostumering op basis van kijkgedrag



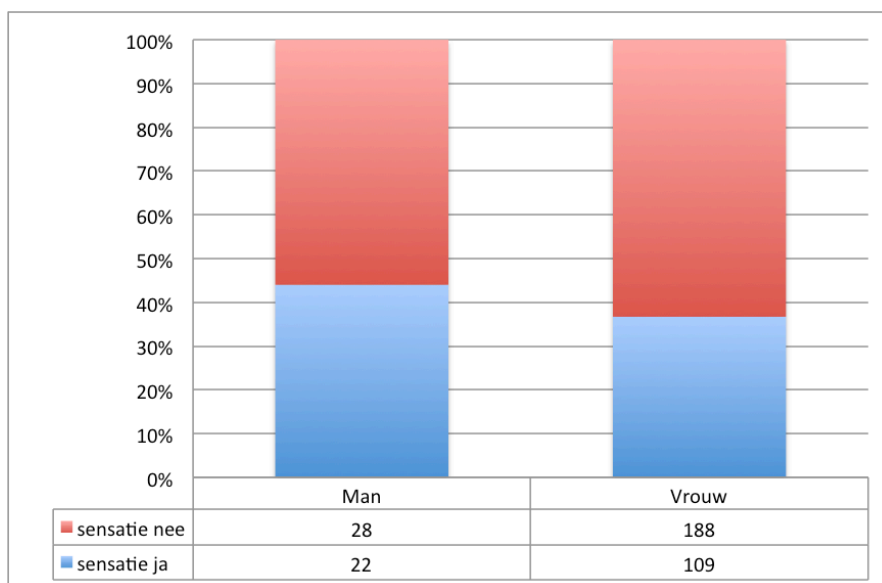
Figuur 99: aantrekkelijke personages op basis van geslacht



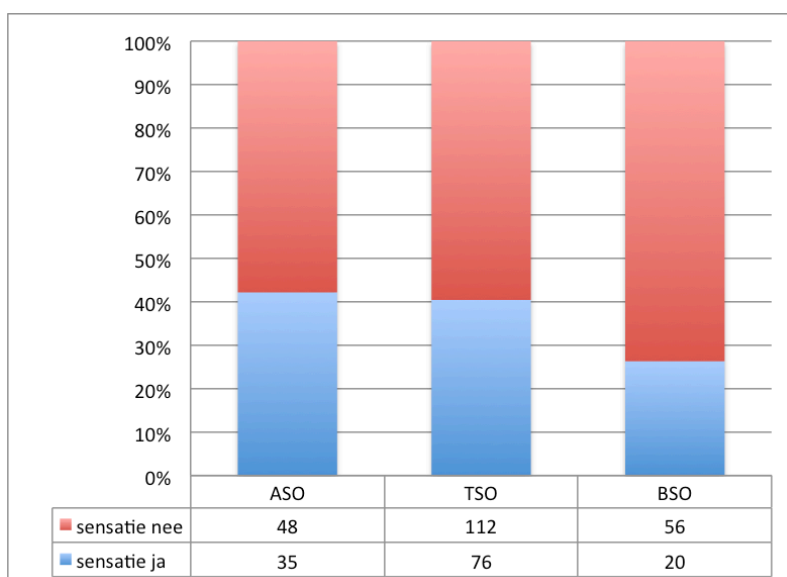
Figuur 100: aantrekkelijke personages op basis van studierichting



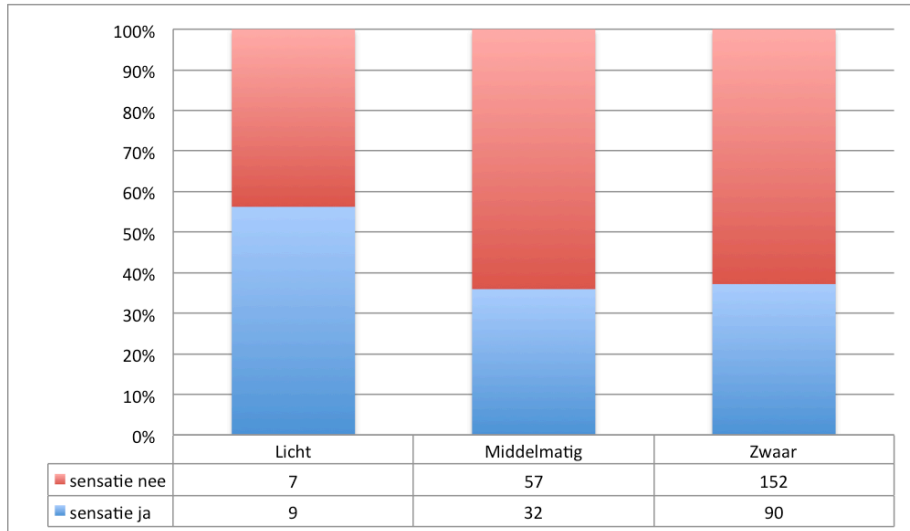
Figuur 101: aantrekkelijke personages op basis van kijkgedrag



Figuur 102: sensatie op basis van geslacht



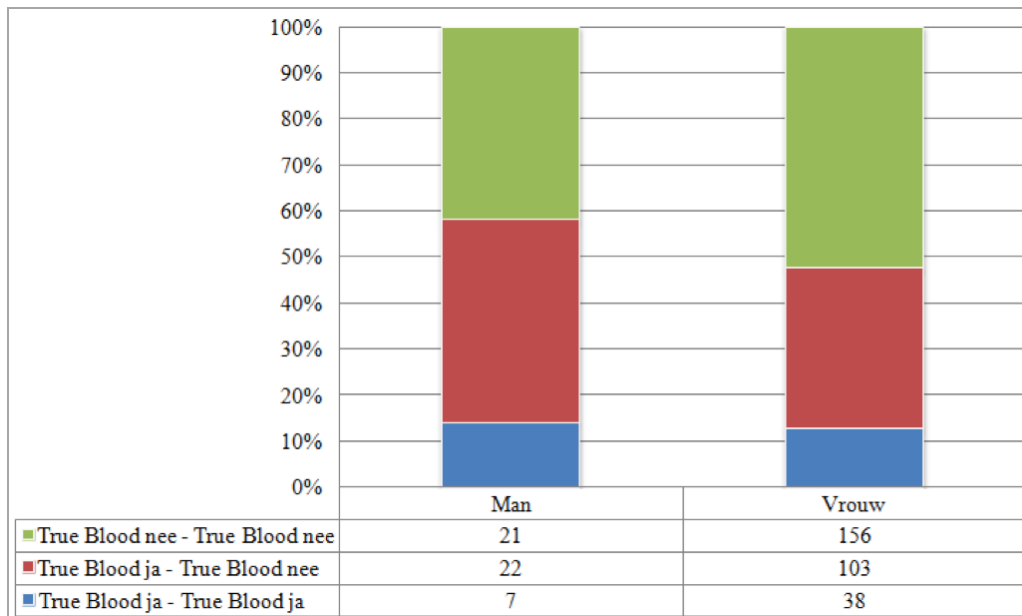
Figuur 103: sensatie op basis van studierichting



Figuur 104: sensatie op basis van kijkgedrag

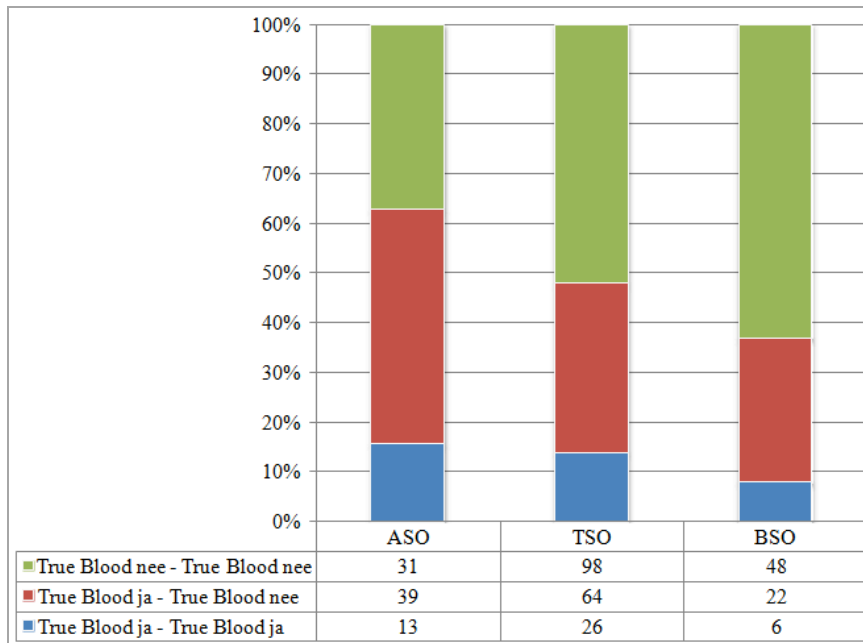


Figuur 105: word cloud – waarom kijk je naar series?



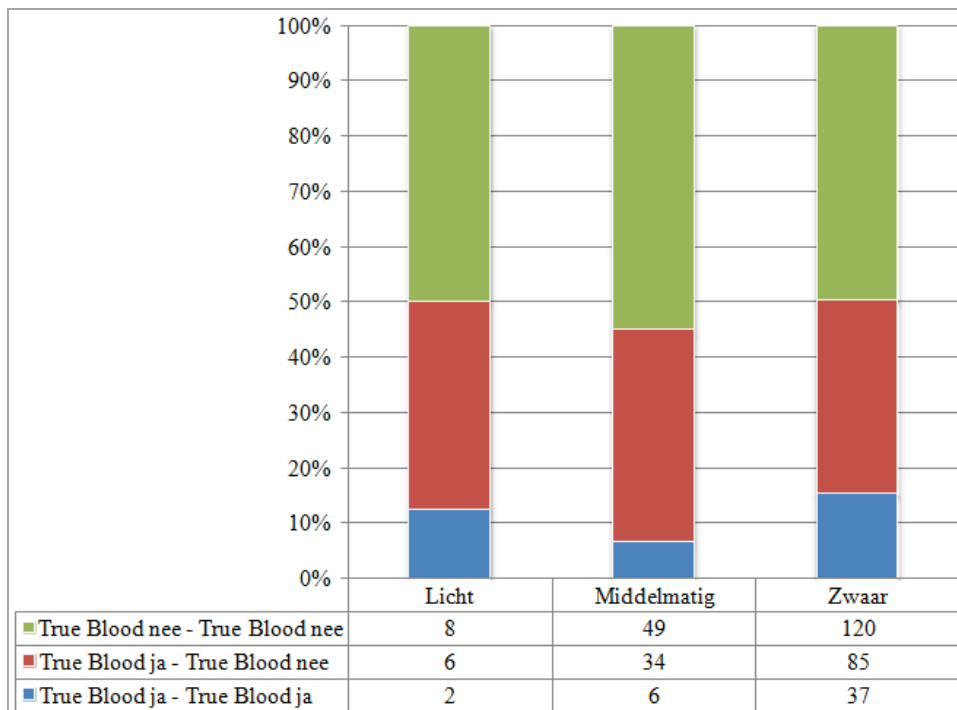
Figuur 106: voorkennis *True Blood* op basis van geslacht

- groen = niet gekend, niet gezien
- rood = wel gekend, niet gezien
- blauw = gezien



Figuur 107: voorkennis *True Blood* op basis van studierichting

- groen = niet gekend, niet gezien
- rood = wel gekend, niet gezien
- blauw = gezien



Figuur 108: voorkennis *True Blood* op basis van kijkgedrag

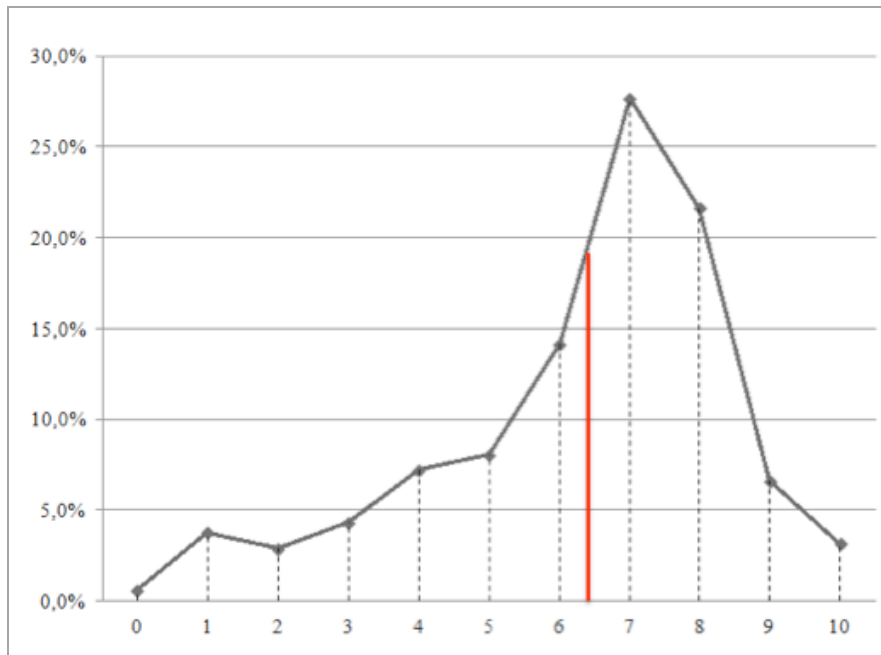
- groen = niet gekend, niet gezien
- rood = wel gekend, niet gezien
- blauw = gezien



