

# De rol van humor in terror management

Empirisch onderzoek naar de invloed van mortality salience op de appreciatie van verschillende typen humor in audiovisuele media

Door Amanda Eppen (3129675)  
Master Film- en Televisiewetenschap  
Faculteit Geesteswetenschappen  
Universiteit Utrecht  
Onder begeleiding van dr. Frank Hakemulder  
Blok 3-4, studiejaar 2010-2011  
14 juli 2011



---

## Abstract

*Gedurende het leven komt men – onder meer via de media – regelmatig in aanraking met herinneringen aan de dood. Volgens de terror management theorie (TMT) proberen mensen via proximale en distale verdediging hun zelfwaardering hoog te houden als zij met de eigen sterfelijkheid geconfronteerd worden. In dit onderzoek is de TMT in verband gebracht met de appreciatie van humor in audiovisuele media. Volgens de superioriteitsbenadering van humor kan humor de zelfwaardering verhogen wanneer deze een outgroup belachelijk maakt ten gunste van de ingroup of recipiënt. Onderzocht is welke invloed mortality salience (MS) heeft op de appreciatie van kleinerende humor over de ingroup versus outgroup, van doodgerelateerde filosofische en sick humor en van nonsens humor. Een online experiment met een 2 (MS vs. geen MS) x 2 (vroeg vs. late afleiding) x 6 (humortypen) gemixt design met gedeeltelijke counterbalancing is uitgevoerd onder een heterogene populatie van Nederlanders tussen de 18 en 80 jaar (N = 216). De resultaten waren dat er geen significante invloed was van MS op de appreciatie van minachtende of doodgerelateerde humor. Ook waren er geen significante bevindingen omtrent humorappreciatie als proximale (symbolische) of distale (directe) verdediging ten aanzien van de doodsb bedreiging noch omtrent humor over de dood als bron voor MS. Desondanks waren er aanwijzingen voor kleine tot middelgrote positieve effecten van MS op de appreciatie van minachtende humor over outgroups (als distale verdediging). Nonsens humor werd in tegenstelling tot wat verwacht werd significant meer gewaardeerd na MS, wat bovendien leek te duiden op proximale verdediging. Deze invloed van MS op de appreciatie van nonsens humor zou kunnen betekenen dat men direct na MS positieve, niet-beangstigende humor prefereert als afleiding van de sterfelijkheidsgedachte. Dit zou van betekenis kunnen zijn voor reclames tussen programma's met doodcontent. Gezien de bevindingen minimaal een relatie tussen appreciatie van audiovisuele humor en terror management aanduiden, is vervolgonderzoek met grotere steekproeven aangeraden. Toekomstig onderzoek zou zich nader kunnen richten op de mogelijke verschillen in proximale en distale verdediging van verschillende humortypen.*

---

## Inhoudsopgave

Inleiding .....	3
Theoretisch kader.....	7
Terror management theorie (TMT).....	7
Theorieën over humorrespons en humorappreciatie.....	10
Een typologie van humor in audiovisuele media.....	13
Hypotheses .....	16
Methode.....	18
Participanten .....	18
Onderzoeksdesign .....	19
Materiaal.....	24
Procedure.....	27
Onderzoeksresultaten .....	29
Vooranalyses .....	29
Hypothesetoetsing.....	30
Aanvullende analyses.....	35
Conclusies en discussie .....	36
Referentielijst .....	41
Bijlagen .....	45
Bijlage 1. Bericht voor participantenwerving (e-mailversie).....	45
Bijlage 2. Deelnamemail zoals verstuurd via NetQ.....	46
Bijlage 3. Plot van de videofragmenten per humortype.....	47
Bijlage 4. Vragenlijst en verloop van experiment in NetQ (volgorde-conditie A) .....	63
Bijlage 5. Debriefing.....	76

---

## Inleiding

*Television programming, movies, songs, the print media, games, jokes, and even recreational activities are fraught with thanatological content. [...] Humor functions as a type of defense mechanism, allowing people to cope with the fear and anxiety associated with death and dying.* (Durkin, 2003, pp. 47-48)

Sinds de televisie en online media een onmisbaar deel uitmaken van het dagelijks leven, is de kans dat men in aanraking komt met herinneringen aan de dood vergroot.

Journaalfragmenten brengen de gevolgen van onvoorspelbare natuurrampen, oorlogen in het buitenland, terroristische aanslagen zoals 9/11, ernstige ongelukken dan wel de dood van bekende Nederlanders als André Hazes dicht bij de kijker. Daarnaast zijn er realityprogramma's en documentaires over ongeneselijke ziektes, televisieseries zoals *Baantjer* over moordzaken en een veelheid aan soaps waarin de kijker via identificatie met de personages sterfgevallen en levensbedreigende situaties kan ervaren. Dit zijn slechts enkele voorbeelden van herinneringen aan de dood die door de media dichterbij de mens worden gebracht (e.g. Durkin, 2003).

Aan de andere kant brengen confrontaties met de dood de mens vaak dichterbij de media. Na een meer directe ervaring van een nationale ramp of dreigend gevaar zoekt men bijvoorbeeld informatie en betekenis in de media, zoals in het televisiejournaal of actualiteitenprogramma's (Pyszczynski, Solomon, & Greenberg, 2002, pp. 136-138). Men wil begrijpen wat er gebeurd is en verklaringen vinden voor het optreden van levensbedreigende situaties om dit alles te kunnen verwerken en zich voor te bereiden op mogelijke toekomstige bedreigingen. Ook zoeken mensen bij wijze van *coping* (verwerking) regelmatig afleiding of ontspanning in media wanneer zij in hun omgeving geconfronteerd zijn met de dood, zodat beangstigende gedachten onderdrukt kunnen worden (Klimmt, 2011; Pyszczynski, Greenberg, & Solomon, 1999). Bovendien zoekt men eerder tragedie of dramatische narratieven op wanneer men aan de eigen sterfelijkheid is herinnerd om de (impliciete) negatieve emoties op een veilige manier te kunnen uiten, namelijk via het inleven in mediapersonages die met de dood in aanraking komen (Goldenberg, Pyszczynski, Johnson, Greenberg, & Solomon, 1999).

Aangenomen wordt dat bij het recipiëren van audiovisuele media (als bron van informatie en amusement) de betekenissen die mensen hierin vinden dan wel de perceptie

---

en appreciatie van mediacontent individueel kunnen verschillen (conform Hall, 1980; Livingstone, 1998, pp. 36-38). In het huidige onderzoek wordt verondersteld dat de perceptie van mediacontent naast individueel ook situationeel verschilt; na confrontatie met de dood zou men dezelfde mediacontent anders interpreteren en appreciëren. Mogelijk interpreteren mensen de mediacontent dan zodanig dat de ongewenste negatieve gevoelens die samengaan met de doodgerelateerde ervaring (angst/stress) verminderen en waarden zij de mediabronnen meer naargelang deze bijdragen aan een positief zelfgevoel.

Een theorie die zich richt op de gevolgen die herinneringen aan de dood of de dreiging van terreur – en daarmee het angstwekkende besef van de eigen sterfelijkheid (*mortality salience*) – kunnen hebben op het menselijk gedrag en cognities, is de veel onderzochte *terror management* theorie (TMT). Tot de cognities behoort onder meer de receptie (waaronder appreciatie) van mediacontent, wat in het huidige onderzoek centraal staat. Volgens de terror management theorie is het van belang dat mensen zichzelf zien als “valuable members of a meaningful universe” ofwel een hoog *self-esteem* (eigenwaarde of zelfwaardering) hebben, omdat dit de angst voor de dood vermindert (Solomon, Greenberg, & Pyszczynski, 1991, p. 30). Als gevolg zijn de gedragingen en cognities van mensen na mortality salience – zonder dat zij zich hiervan bewust hoeven te zijn – veelal gericht op het verkrijgen van een positievere zelfwaardering (Pyszczynski, Greenberg, Solomon, Arndt, & Schimel, 2004). Volgens de TMT wordt dit bereikt door “proximale” (directe) verdediging tegen de dood, namelijk ontkenning of onderdrukking van de bewuste gedachte aan de eigen sterfelijkheid, en door “distale” (symbolische) verdediging, namelijk verdediging van het eigen culturele wereldbeeld, *ingroup* (i.e. de groep waarmee iemand zich verbonden voelt) en self-esteem (Hayes, Schimel, Arndt, & Faucher, 2010).

Een fenomeen dat verbonden zou kunnen worden aan de terror management theorie en dat meer in het bijzonder zou kunnen bijdragen aan een positiever self-esteem, is humor. Volgens een superioriteit of self-esteem benadering van humor wordt bijvoorbeeld een hoger self-esteem verkregen wanneer de humoristische uiting een target kleineert waar de recipiënt een negatieve attitude tegenover heeft of een target bevoordeelt waar de recipiënt een positieve attitude tegenover heeft (La Fave, Haddad, & Maesen, 2007, pp. 67-89). Dit zou kunnen betekenen dat recipiënten na mortality salience *disparaging* (minachtende of kleinerende) humor die het eigen geaccepteerde culturele wereldbeeld of ingroup-leden betreft minder waarden en minachtende humor die andermans culturele wereldbeeld of *outgroup*-leden betreft (i.e. personen van een groep waarmee de recipiënt zich niet identificeert) meer waarden als vorm van distale verdediging. Wanneer de

---

humor leden of eigenschappen van de ingroup kleineert, wordt immers ook de recipiënt indirect gekleineerd, gezien de ingroup een groep betreft waarmee de recipiënt zich identificeert. Er is echter nog relatief weinig onderzoek verricht naar terror management in combinatie met de perceptie van humor.

Een van de weinige onderzoeken naar het effect van mortality salience op de evaluatie van humormateriaal is recent uitgevoerd door Hackney (2011). Hij veronderstelde dat de mate waarin humor gerelateerd is aan existentiële aspecten van de TMT samenhangt met de mate waarin de humor gewaardeerd wordt. In zijn onderzoek gebruikte Hackney daarom humor met de dood als onderwerp (een executie), humor die het dominante culturele wereldbeeld bevestigde (bestrafing van telemarketeers, die over het algemeen gezien worden als opdringerig) en een neutrale *pun* (woordgrap) die hier niet aan gerelateerd was. Uit zijn onderzoek bleek dat na mortality salience de humorappreciatie significant verschilde. Het humormateriaal dat het meest aan existentiële aspecten gerelateerd was (de executiegrap), werd namelijk meer gewaardeerd, terwijl de neutrale grap minder werd gewaardeerd na mortality salience.

De studie van Hackney toont reeds aan dat mortality salience invloed kan hebben op humorwaardering. Hackney beperkte zich echter tot slechts drie humortypen, waarbij de (gekleineerde) targets van de aan terror management gerelateerde humor personen waren die cultureel geaccepteerde waarden en normen schaadden. Wat het effect van mortality salience is op humor die het eigen culturele wereldbeeld belachelijk maakt, is zodoende nog onbekend. Daar komt bij dat mijn inziens alternatieve verklaringen mogelijk zijn voor het mortality salience-effect bij de doodgerelateerde humor. De hoog gewaardeerde executiegrap bevatte dan wel de dood als (existentieel) onderwerp, maar evenzeer werd een aspect van het eigen culturele wereldbeeld bevestigd, namelijk dat misdadigers gestraft worden. De dood in deze grap was bestemd voor een misdadiger ofwel iemand die dat in zekere zin verdiende vanwege het schenden van de heersende waarden en normen. Bovendien wordt door de inhoud van deze grap impliciet de gedachte gewekt dat de dood alleen slechteriken overkomt en niet zozeer de onschuldige recipiënt – ervan uitgaande dat de recipiënt geen misdaden heeft begaan en dus niet tot de ingroup van misdadigers behoort. Een dergelijke geruststellende gedachte zou kunnen leiden tot vermindering van doodsangst. De verhoogde appreciatie van de executiegrap in het onderzoek van Hackney zou dan het gevolg kunnen zijn van een verminderde doodsangst dan wel een verhoogd self-esteem (als gevolg van de ontkenning van de eigen sterfelijkheid, de bevestiging van het eigen culturele wereldbeeld of de kleinering van een outgroup-lid). Bovendien maakte

---

Hackney uitsluitend gebruik van grappige cartoons. Of het mortality salience-effect eveneens gevonden wordt bij humor in audiovisueel materiaal, is nog niet onderzocht.

De vraag die in dit onderzoek centraal staat, is dan ook: Welke invloed heeft mortality salience op de appreciatie van verschillende typen humor in audiovisuele media? Deelvragen hierbij zijn ten eerste welke invloed mortality salience heeft op de appreciatie van minachtende humor over het eigen versus andermans geaccepteerde culturele wereldbeeld of over de in- versus outgroup in audiovisueel materiaal, op de appreciatie van aan de dood gerelateerde humor en op de appreciatie van humortypen die niet tot deze categorieën behoren. Een tweede deelvraag is of humorappreciatie in het geval van mortality salience verband houdt met proximale verdediging (zoals afleiding van gedachten aan de dood) of distale verdediging (zoals verdediging van het eigen culturele wereldbeeld). Een derde deelvraag is of aan de dood gerelateerde humor op zichzelf een even sterk mortality salience-effect kan bewerkstelligen als het expliciet denken over de eigen sterfelijkheid. Deze vraagstelling wordt onderzocht met behulp van een kwantitatief empirisch onderzoek, namelijk een online experiment.

Met het huidige onderzoek wordt zodoende getracht een bijdrage te leveren aan de theorievorming over terror management door dit te combineren met de receptie – in het bijzonder de appreciatie – van humor in audiovisuele media. Daarbij zou deze studie relevant kunnen zijn om meer inzicht te krijgen in welk soort humor op televisie of in digitale media meer en minder geapprecieerd wordt door mensen die zojuist geconfronteerd zijn met (bedreigende beelden van) een ramp of andersoortige herinneringen aan de eigen sterfelijkheid – waaraan kijkers immers veelvuldig worden blootgesteld – als ook specifiek in de invloed die doodgerelateerde humor kan hebben op de perceptie van andere humorvormen. Bovendien zou dit onderzoek kunnen bijdragen aan kennis over de functie van humor in de samenleving, in het bijzonder de rol van humor in media in het omgaan met de dood en in het behouden van een hoog self-esteem.

In het komende hoofdstuk worden de terror management theorie en relevante humortheorieën en -typologieën nader toegelicht, waarna de hypotheses worden geformuleerd en gemotiveerd. Daaropvolgend wordt de methode – opzet en uitvoering – van het empirische onderzoek besproken en verantwoord, waarbij eveneens de humoristische inhoud van het geselecteerde videomateriaal beschreven wordt. Hierna volgen de resultaten van de kwantitatieve analyse. In het laatste hoofdstuk worden de conclusies beschreven en toegelicht met een kritische reflectie op het uitgevoerde onderzoek, waarbij ook suggesties voor vervolgonderzoek aan bod komen.