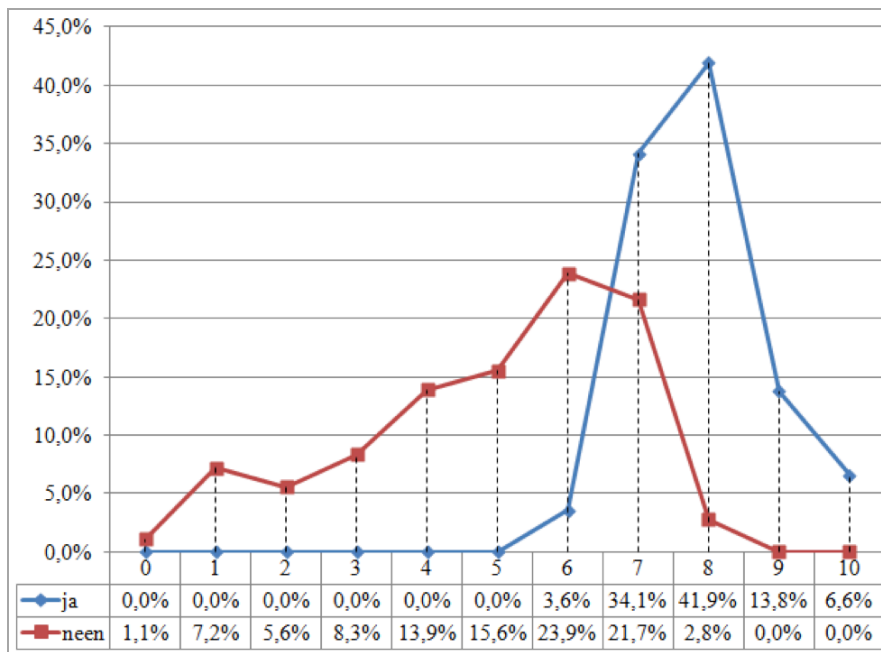
Figuur 109: word cloud – geef je top drie van series



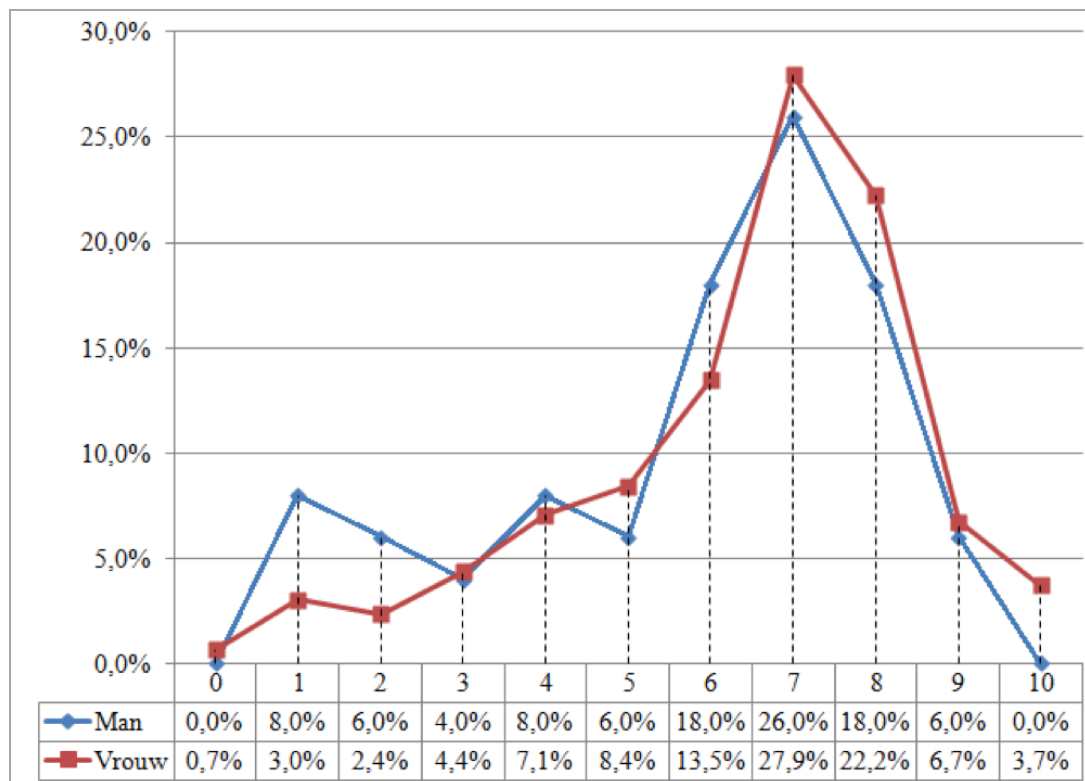
Figuur 110: word cloud – indien je de serie nog niet gezien hebt, wat verwacht je van *True Blood*?



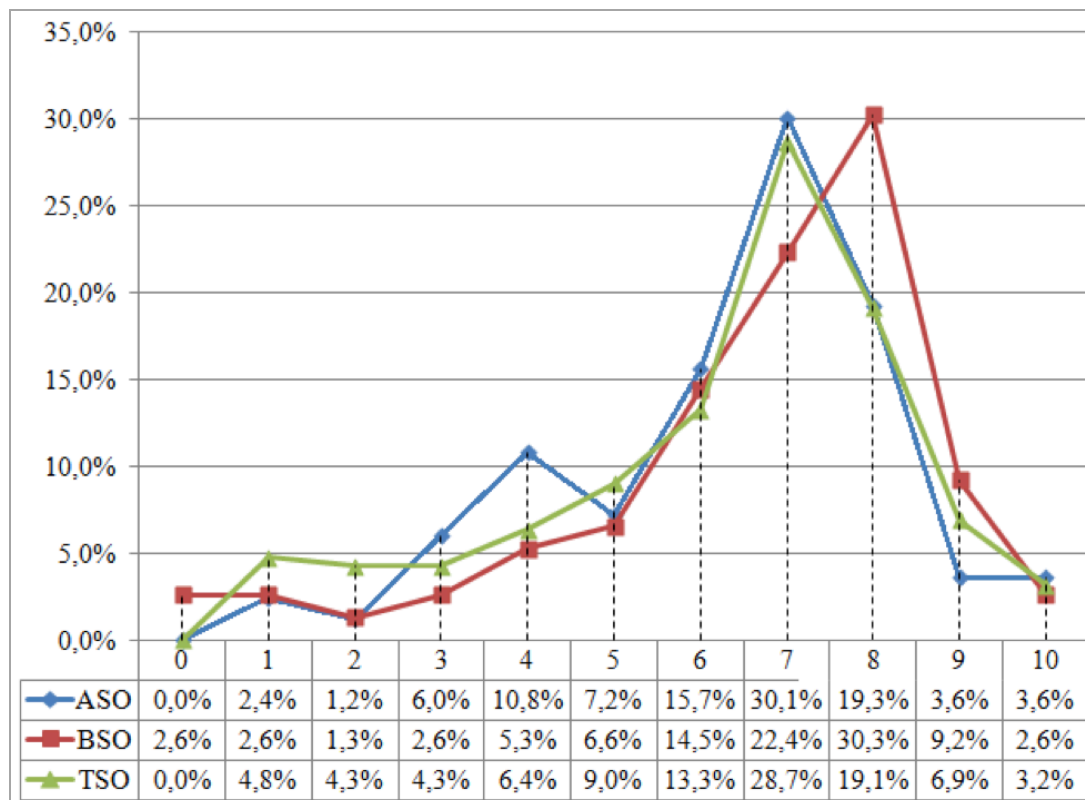
Figuur 111: scorepatroon van de totale steekproef



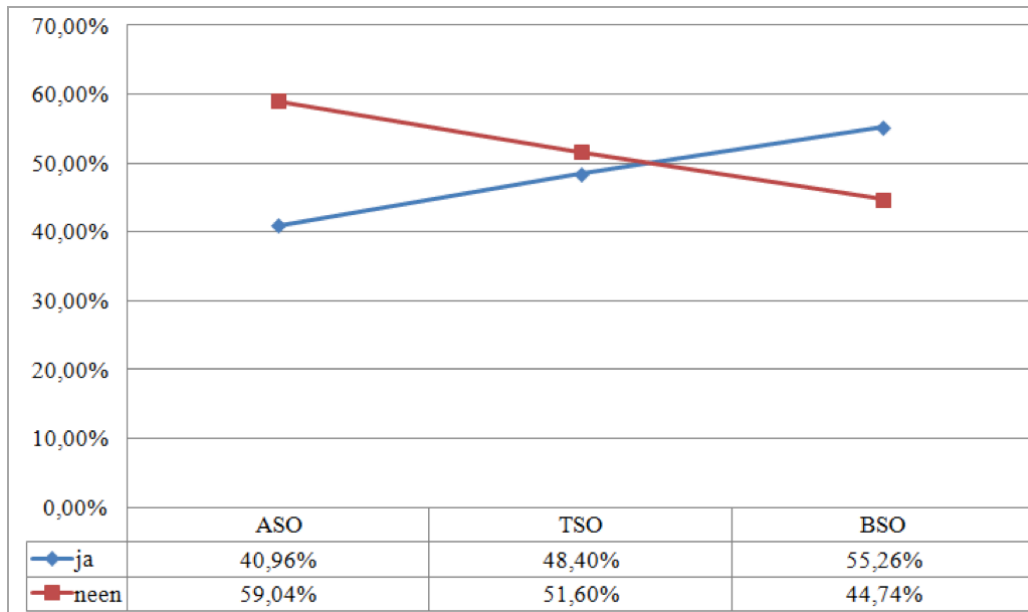
Figuur 112: scoreverdeling van wel kijken vs. niet kijken naar *True Blood*



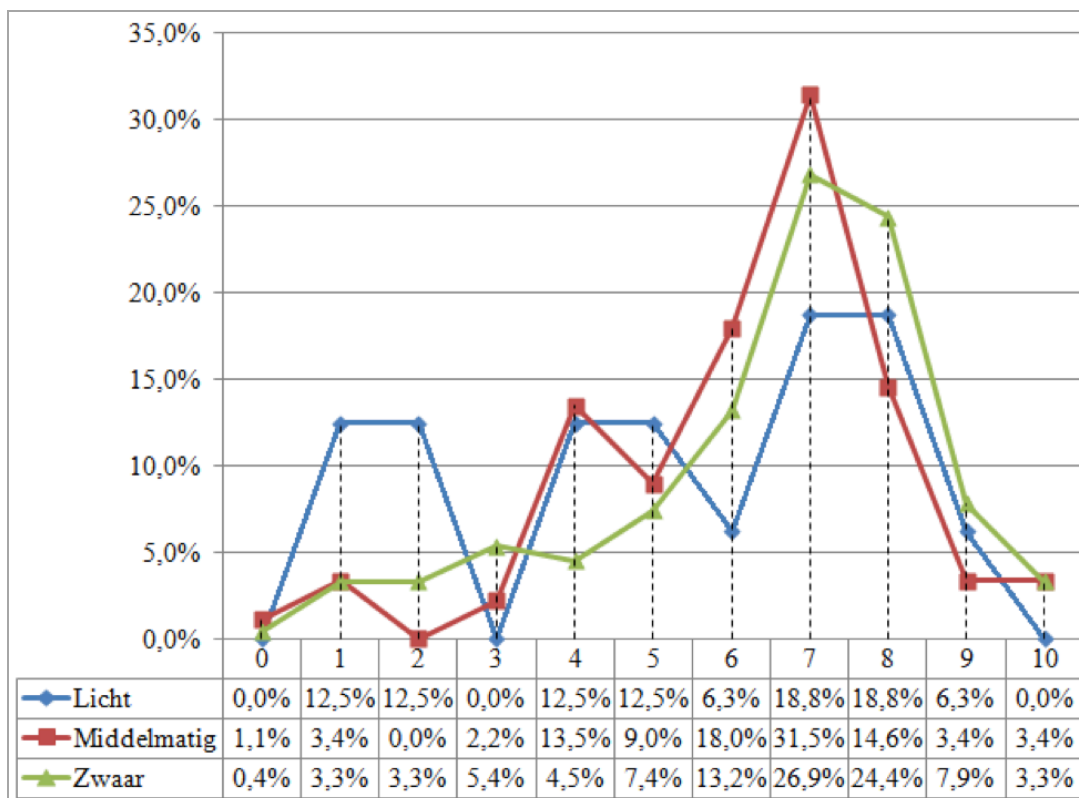
Figuur 113: scorepatroon van geslacht



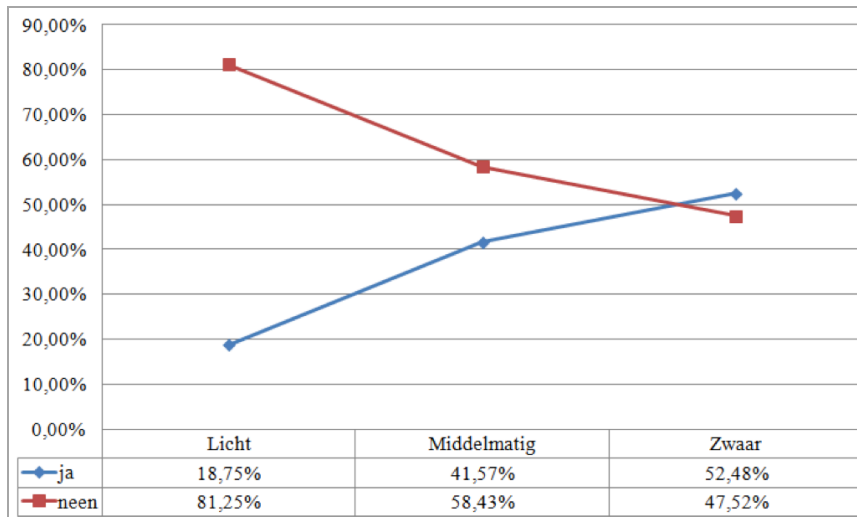
Figuur 114: scorepatroon van de studierichtingen



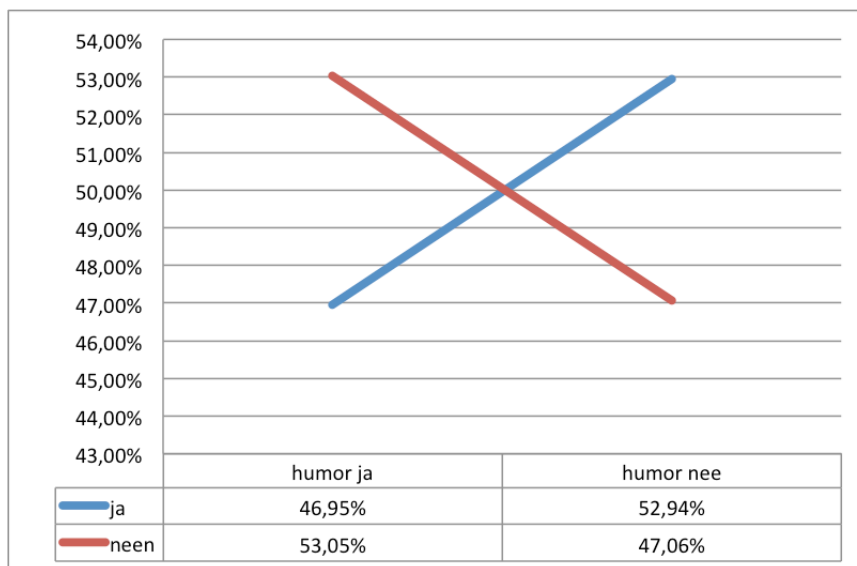
Figuur 115: studierichtingen vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



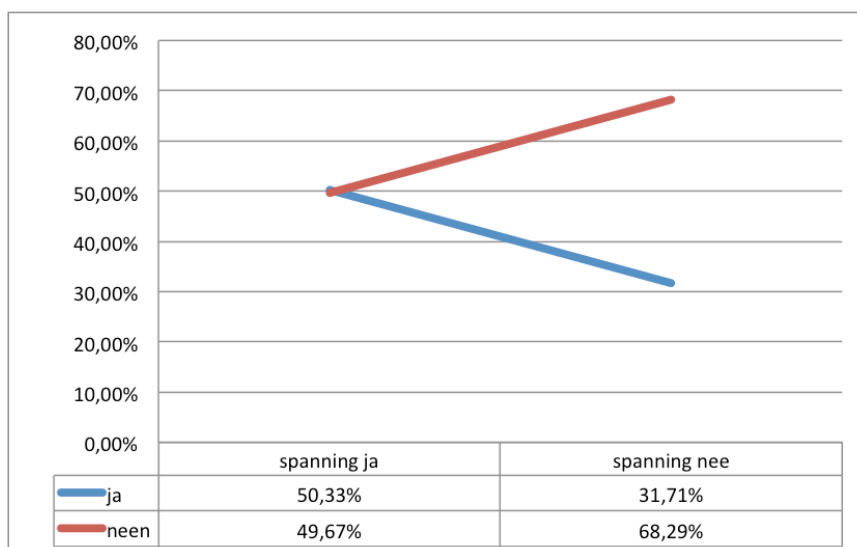
Figuur 116: scorepatroon kijkgedrag



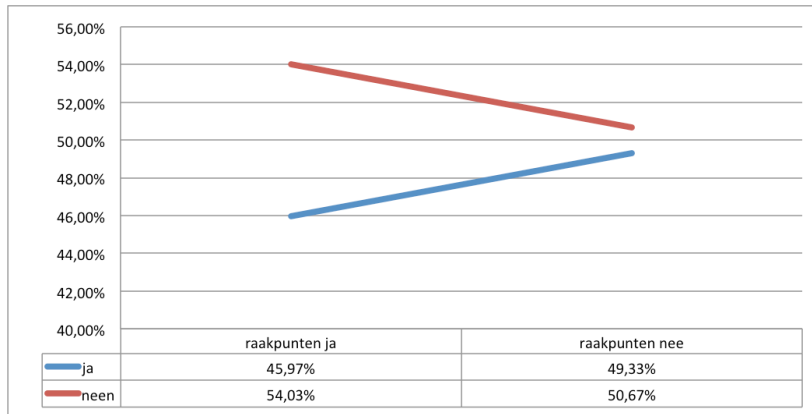
Figuur 117: kijkgedrag vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



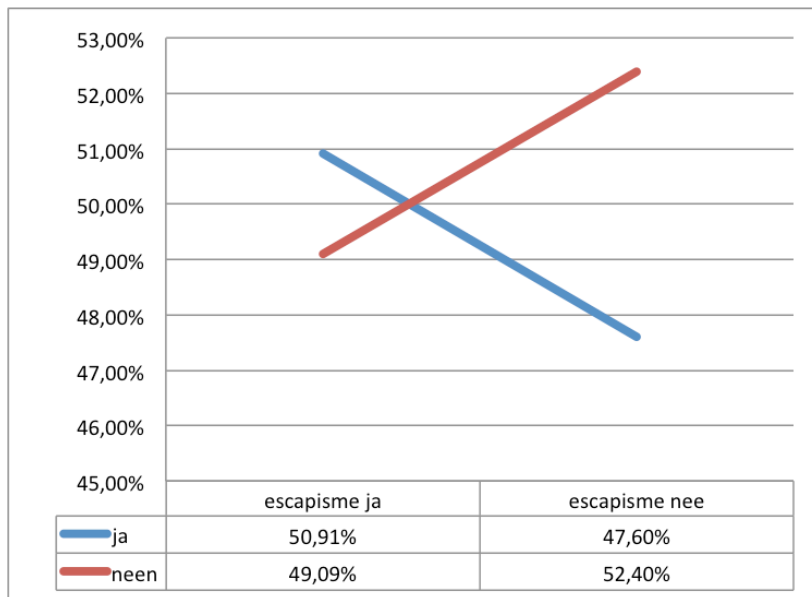
Figuur 118: het al dan niet waarderen van 'humor' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



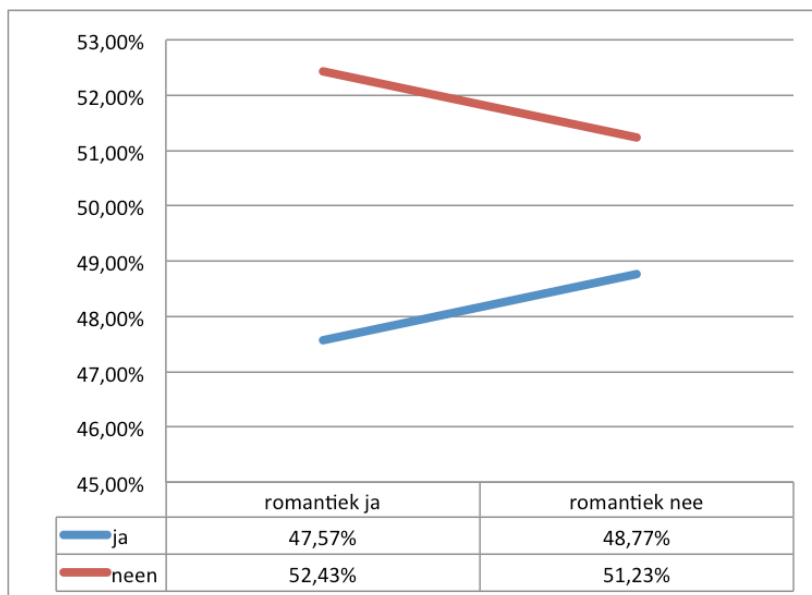
Figuur 119: het al dan niet waarderen van 'spanning' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



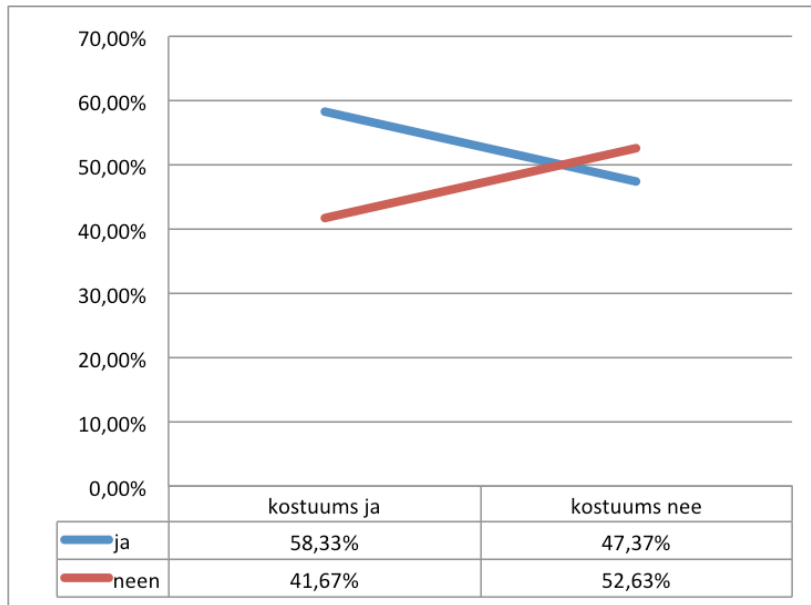
Figuur 120: het al dan niet waarderen van 'raakpunten met je eigen leven' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



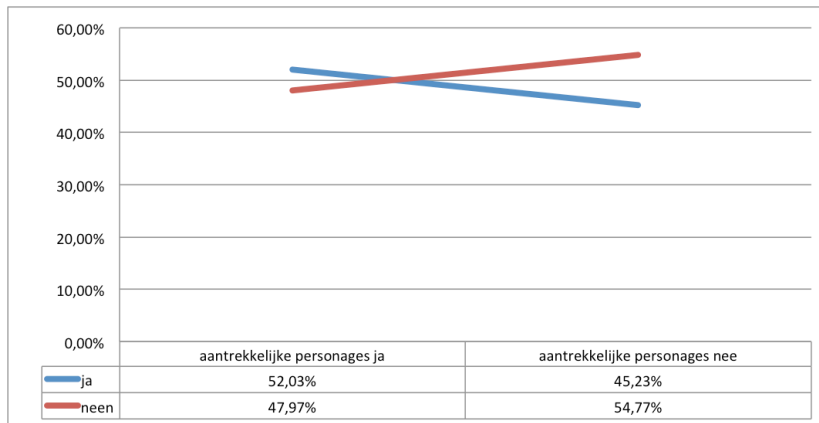
Figuur 121: het al dan niet waarderen van 'escapisme' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