---

## Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt eerst de terror management theorie (TMT) nader uitgelegd, omdat het huidige onderzoek is opgezet op basis van deze theorie omtrent invloeden van mortality salience. Deze theorie wordt vervolgens in verband gebracht met de drie belangrijkste humortheorieën die een verklaring bieden voor humorappreciatie in het algemeen. Daarna wordt een humortypologie besproken, waarbij de humortypen eveneens gerelateerd worden aan de TMT. Tot slot worden op grond van de theorieën de hypothesen opgesomd omtrent de vraag welke invloed mortality salience heeft op de appreciatie van verschillende typen humor in audiovisuele media.

### **Terror management theorie (TMT)**

De terror management theorie is rond 1985 ontwikkeld in navolging van het werk van Becker in de zestiger en zeventiger jaren en sindsdien veelvuldig onderzocht (Solomon, Greenberg, & Pyszczynski, 1991, p. 22). Twee veronderstellingen die aan de TMT ten grondslag liggen, zijn dat de mens – evenals alle wezens – impliciet de drift heeft om te overleven en dat de mens vanwege zijn unieke intellectuele vermogens beseft heeft van de eigen sterfelijkheid. Wanneer mensen herinnerd worden aan de eigen sterfelijkheid, is dit dan ook veelal een ongewenst stressvolle of beangstigende ervaring. Gedachten over de eigen sterfelijkheid kunnen daarbij door diverse stimuli toegankelijker worden, zoals door realistische nieuwsfragmenten over een dodelijke bacterie, een televisieprogramma als *Het Zesde Zintuig*, waarin paragnosten contact maken met overledenen, of een film als *2012* (2009) over het vergaan van de wereld. De TMT beschrijft hoe mensen omgaan met dit beangstigende besef van de uiteindelijk onvermijdelijke dood, namelijk hoe een dergelijk besef van de eigen mortaliteit op bewuste of onbewuste wijze gedrag en cognities kan motiveren en hoe de bijbehorende doodsangst beheerst kan worden (Pyszczynski, Solomon, & Greenberg, 2002, p. 8).

Volgens de TMT wordt de doodsangst beheerst door een culturele angstbuffer die bestaat uit twee gerelateerde componenten (Pyszczynski, Greenberg, Solomon, Arndt, & Schimel, 2004). Het eerste component is de *cultural worldview*, het culturele wereldbeeld dat door de cultuur waarin iemand leeft wordt aangedragen. Hiermee wordt de geïnternaliseerde en door de cultuur gedeelde visie bedoeld van een stabiele, logische en geordende wereld en de eigen plaats erin. Het wereldbeeld is een betekenisvol systeem



---

bestaande uit de normen en waarden en de belofte van (symbolische) onsterfelijkheid aan degenen die volgens deze normen en waarden leven. Wat deze (symbolische) onsterfelijkheid betreft, kan het gaan om de verbondenheid met een groep of natie (welke het individuele bestaan overstijgt), religieuze gedachten over een hiernamaals en maatschappelijke beloningen bij moreel correct gedrag en prestaties. Ten tweede is het van belang dat mensen zichzelf zien als “valuable members” in deze “meaningful universe”, ofwel dat zij zichzelf zien als waardevolle personen die aan de normen, waarden en eisen van hun wereld voldoen (Solomon, Greenberg, & Pyszczynski, 1991, p. 30). Een hoog self-esteem (eigenwaarde) zou dan ook als buffer fungeren tegen doodsangst; men ervaart minder doodsangst wanneer men zichzelf beschouwt als een waardevol persoon, aangezien “valuable members” de (symbolische) onsterfelijkheid zouden verkrijgen (Pyszczynski, Greenberg, & Solomon, 1997).

Dit betekent dat wanneer personen aan hun eigen sterfelijkheid herinnerd worden (mortality salience), zij de behoefte ervaren om hun culturele wereldbeeld te verdedigen en hun self-esteem hoog te houden (Dechesne, 2001). Deze ervaring heeft te maken met beschermingsmechanismen van de mens. Wanneer de mens terreur (een dodelijke bedreiging) ervaart, heeft deze volgens de TMT twee soorten verdedigingsmechanismen tot zijn beschikking, namelijk *proximal* en *distal defense mechanisms* (Pyszczynski, Greenberg, & Solomon, 1999). De proximale verdediging heeft betrekking op het al dan niet bewust onderdrukken van de gedachte aan de eigen sterfelijkheid, de ontkenning van de eigen kwetsbaarheid of de geruststellende gedachte dat de dood pas in de verre toekomst zal plaatsvinden. Voorbeelden zijn de onderschatting van de kans dat men zelf ooit een hartaanval krijgt en de overschatting van de eigen gezondheidstoestand na mortality salience (Burke et al., 2010). Wanneer men zichzelf gerust stelt dat de eigen gezondheid hoog is en men nog een lange levensduur verwacht te hebben, vormt de gedachte aan de dood immers geen directe bedreiging; men verwacht minder kwetsbaar te zijn voor de dood.

Distale (symbolische) verdediging is daarentegen niet direct gerelateerd aan de doodsangst. Distale verdediging houdt verband met de eerder genoemde verdediging van het culturele wereldbeeld en de poging tot het behouden van een hoog self-esteem, welke ten delen volgt uit de validering van het eigen culturele wereldbeeld als ook de verdediging van de ingroup en afkeuring van de outgroup (de groepen waar de recipiënt zich respectievelijk wel en niet mee verbonden voelt, zoals een natie, vereniging of familie). Een voorbeeld van distale verdediging is gevonden in onderzoek naar de evaluatie van

---

essays die de eigen dan wel andermans culturele ingroup kleineren. Harmon-Jones (1997) vroeg Amerikaanse participanten in zijn studie een cijfer te geven aan de anonieme auteurs van anti- en pro-Amerika essays, waarbij een deel van de participanten geconfronteerd was met de eigen sterfelijkheid en het andere deel niet. Uit deze studie bleek dat auteurs met een negatieve kijk op het eigen land na mortality salience lager beoordeeld worden door de beoordelaars dan wanneer er geen sprake is van confrontatie met de eigen sterfelijkheid en lager dan de auteurs die niet minachtend waren over het eigen land (Burke et al., 2011). Door het geven van een lagere beoordeling aan auteurs die negatief schrijven over het eigen land, nadat men met de dood geconfronteerd is, wordt het eigen land en daarmee het culturele wereldbeeld en de ingroup verdedigd.