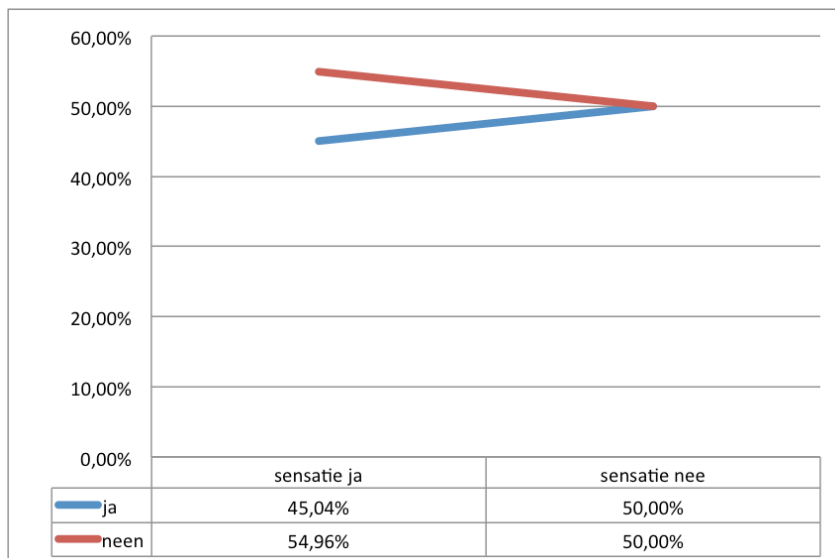
Figuur 122: het al dan niet waarderen van 'romantiek' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



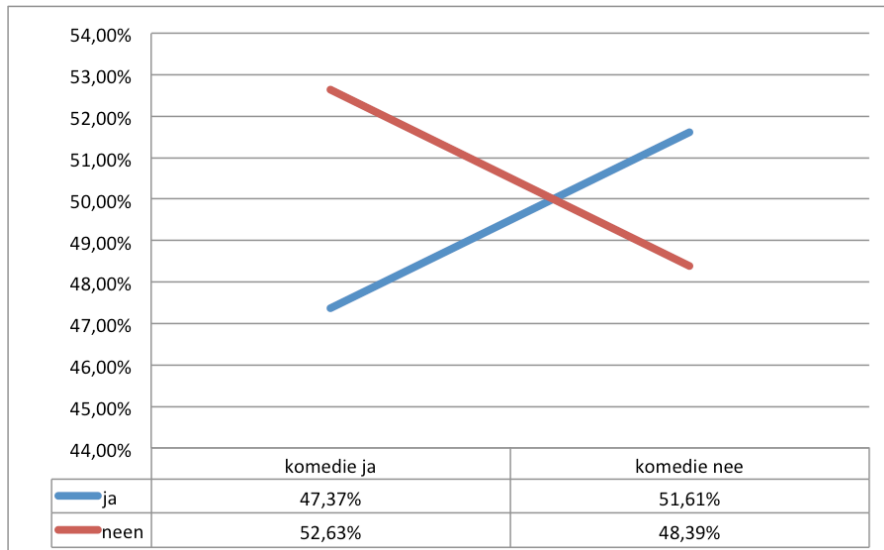
Figuur 123: het al dan niet waarderen van 'kostumering' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



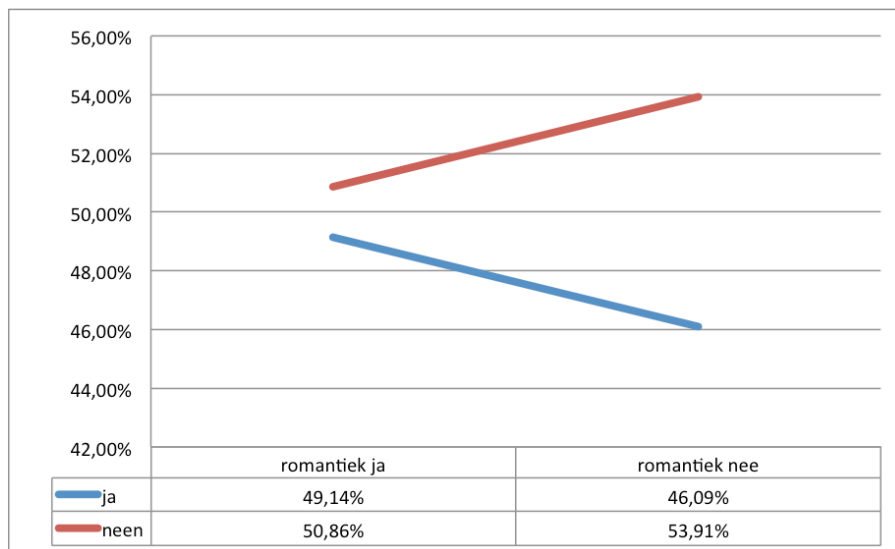
Figuur 124: het al dan niet waarderen van 'aantrekkelijke personages' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



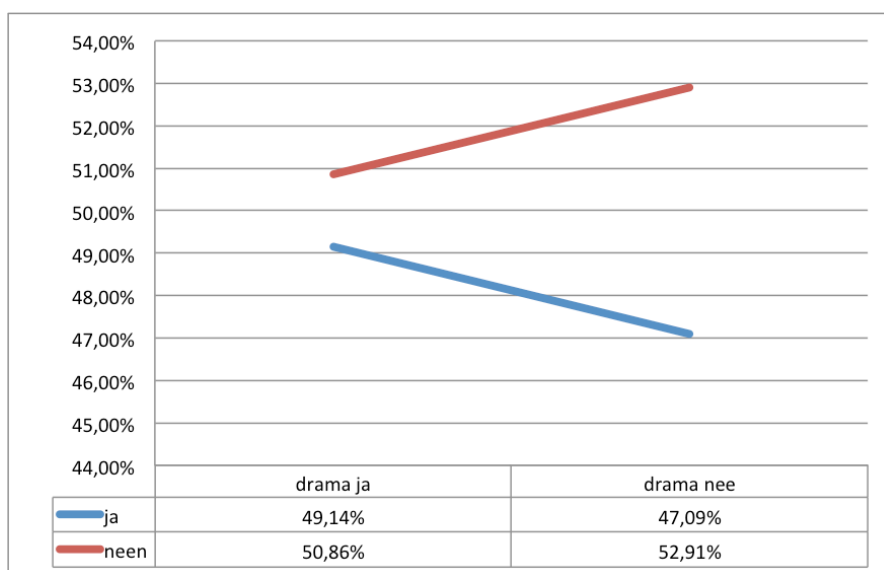
Figuur 125: het al dan niet waarderen van 'sensatie' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



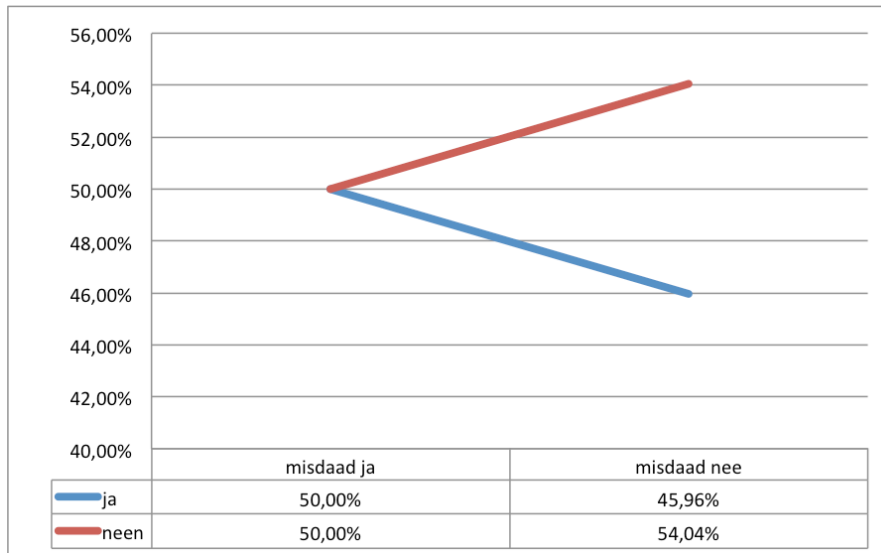
Figuur 126: het al dan niet waarderen van het genre komedie vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



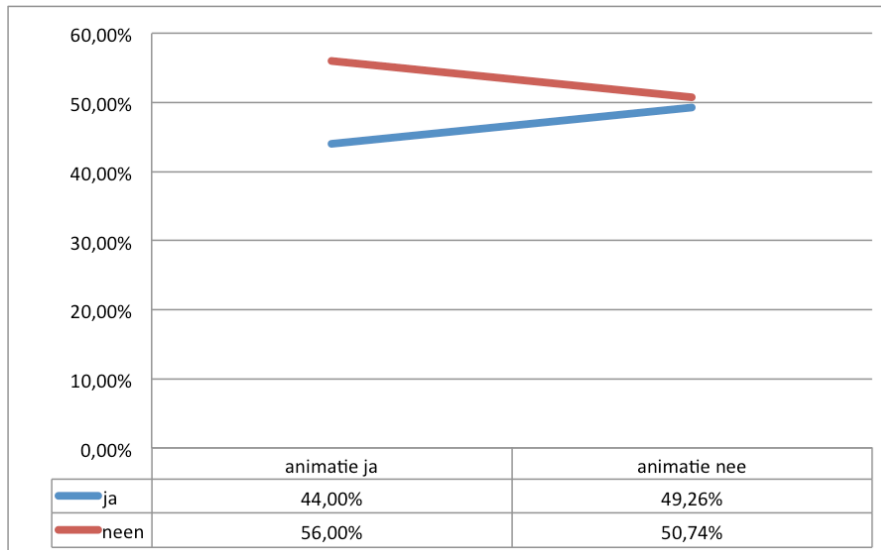
Figuur 127: het al dan niet waarderen van het genre romantiek vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



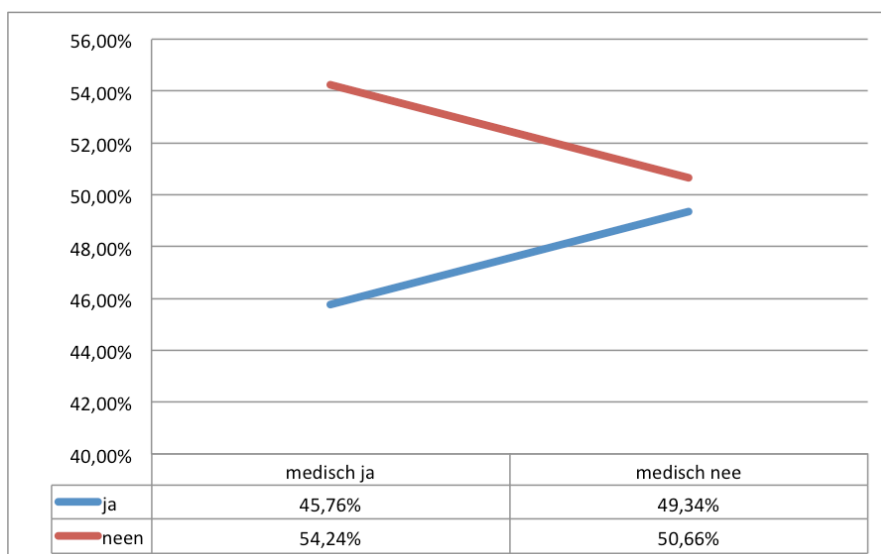
Figuur 128: het al dan niet waarderen van het genre drama vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



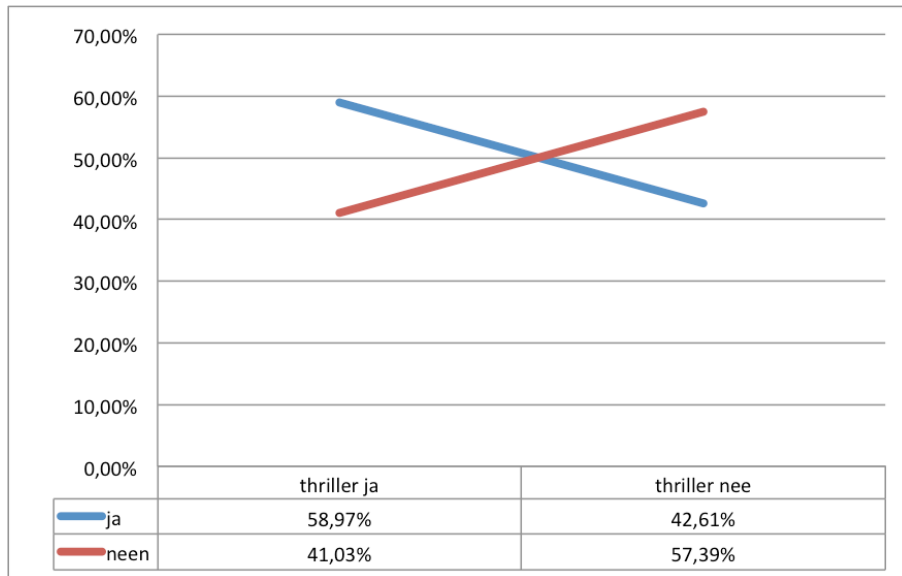
Figuur 129: het al dan niet waarderen van het genre misdad vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



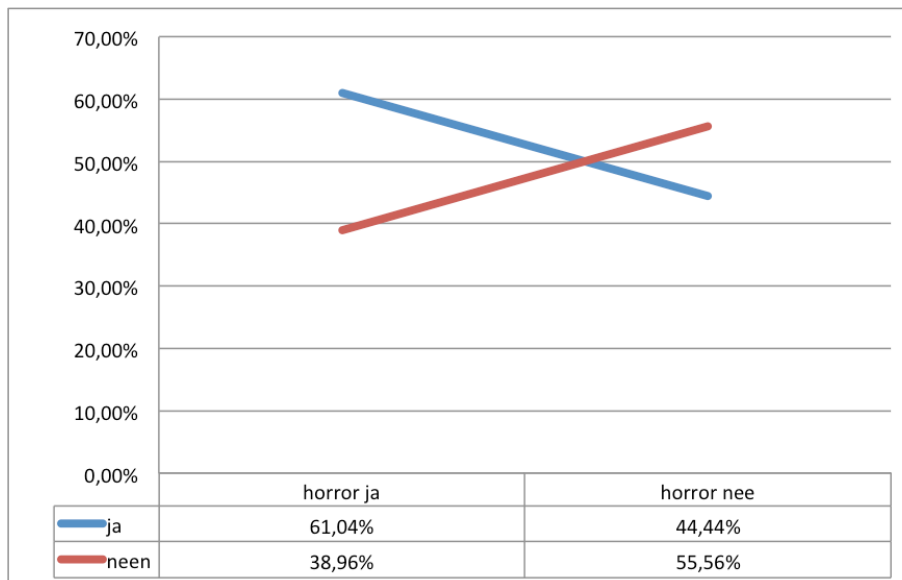
Figuur 130: het al dan niet waarderen van het genre animatie vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



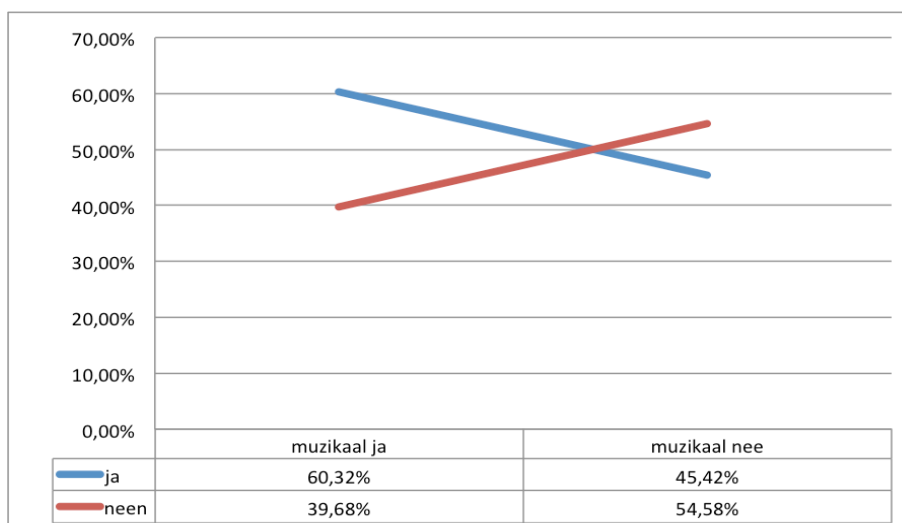
Figuur 131: het al dan niet waarderen van het genre medisch vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



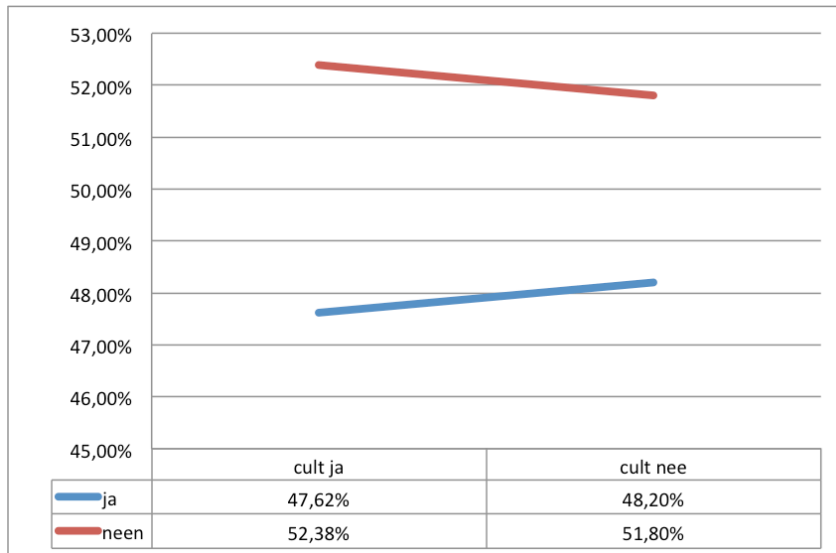
Figuur 132: het al dan niet waarderen van het genre thriller vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



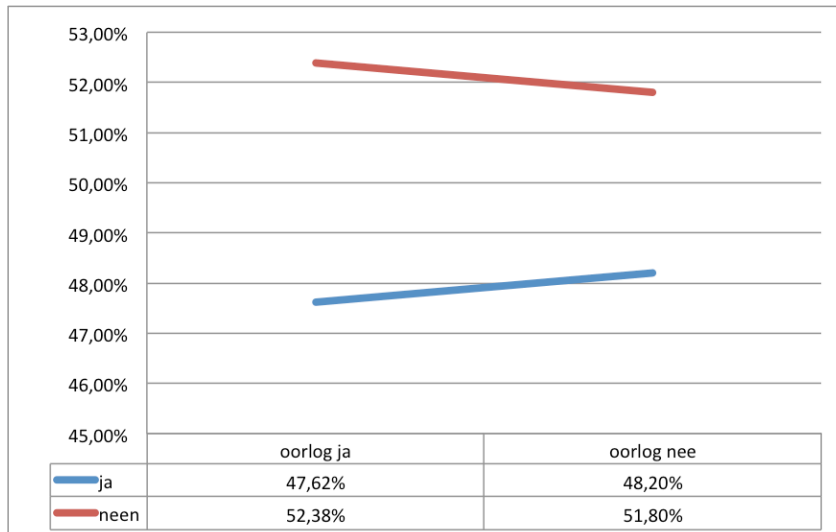
Figuur 133: het al dan niet waarderen van het genre horror vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



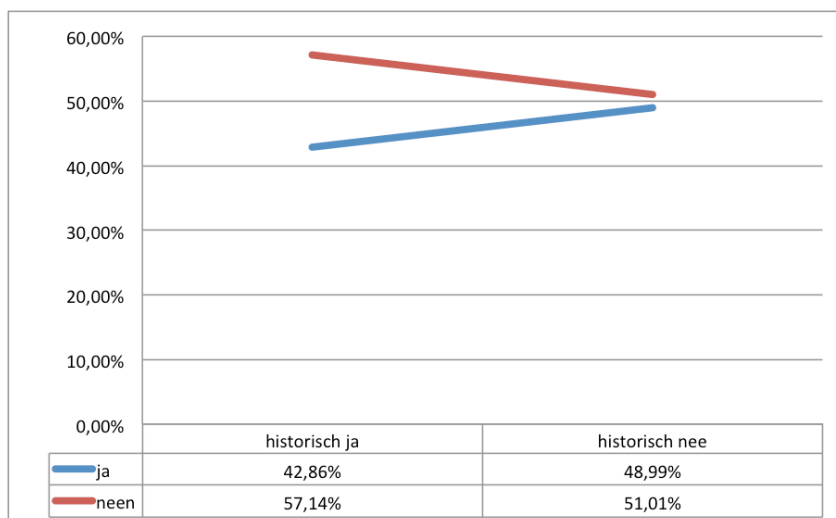
Figuur 134: het al dan niet waarderen van het genre muzikaal vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



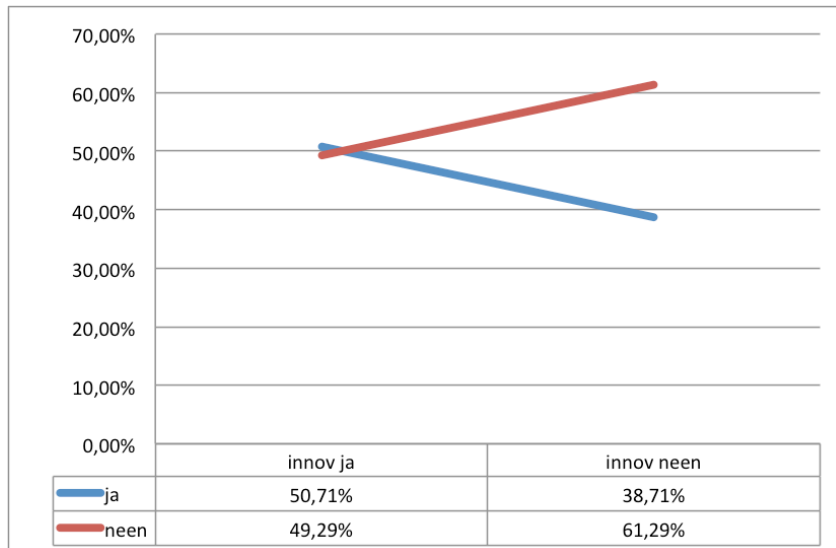
Figuur 135: het al dan niet waarderen van het genre cult vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



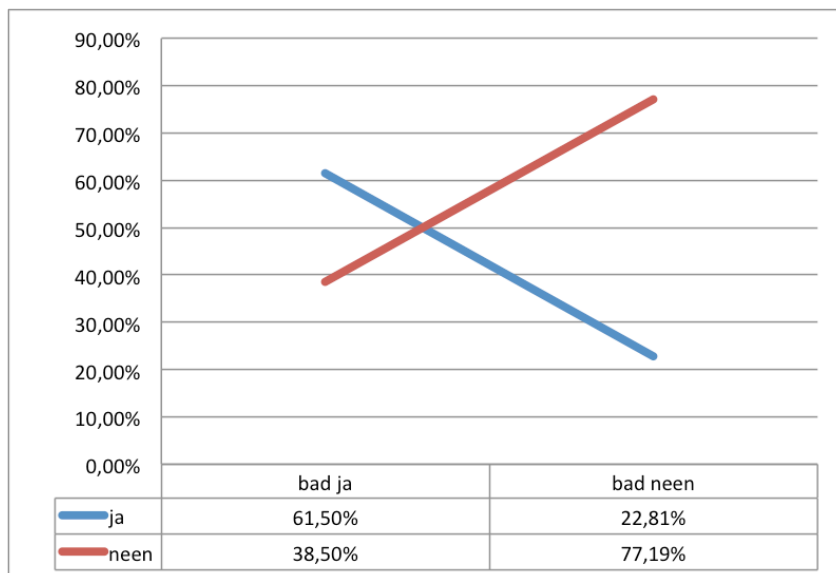
Figuur 136: het al dan niet waarderen van het genre oorlog vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



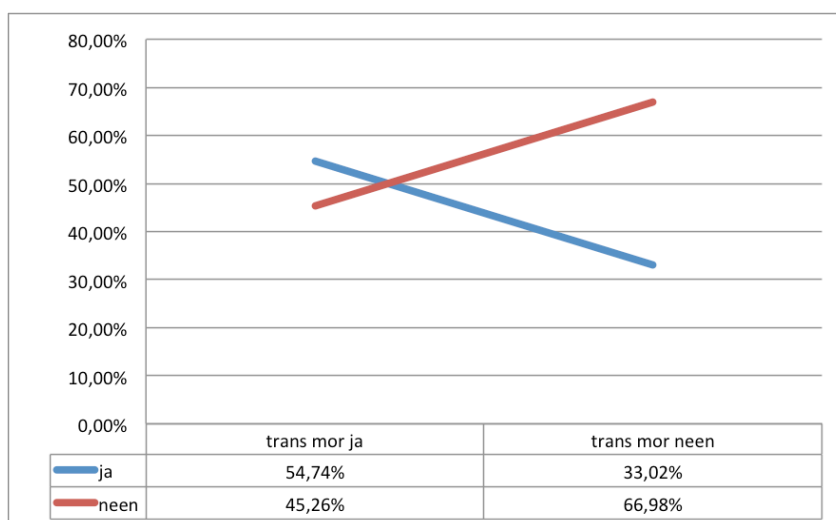
Figuur 137: het al dan niet waarderen van het genre historisch vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