De proximale en distale verdediging zouden elkaar in tijd opvolgen bij een bewuste herinnering aan de eigen sterfelijkheid (Greenberg, Arndt, Simon, Pyszczynski, & Solomon, 2000). Wanneer personen aan de eigen sterfelijkheid worden herinnerd, treedt gewoonlijk eerst proximale verdediging op. Dit gebeurt om de directe doodsb bedreiging te minimaliseren. Vervolgens, wanneer de gedachte aan de eigen sterfelijkheid onbewuster is geworden, treedt distale verdediging op. Hiermee wordt het vertrouwen in het eigen culturele wereldbeeld vastgehouden en een positief self-esteem behouden. Uit onderzoek is dan ook gebleken dat wanneer men onbewust met doodgerelateerde stimuli in aanraking komt door subliminale priming (het waarnemen van doodgerelateerde stimuli zonder dat de recipiënt zich hiervan bewust is) of na onderdrukking van gedachten aan de eigen sterfelijkheid, men het culturele wereldbeeld meer verdedigt (Arndt, Greenberg, Pyszczynski, & Solomon, 1997; Arndt, Greenberg, Solomon, Pyszczynski, & Simon, 1997). Dit zou komen doordat de gedachte aan de eigen sterfelijkheid verhoogd toegankelijk is, welke vervolgens het culturele wereldbeeld cognitief toegankelijker maakt. Personen of groepen die het culturele wereldbeeld niet delen (outgroups), worden als gevolg minder gewaardeerd of afstandelijker bejegend in tegenstelling tot de ingroup. Ook culturele overtuigingen die niet direct betrekking hebben op outgroups worden verdedigd, zoals de “belief in a just world” ofwel het geloof in een rechtvaardige wereld waarin goede mensen beschermd worden tegen onheil. Zo legt men bij ernstig verwonde slachtoffers na mortality salience de schuld veel meer bij de slachtoffers zelf, ook al is het evident dat de omstandigheden meer dan persoonsfactoren van invloed zijn geweest op het ongeluk van de slachtoffers (Hirschberger, 2006). Door deze negatieve kijk op de slachtoffers en daarmee de gedachte dat diegene het verdiende, wordt het vertrouwen in een rechtvaardige wereld – als onderdeel van het culturele wereldbeeld – hersteld (Landau et al, 2004). De

---

doodsbedreiging wordt bovendien beperkt; alleen slechte mensen zouden in aanraking komen met onheil.

Mortality salience kan de perceptie van de omgeving dus beïnvloeden. De perceptie van mediacontent valt daar eveneens onder. Zo bleek uit een studie van Magee en Kalyanaraman (2009) dat na mortality salience reclames die gerelateerd zijn aan het eigen wereldbeeld beter beoordeeld worden en leiden tot meer koopintenties dan reclames die minder gerelateerd zijn aan het eigen wereldbeeld. Een ander voorbeeld is de perceptie van humor in cartoons, zoals de studie van Hackney (2011). Zoals in de inleiding besproken, bleek uit deze studie dat cartoons met doodgerelateerde humor na mortality salience significant meer gewaardeerd worden dan cartoons met neutrale humor. Om een dergelijke verandering in humorappreciatie beter te kunnen begrijpen, worden in de komende paragraaf enkele algemene theorieën over humorrespons en humorappreciatie toegelicht en gerelateerd aan de TMT.

### **Theorieën over humorrespons en humorappreciatie**

Er zijn verschillende theorieën in omloop over het plezierige effect dat humor kan hebben op de recipiënt. Deze theorieën overlappen soms gedeeltelijk en kunnen tegelijkertijd van toepassing zijn. De belangrijkste zijn de incongruentietheorie, de *relief*- of *arousal*-theorie en de superioriteitstheorie. Elk van deze theorieën biedt een verklaring voor de humorappreciatie dan wel de lachrespons die humor in het algemeen kan bewerkstelligen. De laatste twee theorieën zouden bovendien in meer of mindere mate verbonden kunnen worden aan de TMT.

De incongruentietheorie heeft voornamelijk betrekking op het cognitieve aspect van humor. Iets wordt als humoristisch beschouwd als er incongruentie wordt ervaren en als deze incongruentie vervolgens wordt opgelost (Martin, 2007, pp. 62-75; Vandaele, 2002, pp. 223-224). Incongruentie treedt op als er gelijktijdig twee of meer tegenstrijdige percepties geactiveerd worden. Wanneer iemand bijvoorbeeld zegt “Ik houd niet van regen, maar wel van spetters”, lijkt dit in eerste instantie tegenstrijdig. In het eerste gedeelte van de uitspraak beweert de persoon immers niet van regen te houden. Door het concept “regen” dat hierbij geactiveerd wordt, wordt het woord “spetters” in het tweede gedeelte van de uitspraak door de recipiënt in eerste instantie opgevat als regendruppels. De persoon lijkt dan te beweren zowel niet als wel van regen te houden, zodat incongruentie ervaren wordt door de recipiënt. In dit geval wordt echter met het woord “spetters” bedoeld op het concept “aantrekkelijke personen.” Inzicht in deze incongruentie

---

is dan ook een voorwaarde om de uitspraak grappig te vinden. Kortom, als een uitspraak zoals in dit voorbeeld of een verhaal, cartoon of filmpje anders uitkomt dan verwacht, leidt dit in de eerste plaats tot verrassing. Als er vervolgens een ander logisch verband wordt gevonden met dit onverwachte aspect of einde, dus als de incongruentie wordt opgelost, leidt dit tot een lachrespons of plezier (Martin, 2007, pp. 62-75).

Voor de TMT is deze humortheorie mijn inziens het minst relevant. Begrip van de humor ofwel inzicht in de incongruentie is in elke situatie nodig om de humor te appreciëren, maar of iemand wel of niet de incongruentie van de humor kan oplossen, wordt voor zover bekend niet beïnvloed door mortality salience. Het is wel mogelijk dat deze cognitieve activiteit als een afleiding van de gedachte aan de dood werkt, omdat er geheugencapaciteit nodig is voor het oplossen van de incongruentie. In dat opzicht zou humor impliciet kunnen fungeren als proximale verdediging, wanneer men de humor gebruikt om de gedachten aan de eigen sterfelijkheid te onderdrukken.

De tweede humorbenadering, bestaande uit arousaltheorieën, richt zich met name op het experiëntiële of emotionele humoraspect. Volgens de arousaltheorieën is de mate van of verandering in psychische of fysieke arousal (opwinding) bepalend voor het plezier als humorrespons. Er bestaan echter verschillende visies op de exacte relatie tussen de mate van arousal en humorwaardering (Martin, 2007, pp. 57-62). Oorspronkelijk gingen theoretici ervan uit dat hoe meer er sprake van arousal is, hoe meer de humor gewaardeerd wordt. Deze hogere arousal zou zowel gedurende het recipiëren van de grap opgebouwd kunnen worden door de humoraspecten als reeds aanwezig kunnen zijn in de persoon zelf op het moment dat de grap gemaakt wordt. Dit laatste bleek uit het effect dat toediening van een arousal verhogende dan wel verlagende stof (adrenaline versus chloorpromazine) voorafgaande aan een grap had op de humorwaardering in een experiment van Schachter en Wheeler (1962, in Martin, 2007, p. 59). In de “hoge arousal”-conditie werd dezelfde humor significant meer gewaardeerd en in de “lage arousal”-conditie significant minder ten opzichte van een placebo controlegroep. Berlyne stelde echter een omgekeerde U-relatie voor (denk hierbij aan een curvilineaire grafiek met berg-parabool), waarbij de snelle verandering in arousal naar een optimaal niveau (middelmatige arousal) gedurende en na afloop van de grap voor het meeste plezier zou zorgen. Gedurende de grap zouden de humorelementen eerst voor een verhoging van het arousalniveau zorgen (het *arousal-boost*-mechanisme). Wanneer het optimale arousalniveau hierbij overstegen wordt, zou het inzicht in de grap na afloop zorgen voor een verlaging van het arousalniveau (het *arousal-jag*-mechanisme). De snelle verhoging dan wel verlaging in arousal tot een optimaal

---

arousalniveau is hierbij cruciaal voor de humorrespons. Te veel of te weinig arousal zou namelijk gerelateerd zijn aan verminderd plezier. Voor dit curvilineaire model en in het bijzonder voor het arousal-jag-mechanisme van humor bestaat echter weinig evidentie in tegenstelling tot het hiervoor besproken lineaire model van arousal en humorwaardering.