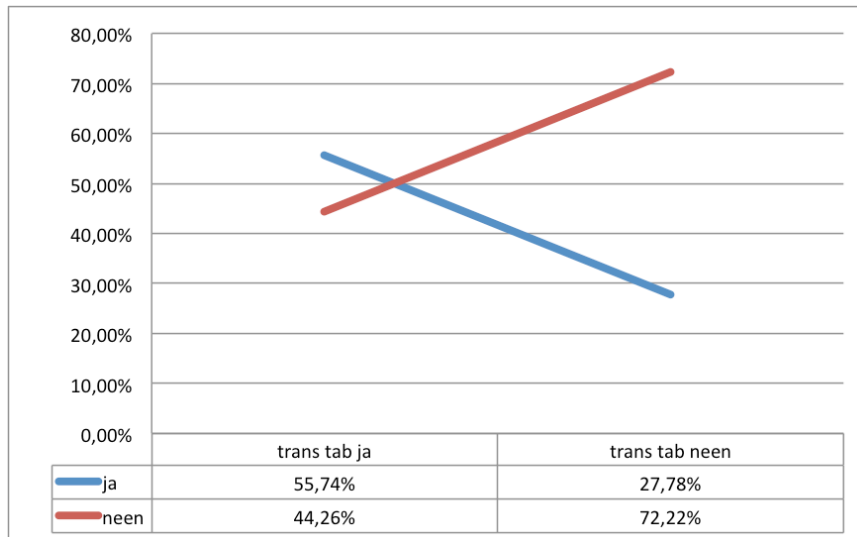
Figuur 138: het al dan niet belangrijk vinden van 'innovatie' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



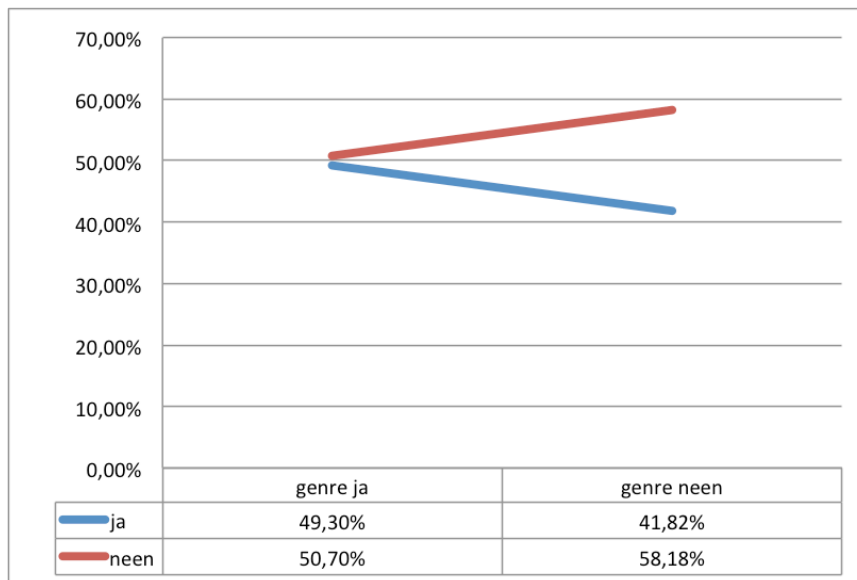
Figuur 139: het al dan niet belangrijk vinden van 'badness' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



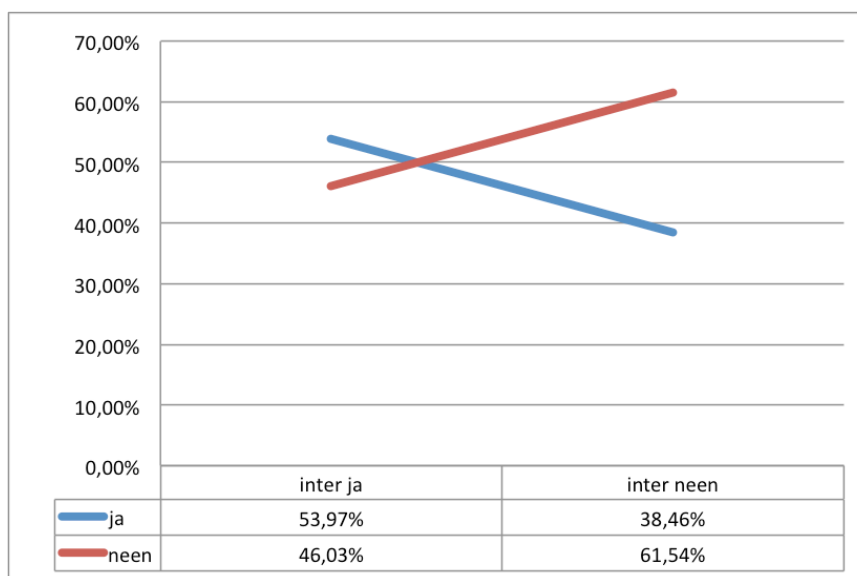
Figuur 140: het al dan niet belangrijk vinden van 'transgressie moraal' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



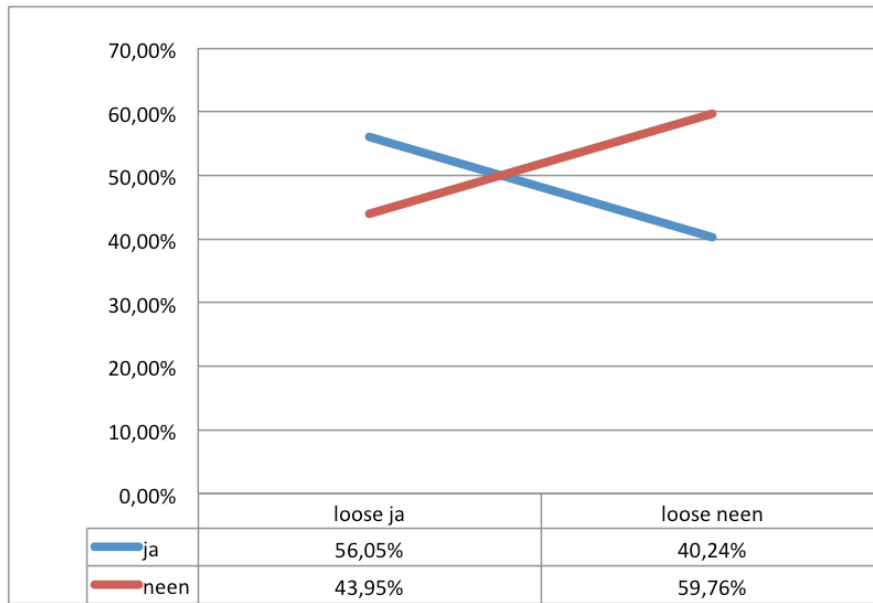
Figuur 141: het al dan niet belangrijk vinden van 'transgressie taboe' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



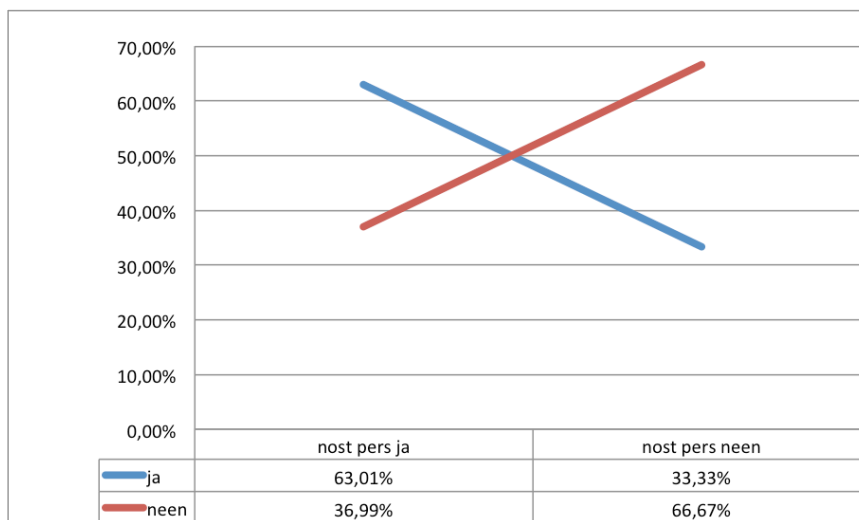
Figuur 142: het al dan niet belangrijk vinden van 'genrehybridisering' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



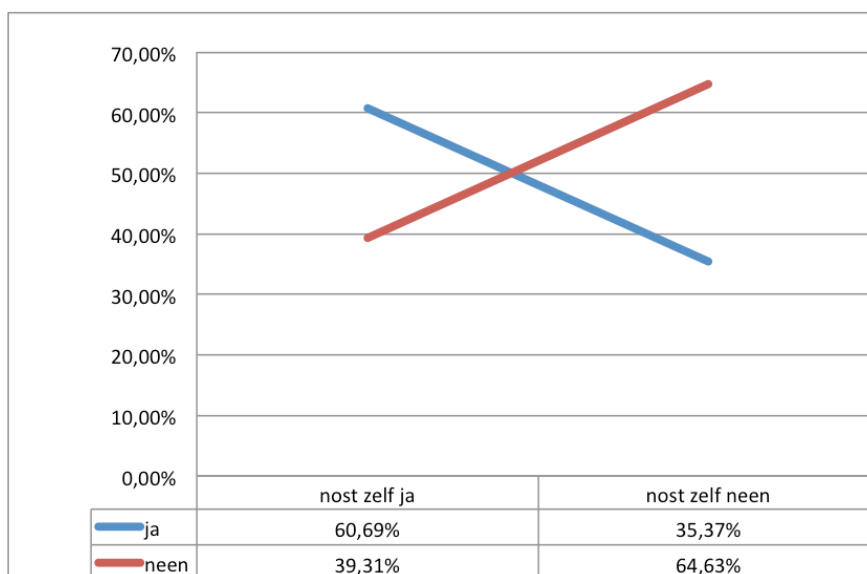
Figuur 143: het al dan niet belangrijk vinden van 'intertekstualiteit' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



Figuur 144: het al dan niet belangrijk vinden van 'loose ends' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



Figuur 145: het al dan niet belangrijk vinden van 'nostalgie personages' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



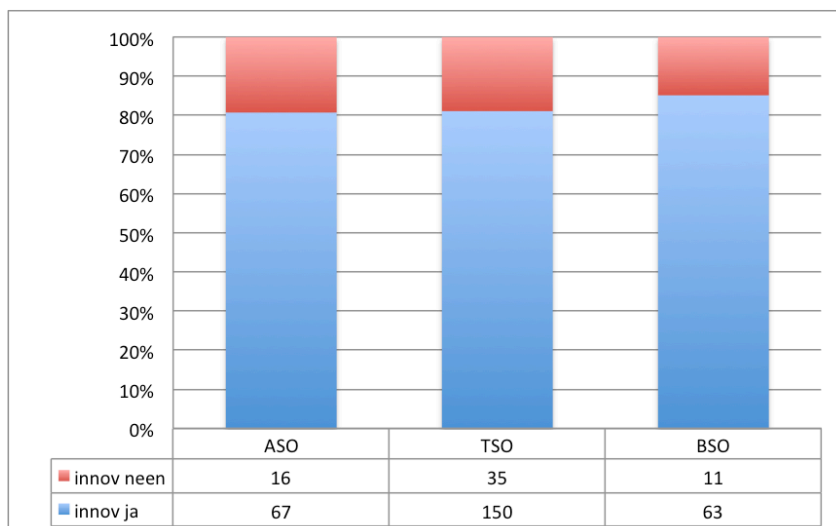
Figuur 146: het al dan niet belangrijk vinden van 'nostalgie zelf' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



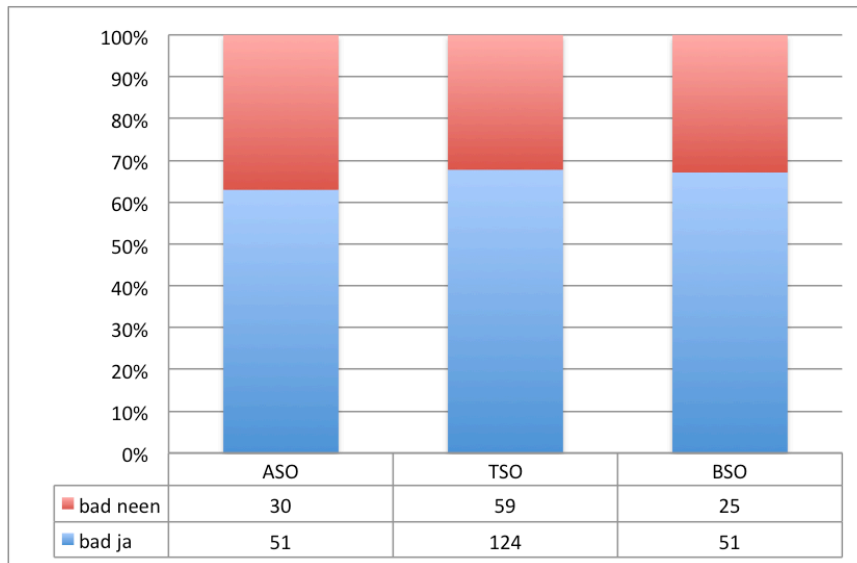
Figuur 147: het al dan niet belangrijk vinden van 'gore' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



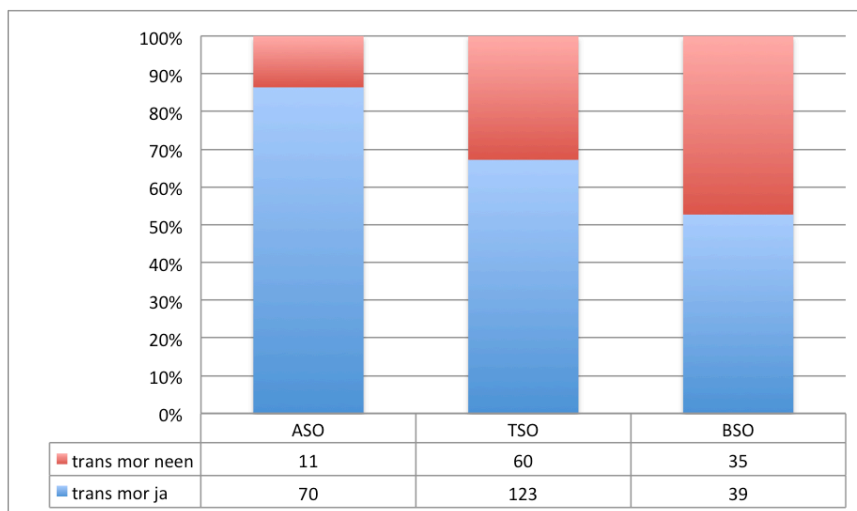
Figuur 148: het al dan niet belangrijk vinden van 'humor' vs. al dan niet kijken naar *True Blood*



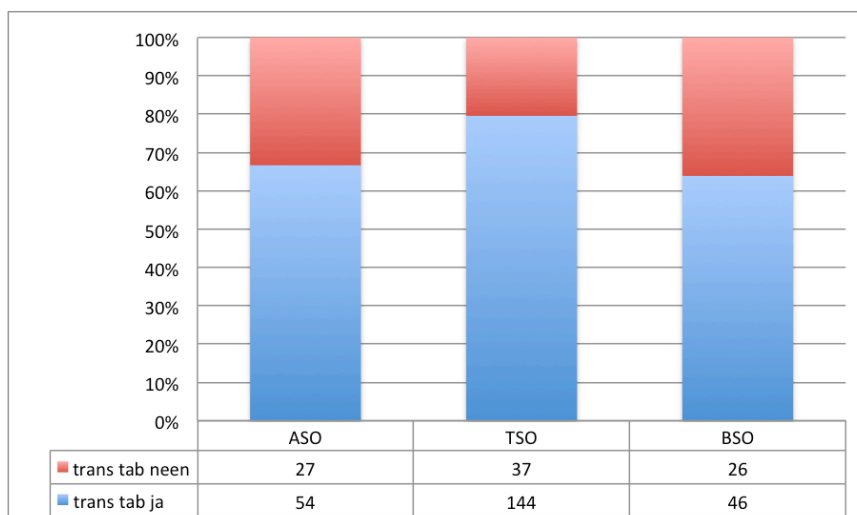
Figuur 149: innovatie vs. studierichtingen



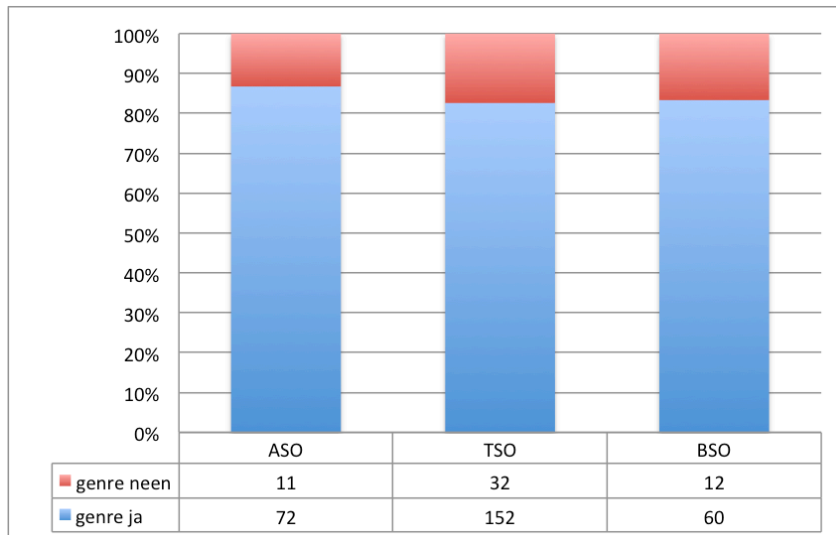
Figuur 150: badness vs. studierichtingen



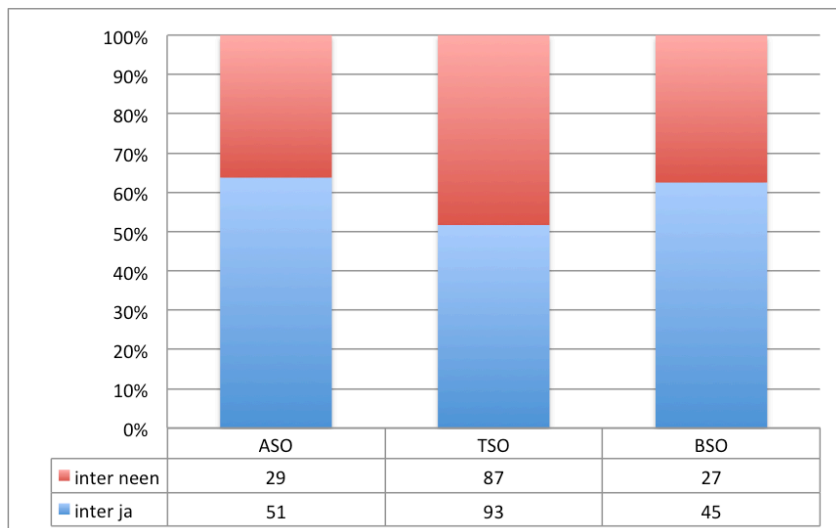
Figuur 151: transgressie moraal vs. studierichtingen



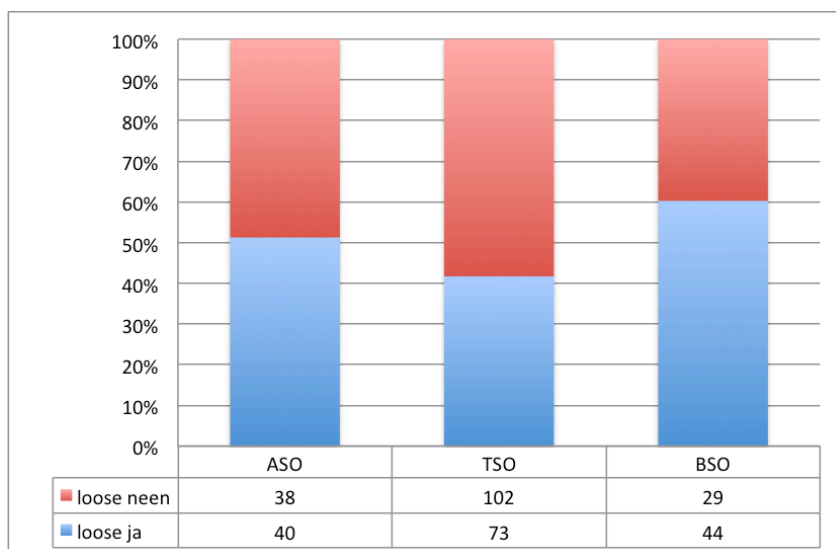
Figuur 152: transgressie taboe vs. studierichtingen



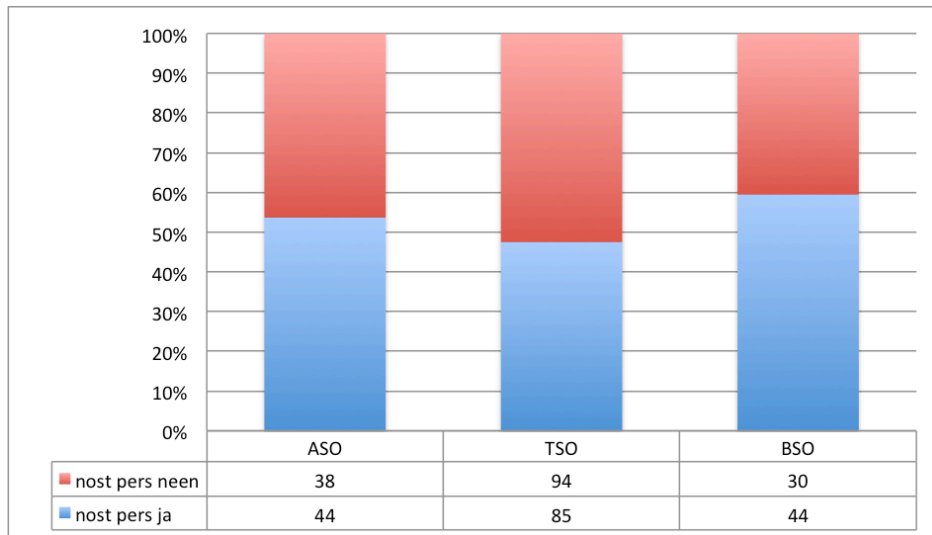
Figuur 153: genrehybridisering vs. studierichtingen



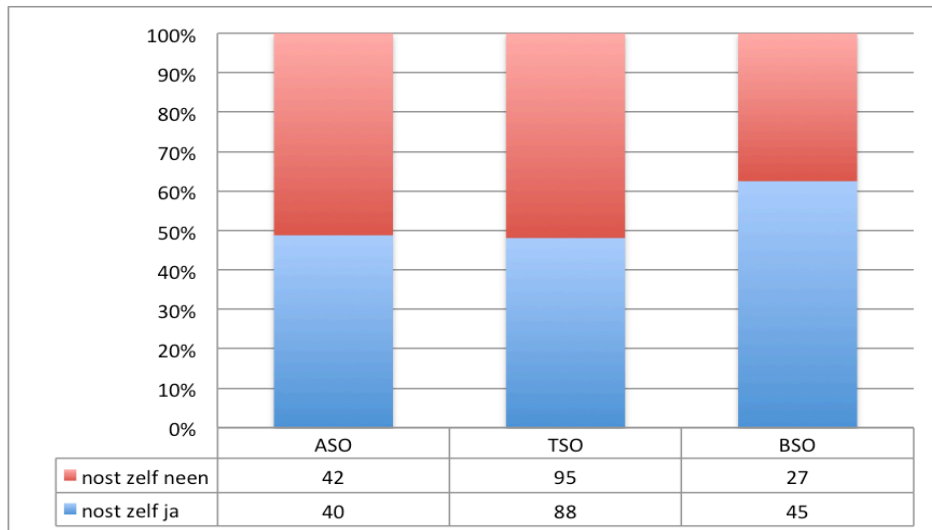
Figuur 154: intertekstualiteit vs. studierichtingen



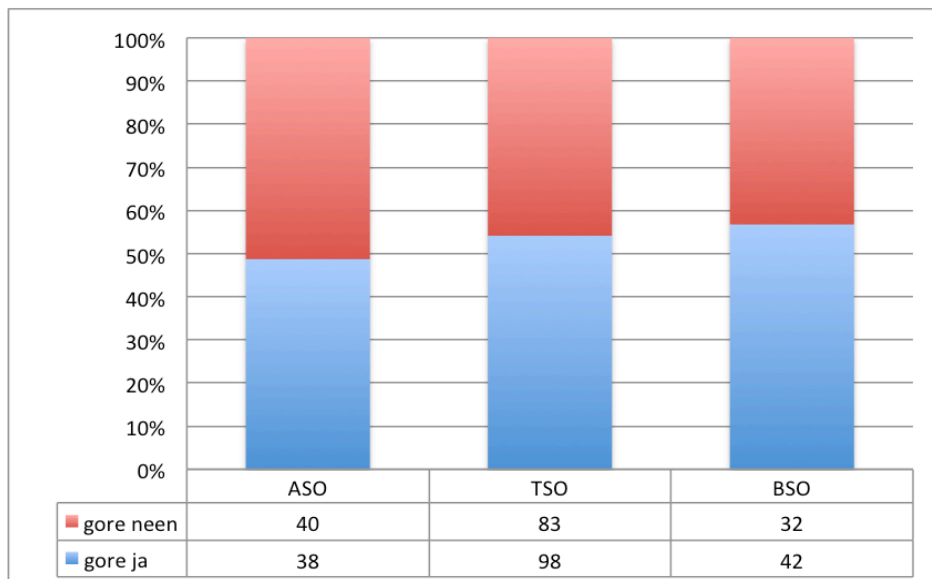
Figuur 155: loose ends vs. studierichtingen