In bovengenoemde voorbeelden bestaat de arousal vooral uit ambigue opwinding (zoals na adrenalinetoediening) of vrolijkheid, een positieve emotie. Ook negatieve emoties als boosheid, angst en verdriet gaan veelal gepaard met een bepaalde mate van arousal. Volgens de theorie van *tension-relief* (arousal-reductie) treedt er een vermindering van dergelijke psychische of fysieke arousal ofwel spanning op bij het recipiëren van humor (Wyer & Collins, 1992). Psychoanalyticus Freud dacht bijvoorbeeld dat de onbewust onderdrukte menselijke driften libido en agressie – welke voor innerlijke spanning zorgen – door het lachen om seksistische of agressieve humor op een veilige wijze tot expressie kunnen komen. De verlaging van (negatieve) arousal hierbij houdt verband met het plezier als humorrespons. Deze theoretische aanname lijkt dan ook enigszins op het arousal-jag-mechanisme uit Berlyne's theorie. Andere theoretici spreken van *excitation transfer*, waarbij de arousal behorende bij een negatieve emotie niet zozeer vermindert, maar door de humorervaring wordt omgezet in de arousal van een positieve emotie (Martin, 2007, p. 62). Deze “omvorming” van negatieve arousal naar vrolijkheid zou de humorwaardering vergroten.

De arousaltheorieën, in het bijzonder de arousal-reductietheorie en excitation-transfertheorie, kunnen naar mijn mening enigszins in verband worden gebracht met de TMT. Wanneer er sprake is van mortality salience, zou namelijk de angst voor de dood (te beschouwen als negatieve arousal) kunnen verminderen door de humorervaring of kunnen worden omgezet in een positieve vorm van arousal die hoort bij vrolijkheid. Dit zou kunnen plaatsvinden wanneer de humor gewaardeerd wordt en een lachrespons optreedt.

De laatste theorie, de superioriteitstheorie, benadrukt vooral het sociaal-emotionele aspect van humor (Martin, 2007, pp. 57-56). Hierbij gaat het vaak om agressieve of vijandige humor, in het bijzonder humor die gericht is op (leden van) een outgroup. Door het kleineren, minachten of belachelijk maken van situaties of anderen op een grappige wijze wordt een gevoel van superioriteit en controle bevorderd bij de humorproducent en humorrecipiënt (zolang deze zich niet met het gekleinere target identificeert), wat zorgt voor het plezier. Dit superioriteitsgevoel kan bijvoorbeeld het gevoel betreffen dat de belachelijk gemaakte ander zich minder aan de maatschappelijke normen kan aanpassen dan de humorproducent of -recipiënt (Lynch, 2002, pp. 426-427). Humor zou dus het self-

---

esteem kunnen verhogen (of hoog houden) wanneer deze ofwel een target waar de recipiënt een negatieve attitude ten aanzien van heeft kleineert ofwel een target waar de recipiënt een positieve attitude ten opzichte van heeft ten goede komt (La Fave, Haddad, & Maesen, 2007, pp. 67-89). Wanneer dit gebeurt ten gunste van een ingroup kan bovendien het groepsgevoel of de sociale identiteit bevorderd worden (Ferguson & Ford, 2008). Dit is het plezierige, prosociale effect dat humor naast het agressieve effect kan hebben volgens de superioriteitstheorie.

In het huidige onderzoek is vooral deze superioriteitstheorie van toepassing, aangezien in de TMT het behouden van een hoog self-esteem middels proximale en distale verdediging cruciaal is als buffer tegen de doodsangst. In de TMT gaat het immers om de verdediging van het culturele wereldbeeld als distaal verdedigingsmechanisme, wat (mijn inziens) bijvoorbeeld door de appreciatie van minachtende humor ten aanzien van een ongeaccepteerd cultureel wereldbeeld zou kunnen plaatsvinden als ook door minachting van kleinerende humor over het eigen culturele wereldbeeld. Het is echter aannemelijk dat niet alle humortypen in staat zijn om dit doel (een gevoel van superioriteit) te realiseren. In de volgende paragraaf worden daarom de verschillende humortypen besproken die al dan niet relevant kunnen zijn voor de TMT.

### **Een typologie van humor in audiovisuele media**

Humor kan in het dagelijkse leven – en zo ook op televisie en in filmnarratieven – verschillende vormen aannemen, te weten voorbedachte grappen, spontaan geproduceerde humor in sociale interactie en onbedoelde of toevallige humor (Martin, 2007, pp. 10-15). Onder voorbedachte grappen vallen moppen en anekdotes van cabaretiers, maar ook geregisseerde humoristische situaties in narratieven kunnen als voorbedachte grappen beschouwd worden daar deze geënceneerd zijn. Spontaan geproduceerde humor is contextafhankelijk en vindt men bijvoorbeeld in televisietalkshows. Bij onbedoelde of toevallig humor kan tot slot gedacht worden aan gefilmde bloopers in *America's Funniest Home Videos*. Aangenomen wordt dat mortality salience niet zozeer een verschillende invloed zou hebben op de humorvorm, maar mogelijk wel op een verschillende inhoud.

Er zijn verschillende classificatiesystemen of typologieën van humor ontwikkeld om de diversiteit aan (inhoudelijke) humortypen in onder te brengen. In dit onderzoek zal de nadruk liggen op een humortypologie van Long en Graesser (gebaseerd op de Antioch humortest uit 1985), daar deze reeds in meerdere onderzoeken erkend is als een bruikbare humortypologie en relatief beknopt, overzichtelijk en op humor in audiovisueel materiaal

---

toepasbaar is. Zij categoriseerden grappen in nonsens humor, seksuele humor, scatologische humor, filosofische humor, *sick* (weezinwekkende/ziekelijke) humor, etnische humor, sociale satire, seksistische humor (tegenover mannen of vrouwen) en vijandige humor (Wyer & Collins, 1992). De laatste vijf categorieën vallen onder een overkoepelende categorie van disparaging/minachtende humor, omdat het kleineren of belachelijk maken van andere personen of groepen (vooral outgroups) centraal staat.

Tot de nonsens categorie worden woordgrappen en neutrale puns gerekend. Een pun is het humoristisch gebruik van woorden die een tweede betekenis oproepen. Een voorbeeld van nonsens humor is te vinden in de aflevering “24 Uur met Gordon” van de VPRO-serie *24 Uur met*, waarin Gordon verschillende spreekwoorden letterlijk neemt. Zo zegt hij “Even mijn kop erbij houden”, waarmee normaliter op het vasthouden van de aandacht geduid wordt. Wanneer Gordon vervolgens een kopje omhoog houdt, treedt incongruentie op en wordt duidelijk dat hij het spreekwoord uitbeeldt. Nonsens humor betreft dan ook neutrale grappen met een geringe impact op de recipiënt.

Seksuele humor, zoals seksuele allusie, richt zich op het onderwerp seks of erotiek (Buijzen & Valkenburg, 2004). In tegenstelling tot de seksistische humor beoogt dit humortype niet zozeer anderen belachelijk te maken, maar gaat het vooral om de zinspelingen op seks. Een voorbeeld is de sketch uit het Vlaamse televisieprogramma *In de Gloria* waarin een interviewster op straat een echtpaar aanspreekt dat een prijs kan winnen als zij afzonderlijk hetzelfde antwoord op een aantal vragen geven. De laatste vraag die de presentatrice aan de man stelt, is waar het echtpaar voor het laatst seks heeft gehad, waarop de man met enige schaamte antwoordt “Op de keukentafel.” Vervolgens krijgt de vrouw dezelfde vragen voorgelegd, waarbij zij door haar man wordt aangemoedigd om ook de laatste, ongewenste vraag te beantwoorden. Het blijkt dat zij een andere interpretatie van de vraag heeft wanneer zij antwoordt “In mijn poep.”

Scatologische humor betreft de lichamelijke functies en uitscheidingen. Een voorbeeld van een dergelijke grap is: “Why do farts smell? For the deaf” (Wyer & Collins, 1992, p. 681). Een ander voorbeeld is het – in verschillende televisieprogramma’s als blooper vertoonde – televisiefragment waarin de presentatrice van een Zweeds bospel (Eva Nazemson) onverwacht moet overgeven tijdens de live uitzending en vervolgens onverstoord verder gaat met haar werk.

De TMT is mijn inziens het minst gerelateerd aan deze eerste drie humortypen. Nonsens, seksistische en scatologische humor lijken namelijk niet zozeer bruikbaar om het self-esteem te verhogen, noch kunnen deze leiden tot een ontkenning van de eigen



---

sterfelijkheid (het denken in termen van “dat overkomt mij niet”). Wel zouden deze humortypen – gezien het benodigde inzicht in de incongruentie – gebruikt kunnen worden als cognitieve afleiding van de doodgerelateerde gedachten en zou de doodsangst verminderd kunnen worden of omgezet kunnen worden in positieve arousal wanneer een lachrespons optreedt (volgens de arousal-reductie- en excitation-transfertheorie), maar dat zou gelden voor alle humortypen.

Een vierde humortype, te weten filosofische humor, heeft veelal de menselijke conditie, het menselijk lot, God of het leven in het algemeen tot onderwerp (Wyer & Collins, 1992). Religieuze of spirituele en doodgerelateerde humor zouden hier dus onder vallen. Filosofische humor zou dan ook relevant kunnen zijn voor de TMT wanneer het de menselijke (eigen) sterfelijkheid of leven na de dood betreft. Wanneer de humor de menselijke sterfelijkheid als onderwerp heeft, zou immers verwacht kunnen worden dat dit de mortality salience versterkt. Als de humor vooral gaat over het leven na de dood, zou dit de doodsangst die optreedt bij mortality salience echter kunnen verminderen, omdat de sterfelijkheid in zekere zin ontkend kan worden (“men blijft leven na de dood”).

Een ander humortype is sick humor. Onder sick humor worden de grappen gerekend die gaan over handicaps of ziektes en grove grappen over de dood (Earleywine, 2011, pp. 204-205). Deze grappen zijn veelal tragisch en breken met de sociaal-culturele morele principes of verwachtingen over wat “heilig” en onaangetast moet blijven (Schachtman, 2005, p. 168). Dit type humor zou dan ook – ongeacht of deze betrekking heeft op de dood – relevant kunnen zijn voor de TMT, omdat hier per definitie culturele normen geschonden worden.

Humor over een bepaalde etnische groep, een ras of nationaliteit valt onder etnische humor. Bijvoorbeeld in een aflevering van *Dit Was het Nieuws* spreekt de presentator over recente films waarin allochtone Marokkanen de hoofdrol spelen. Na een aantal feiten gaat hij over op de “foute grappen,” zoals “Marokkanen doen het erg goed op het witte doek; ze doen het ook erg goed op scooters, beveiligingscamera’s en minderjarige meisjes.” In deze grappen worden allochtone Marokkanen (een outgroup) belachelijk gemaakt op grond van het stereotype beeld van criminele Marokkanen in Nederland.

Grappen die gemaakt worden om maatschappelijke praktijken, beleid of autoriteiten belachelijk te maken behoren tot de sociale satire (Earleywine, 2011, p. 204; Martin, 2007). Aangezien de humor gericht is op bekende targets in de huidige maatschappij, wordt vaak een wereldbeeld belachelijk gemaakt of impliciet kritiek geleverd op maatschappelijke praktijken. Dit humortype vindt men bijvoorbeeld in programma’s als



---

*Draadstaal* en *Dit Was het Nieuws*. Gedacht kan worden aan het op komische wijze imiteren van het handelen van de Koningin of premier.

Onder seksistische humor wordt verstaan dat het mannelijke of juist vrouwelijke geslacht belachelijk wordt gemaakt. Bijvoorbeeld in het spelprogramma *Man/Vrouw* van RTL4 worden afwisselend mannen en vrouwen belachelijk gemaakt door stereotype sekseverschillen op overdreven wijze na te spelen.

Vijandige humor betreft tot slot minachtende of kleinerende grappen die gemaakt worden over een individu. In tegenstelling tot de andere humortypen, richt de humor zich hierbij veelal op persoonskenmerken. Een voorbeeld is de toevoeging van het geluid van paardengehinnik in een uitzending van *Idols* op het moment dat een man die auditie doet nogmaals zenuwachtig lacht.

De kleinerende humortypen zouden relevant kunnen zijn voor de TMT wanneer deze andermans culturele wereldbeeld of de outgroup belachelijk maken ten gunste van het eigen culturele wereldbeeld of de ingroup. Dit zou kunnen bijdragen aan een hoger self-esteem als buffer tegen de doodsangst. Kleinering van het culturele wereldbeeld of outgroups is vooral mogelijk bij etnische humor, sociale satire en seksistische humor. Overige minachtende humortypen zouden niet altijd van toepassing zijn op de TMT. Vijandige humor jegens een ander heeft over het algemeen immers geen betrekking op het eigen geaccepteerde culturele wereldbeeld of een groep waarmee de recipiënt zich identificeert.

## **Hypotheses**

Verwacht wordt dat mortality salience invloed heeft op de appreciatie van verschillende typen humor in audiovisueel beeldmateriaal. Hypotheses die voor dit onderzoek op grond van bovenstaande theorie geformuleerd kunnen worden, zijn ten eerste dat personen na confrontatie met de onontkoombare dood ofwel sterfelijkheid van de mens (mortality salience) minachtende humor over het eigen geaccepteerde culturele wereldbeeld of over de ingroup minder waarderen en minachtende humor over andermans geaccepteerde culturele wereldbeeld of over de outgroup meer waarderen dan wanneer er geen sprake is van mortality salience. Er wordt dus een interactie-effect verwacht tussen enerzijds mortality salience en anderzijds humor over de ingroup versus outgroup op humorappreciatie. Daarbij wordt verwacht dat dit effect op humorappreciatie verband houdt met distale verdediging in plaats van proximale verdediging, omdat de distale verdediging in het bijzonder betrekking heeft op de verdediging van het culturele

---

wereldbeeld voor het behouden van een hoog self-esteem. In het huidige onderzoek wordt deze hypothese bij etnische humor, sociale satire en seksistische humor getest.