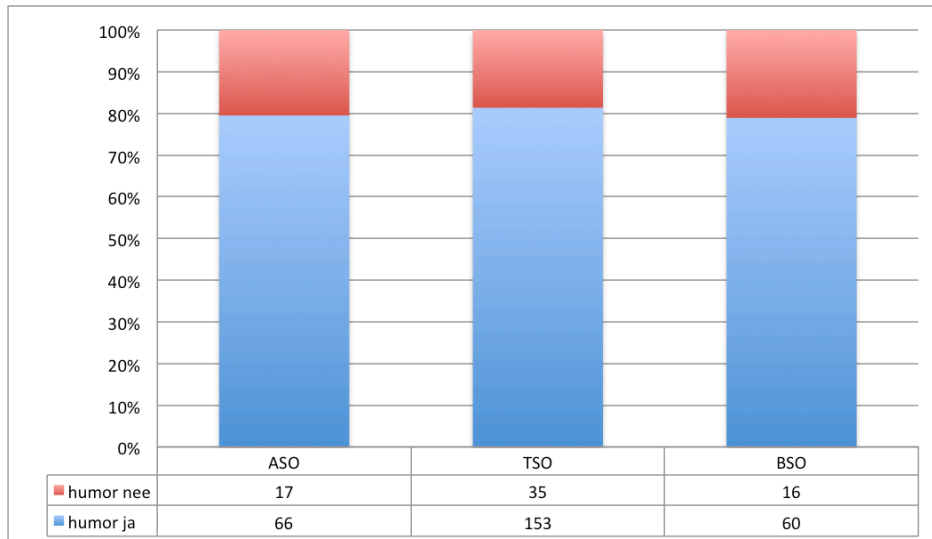
Figuur 156: nostalgie personages vs. studierichtingen



Figuur 157: nostalgie zelf vs. studierichtingen



Figuur 158: gore vs. studierichtingen



Figuur 159: humor vs. studierichtingen

Codeboek

Geslacht2

		Value
Standard Attributes	Label	<none>
Valid Values	1	Man
	2	Vrouw

Geboortejaar2

		Value
Standard Attributes	Label	<none>
Valid Values	1	1991
	2	1992
	3	1993
	4	1994
	5	1995
	6	1996

Woonplaats2

		Value
Standard Attributes	Label	<none>
Valid Values	1	Aartrijke
	2	Antwerpen
	3	Ardooi
	4	Bavikhove
	5	Beerse
	6	Beitem
	7	Bellegem
	8	Beselare
	9	Boezinge
	10	Brecht
	11	Dadizele
	12	Diksmuide
	13	Elverdinge
	14	Essen
	15	Geluveld
	16	Geluwe
	17	Gent
	18	Gits

19	Harelbeke
20	Heule
21	Hooglede
22	Hoogstraten
23	Houthem
24	Houthulst
25	Ieper
26	Ingelmunster
27	Izegem
28	Kachtem
29	Kemmel
30	Koekelare
31	Komen
32	Koolskamp
33	Kortemark
34	Kortrijk
35	Kruiseke
36	Kruishoutem
37	Langemark
38	Langemark- Poelkapelle
39	Lauwe
40	Ledegem
41	Lendelede
42	Lichtervelde
43	Loenhout
44	Meer
45	Merkem
46	Merksplas
47	Moorslede
48	Nieuwkerke
49	Ninove
50	Ooigem
51	Oostnieuwkerke
52	Oostvleteren
53	Passendale
54	Pittem
55	Ploegsteert

56	Poperinge
57	Ravels
58	Rijkevorsel
59	Roeselare
60	Rollegem- Kapelle
61	Rumbeke
62	Sint-Eloois- Winkel
63	Stabroek
64	Staden
65	Torhout
66	Venray
67	Vlamertinge
68	Voormezele
69	Wervik
70	Westrozebeke
71	Wortel
72	Wuustwezel
73	Zondereigen
74	Zonnebeke
75	Zwevezele

Geografie

		Value
Standard Attributes	Label	<none>
	1	Antwerpen
	2	Henegouwen
Valid Values	3	Nederland
	4	Oost- Vlaanderen
	5	West- Vlaanderen

Studierichting

		Value
Standard Attributes	Label	ASO-TSO-BSO
	1	ASO
Valid Values	2	BSO
	3	TSO

Kijkgedrag

		Value
Standard Attributes	Label	Zware - lichte kijker
	1	Licht
Valid Values	2	Middelmatig
	3	Zwaar

Televisie

		Value
Standard Attributes	Label	Medium: televisie
	1	televisie ja
Valid Values	2	televisie nee

DVDkijken

		Value
Standard Attributes	Label	Medium: DVD
	1	DVD ja
Valid Values	2	DVD nee

Onlinedownload

		Value
Standard Attributes	Label	Medium: online gedownload
	1	online download ja
Valid Values	2	online download nee

Onlinestreaming

		Value
Standard Attributes	Label	Medium: online streaming
	1	online streaming ja
Valid Values	2	online streaming nee

KopenDVD

		Value
Standard Attributes	Label	Koop je soms series op DVD box?
	1	0,
	2	1 nooit
Valid Values	3	2 al één keer gedaan
	4	3 al meerdere keren gedaan
	5	4 altijd

HurenDVD

		Value
Standard Attributes	Label	Huur je soms series in de videotheek?
	1	1 nooit
	2	2 al één keer gedaan
Valid Values	3	3 al meerdere keren gedaan
	4	4 altijd

komedie

		Value
Standard Attributes	Label	Genre komedie
Valid Values	1	komedie ja
	2	komedie nee

romantiek

		Value
Standard Attributes	Label	Genre romantiek
Valid Values	1	romantiek ja
	2	romantiek nee

drama

		Value
Standard Attributes	Label	Genre drama
Valid Values	1	drama ja
	2	drama nee

misdaad

		Value
Standard Attributes	Label	Genre misdaad
Valid Values	1	misdaad ja
	2	misdaad nee

animatie

		Value
Standard Attributes	Label	Genre animatie
Valid Values	1	animatie ja
	2	animatie nee

medisch

		Value
Standard Attributes	Label	Genre medisch
Valid Values	1	medisch ja
	2	medisch nee

thriller

		Value
Standard Attributes	Label	Genre thriller
Valid Values	1	thriller ja
	2	thriller nee

horror

		Value
Standard Attributes	Label	Genre horror
Valid Values	1	horror ja
	2	horror nee

muzikaal

		Value
Standard Attributes	Label	Genre muzikaal
Valid Values	1	muzikaal ja
	2	muzikaal nee

cult

		Value
Standard Attributes	Label	Genre cult
Valid Values	1	cult ja
	2	cult nee

oorlog

		Value
Standard Attributes	Label	Genre oorlog
Valid Values	1	oorlog ja
	2	oorlog nee

historisch

		Value
Standard Attributes	Label	Genre historisch
Valid Values	1	historisch ja
	2	historisch nee

alleenkijken

		Value
Standard Attributes	Label	Hoe kijken?
Valid Values		alleen
	1	alleen ja
	2	alleen nee

partnerkijken

		Value

Standard Attributes	Label	Hoe kijken? met je vriend/vriendin
Valid Values	1	vriend(in) ja
	2	vriend(in) nee

vriendenkijken

		Value
Standard Attributes	Label	Hoe kijken? met vrienden
Valid Values	1	vrienden ja
	2	vrienden nee

familiekijken

		Value
Standard Attributes	Label	Hoe kijken? met familie
Valid Values	1	familie ja
	2	familie nee

humorbelang

		Value
Standard Attributes	Label	Belangrijk: humor
Valid Values	1	humor ja
	2	humor nee

spanningbelang

		Value
Standard Attributes	Label	Belangrijk: spanning
Valid Values	1	spanning ja
	2	spanning nee

raakpuntenbelang

		Value
--	--	-------

Standard Attributes	Label	Belangrijk: raakpunten met je eigen leven
Valid Values	1	raakpunten ja
	2	raakpunten nee

escapismebelang

		Value
Standard Attributes	Label	Belangrijk: escapisme
Valid Values	1	escapisme ja
	2	escapisme nee

romantiekbelang

		Value
Standard Attributes	Label	Belangrijk: romantiek
Valid Values	1	romantiek ja
	2	romantiek nee

kostuumsbelang

		Value
Standard Attributes	Label	Belangrijk: kostuums
Valid Values	1	kostuums ja
	2	kostuums nee

personagesbelang

		Value
Standard Attributes	Label	Belangrijk: aantrekkelijke personages
Valid Values	1	aantrekkelijke personages ja
	2	aantrekkelijke personages nee

sensatiebelang

		Value
--	--	-------

Standard Attributes	Label	Belangrijk: sensatie
Valid Values	1	sensatie ja
	2	sensatie nee

TrueBloodKen

		Value
Standard Attributes	Label	Ken True Blood
Valid Values	1	True Blood ja
	2	True Blood nee

trailer1

		Value
Standard Attributes	Label	Trailer 1 algemeen
Valid Values	1	goed meer zien
	2	meer zien
	3	niet goed

trailer2

		Value
Standard Attributes	Label	Trailer 2 algemeen
Valid Values	1	goed meer zien
	2	meer zien
	3	niet goed

trailer3

		Value
Standard Attributes	Label	Trailer 3 algemeen
Valid Values	1	goed meer zien
	2	meer zien
	3	niet goed

trailer4

		Value
--	--	-------

Standard Attributes	Label	Trailer 4 algemeen
	1	goed kijken
Valid Values	2	goed niet kijken
	3	niet goed

innovatie

		Value
Standard Attributes	Label	INNOVATIE = esthetische (nieuwe technieken hanteren) of thematische (breken...
	1	innov andere
Valid Values	2	innov ja
	3	innov neen

badness

		Value
Standard Attributes	Label	BADNESS = esthetisch (film technisch vb. camerastandpun ten, belichting) of ...
	1	bad andere
Valid Values	2	bad ja
	3	bad neen

transgressiemoraal

		Value
--	--	-------

		TRANSGRESSI
		E moraal = het
		overschrijden
Standard Attributes	Label	van de
		traditionele
		grenzen van
		goed en sl...
	1	trans mor
Valid Values		andere
	2	trans mor ja
	3	trans mor neen

transgressietaboe

		Value
		TRANSGRESSI
		E taboe = het
		overschrijden
Standard Attributes	Label	van de
		traditionele
		grenzen van
		goed en sl...
	1	trans tab andere
Valid Values	2	trans tab ja
	3	trans tab neen

genrehybridisering

		Value
		GENRE =
		hybridisering
		van genres
Standard Attributes	Label	(genrevermengi
		ng).
		Overschrijden
		van de kl...
	1	genre andere
Valid Values	2	genre ja
	3	genre neen

intertekstualiteit

	Value
--	-------

		INTERTEKSTUALITEIT =
Standard Attributes	Label	wanneer er linken/connecties/vergelijkingen aanwezig z...
	1	inter andere
Valid Values	2	inter ja
	3	inter neen

looseends

		Value
		LOOSE ENDS = letterlijk: losse eindjes.
Standard Attributes	Label	Wanneer er abrupte of problematisch...
	1	loose andere
Valid Values	2	loose ja
	3	loose neen

nostalgiepersonages

		Value
		NOSTALGIE personages = verlangen naar een idealistisch, beter verleden.
Standard Attributes	Label	Dit kan door d...
	1	nost pers andere
Valid Values	2	nost pers ja
	3	nost pers neen

nostalgiezelf

	Value
--	-------

		NOSTALGIE
Standard Attributes	Label	zelf = verlangen naar een idealistisch, beter verleden. Dit kan door d...
Valid Values	1	nost zelf andere
	2	nost zelf ja
	3	nost zelf neen

gore

		Value
Standard Attributes	Label	GORE = oncomfortabel beeld- en geluidsmateriaal zoals geweld, onkuisheid, v...
Valid Values	1	gore andere
	2	gore ja
	3	gore neen

humor

		Value
Standard Attributes	Label	HUMOR = dit kunnen verschillende soorten humor zijn zoals ironie, sarcasme, ... humor
Valid Values	1	afhankelijk van de serie
	2	humor andere
	3	humor ja
	4	humor neen

scoreop10110

	Value
--	-------

Standard Attributes	Label	score op 10 (1 - 10)
---------------------	-------	----------------------

Bekijken

		Value
Standard Attributes	Label	TB bekijken?
	1	ja
Valid Values	2	neen