Ten tweede wordt verwacht dat humor over de dood minder gewaardeerd wordt als er reeds sprake is van mortality salience en als de humor (indirect) de eigen sterfelijkheid en vergankelijkheid bevestigt. Wanneer deze humor betrekking heeft op het leven na de dood dan wel nadrukkelijk op een outgroup, wordt echter een grotere waardering verwacht vanuit het idee dat de recipiënt de eigen sterfelijkheid kan ontkennen (proximale verdediging). In dit onderzoek wordt deze hypothese onderzocht bij enigszins grove humor over de dood (sick humor) enerzijds en filosofische humor over een leven na de dood anderzijds.

Ten derde wordt verwacht dat mortality salience geen significante invloed heeft op de waardering van andersoortige humortypen, te weten de humor die niet met de dood of de in- versus outgroup te maken heeft. Het is echter mogelijk dat deze humortypen na mortality salience minder gewaardeerd worden dan de hiervoor gespecificeerde minachtende en doodgerelateerde humortypen. Met behulp van dergelijke humor kan de recipiënt immers niet diens self-esteem verhogen, het eigen culturele wereldbeeld verdedigen (distale verdediging) of de eigen sterfelijkheid ontkennen (proximale verdediging), waar de recipiënt op dat moment mogelijk de meeste behoefte aan heeft. Anderzijds is het mogelijk dat de humor meer gewaardeerd wordt, omdat de humor – wanneer dit door de recipiënt als reden om te lachen wordt gepercipieerd – de negatieve arousal kan verlagen die gerelateerd is aan de doodsangst en dit de recipiënt kan afleiden van gedachten aan de dood. Deze hypothese wordt in het huidige onderzoek bij nonsens humor getest.

Tot slot wordt verondersteld dat het mortality salience-effect eveneens optreedt bij de receptie van “mortaliteit saillante” humor in audiovisueel beeldmateriaal, maar dat dit effect minder sterk is dan bij het nadrukkelijk of expliciet denken over de eigen dood. De recipiënt wordt hierbij immers op een meer indirecte en onbewuste wijze geconfronteerd met de eigen sterfelijkheid.

---

## Methode

### Participanten

Participanten zijn geworven in het beschikbare netwerk van de onderzoeker (per mail, per flyer en mondeling), via sociale media (Hyves en Facebook) en via Proefbunny, een onderzoeksplatform op het internet. Zij kregen een bericht met de vraag deel te nemen aan het onderzoek en/of deze vraag door te spelen aan potentieel geïnteresseerde personen in hun omgeving. Het betreft hier dus een selecte *convenience* (beschikbaarheid) steekproef (Goodwin, 2008). Het onderzoek werd gepresenteerd als een leuk onderzoek naar mediareceptie in relatie tot de gedachtewereld, waarin deelnemers verschillende korte filmpjes te zien zouden krijgen en waarbij het om hun persoonlijke mening zou gaan (zie Bijlage 1). Om hen te motiveren tot deelname werd vermeld dat er onder de deelnemers cadeaubonnen tussen de 7.50 en 20 euro verloot zouden worden. Na toestemming ontvingen zij een mail met een unieke/eenmalige link naar het online experiment (zie Bijlage 2) of konden zij gebruik maken van de link in het digitale bericht, die direct toegang gaf tot het experiment.

De steekproef is getrokken uit een heterogene populatie van volwassenen tussen de 18 en 88 jaar, waarbij geprobeerd is om van elke levensfase (van *emerging adulthood* ofwel jongvolwassenheid tot de late volwassenheid) evenveel participanten te werven. Vanwege de confronterende mortality salience manipulatie is besloten jongeren en minder goed functionerende bejaarden uit te sluiten van deelname. Getracht werd om minimaal 28 participanten per conditie te hebben, omdat dit een richtlijn is voor het minimaal benodigde aantal participanten voor het detecteren van een grote *effect-size* (effectgrootte) bij een *alpha* ( $\alpha$ ) van .05 en een *power* van .8 (Cohen, 1992; Field, 2009, p. 58).<sup>1</sup>

Cases waarvan gegevens ontbraken ( $n = 42$ ) of die kennis hadden van de TMT ( $n = 3$ ), zijn uitgesloten bij de analyses. Dit gold eveneens voor participanten die in het buitenland geboren waren en zich niet of nauwelijks als Nederlander beschouwden ( $n = 1$ ), omdat bij hen omgekeerde effecten zouden kunnen optreden bij de appreciatie van humor over culturele in- en outgroups. Uiteindelijk hebben 216 Nederlanders deelgenomen aan

---

<sup>1</sup> Effectgrootte, alpha en power zijn statistische termen (zie Field, 2009). Effectgrootte is de objectieve of gestandaardiseerde maat voor de grootte/sterkte van een gevonden effect (bepaald door de steekproefgrootte, alpha en power). Alpha is het kansniveau waaronder een effect als statistisch significant wordt beschouwd. Power (vermogen) is de kans dat een test een (significant) effect vindt die in werkelijkheid bestaat.

het experiment, waarvan 89 mannen en 127 vrouwen, met een gemiddelde leeftijd van 37.10 jaar ( $SD = 16.35$ ). De verdeling van de participanten per leeftijdsgroep, sekse en opleidingsniveau is weergegeven in Tabel 1. Hieruit is op te maken dat de jongere leeftijdsgroep en hoger opgeleiden oververtegenwoordigd waren. Dit wordt echter niet als problematisch beschouwd, omdat de verdeling binnen beide hoofdcondities (de experimentele en controlegroep) gelijksoortig is.

Tabel 1

*Het Aantal Participanten (N) in de Experimentele en Controlegroep per Leeftijdsgroep, Opleidingsniveau en Sekse met de Gemiddelde Leeftijd (M) en Standaarddeviatie (SD)*

Leeftijdsgroep	Experimentele groep		Controlegroep	
	N	M (SD)	N	M (SD)
18-25	39	21.92 (1.66)	43	21.67 (1.43)
25-39	20	29.10 (4.39)	24	31.29 (4.62)
40-59	38	50.97 (5.57)	34	50.53 (6.70)
60-89	7	67.00 (5.00)	11	70.00 (8.59)
<b>Opleidingsniveau<sup>a</sup></b>				
Laag	8	-	6	-
Gemiddeld	25	-	31	-
Hoog	71	-	75	-
<b>Sekse</b>				
Man	43	-	46	-
Vrouw	61	-	66	-
<b>Totaal</b>	<b>104</b>	<b>36.95 (15.77)</b>	<b>112</b>	<b>37.24 (16.95)</b>

<sup>a</sup> Onder laag opgeleid zijn basisonderwijs tot VMBO en LBO als huidige of hoogst voltooide opleiding gerekend; onder gemiddeld opgeleid zijn HAVO, VWO en MBO gerekend en onder hoog opgeleid zijn HBO en WO gerekend.

## Onderzoeksdesign

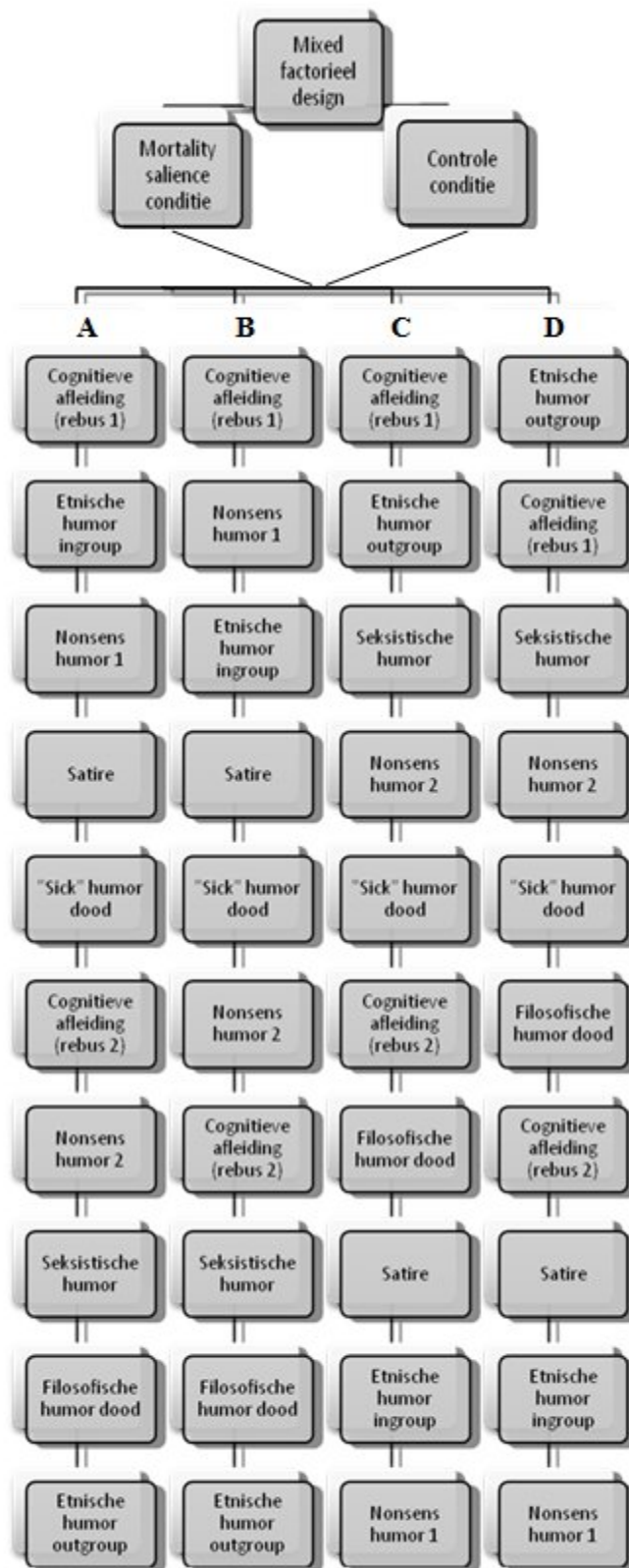
Voor het experimentele onderzoek is gebruik gemaakt van een gemixt factorieel design met gedeeltelijke counterbalancing (conform Goodwin, 2008, pp. 288-289). Dit betekent dat er gebruik is gemaakt van zowel *between-subjects* (tussen groepen) als *within-*

---

*subjects* (binnen groepen) onderzoeksvariabelen met verschillende volgordes. De gemanipuleerde onafhankelijke variabelen waren de mortality salience (wel vs. geen mortality salience [MS]; between-subjects), het type humor in audiovisueel beeldmateriaal (zes typen; within-subjects) en het moment van de cognitieve afleiding (direct vs. later na de MS-manipulatie; between-subjects). De afhankelijke variabele was de humorappreciatie. Een overzicht van het onderzoeksdesign met alle condities van de onafhankelijke variabelen is gegeven in Figuur 1.

De MS-manipulatie is toegepast om de hypothese te kunnen toetsen dat mortality salience invloed heeft op humorappreciatie. Mortality salience is geoperationaliseerd als het expliciet of bewust denken over de eigen sterfelijkheid. In de experimentele conditie is dan ook gebruik gemaakt van de manipulatie die veelvuldig door onderzoekers is gehanteerd om dit te bewerkstelligen; de participanten werden geïnstrueerd te beschrijven wat zij denken dat er met het eigen lichaam gebeurt als zij sterven en de gevoelens/emoties te beschrijven die bij het denken aan de eigen dood worden opgeroepen (Dechesne, 2001, p. 5). In de controleconditie kregen de participanten de instructie om de te verrichten handelingen en de opgeroepen gevoelens/emoties met betrekking tot een neutraal, niet aan de dood gerelateerd onderwerp (naar de bioscoop gaan) te beschrijven.

Voor het operationaliseren van de tweede onafhankelijke variabele, het type humor, is gebruik gemaakt van verschillende audiovisuele fragmenten met humoristische inhoud, te weten voorbedachte grappen. Dit betrof videofragmenten met minachtende etnische humor (over de ingroup en over de outgroup), seksistische humor, satire, aan de dood gerelateerde filosofische en sick humor en (ter controle) nonsens humor. Er werd immers verwacht dat verschillende typen humor na de MS-manipulatie verschillend gewaardeerd zouden worden ten opzichte van elkaar. Deze variabele was within-subjects; de participanten kregen alle videofragmenten te zien. Om enigszins te controleren voor volgorde-effecten, zijn de fragmenten between-subjects in drie verschillende volgordes aangeboden, waarvan twee volgordes nagenoeg het omgekeerde van elkaar waren (gedeeltelijke counterbalancing). In de ene volgorde-conditie kregen de participanten bijvoorbeeld als eerste het fragment met minachtende humor over de outgroup te zien en in de andere conditie het fragment met minachtende humor over de ingroup (zie Figuur 1). In de tweede helft van het experiment kregen zij vervolgens het andere fragment te zien.



Figuur 1. Overzicht van de experimentele opzet van het onderzoek met alle condities (twee MS-manipulatiecondities en vier volgorde-condities) en experimentele stimuli (humortypen).

---

Aangezien verondersteld werd dat doodgerelateerde humor zou kunnen leiden tot een mortality salience-effect, is de doodgerelateerde sick en filosofische humor in alle condities na het vierde videofragment vertoond. De aan de dood gerelateerde humor had zodoende twee functies in het experiment, namelijk voor het testen van de hypothese dat doodgerelateerde humor een MS-effect kan bewerkstelligen (in de controleconditie) en voor het testen van de invloed van de MS-manipulatie op de humorappreciatie ervan. Besloten is om deze fragmenten pas later in het experiment te vertonen, aangezien er anders geen sprake meer zou zijn van een controleconditie wat betreft de humorwaardering van de daaropvolgende fragmenten. Door de doodgerelateerde fragmenten halverwege in plaats van geheel op het einde van het experiment te tonen, bleven er nog voldoende humorfragmenten over om het veronderstelde MS-effect op de waardering van verschillende typen humor te meten.

Voor het onderzoeken van de hypothese dat bij mortality salience de waardering van minachtende humor ten opzichte van de outgroup of ingroup verband houdt met distale verdediging en de hypothese dat de waardering van humor over een hiernamaals gerelateerd is aan proximale verdediging, is een afleidende taak toegepast na de MS-manipulatie. In dit onderzoek is deze hypothese uitsluitend expliciet getest bij humor gericht op andermans culturele wereldbeeld en – ervan uitgaande dat de doodgerelateerde humorfragmenten een MS-effect bewerkstelligen – bij filosofische en (ter controle) nonsens humor. In de ene conditie is de afleidende taak direct na de MS-manipulatie geplaatst en in de andere conditie nadat eerst een van de betreffende humoristische videofragmenten getoond was. Uit eerder onderzoek is namelijk gebleken dat de mortality salience-effecten in het geval van distale verdediging het sterkst zijn als er een korte cognitieve afleiding na de manipulatie plaatsvindt (Greenberg, Pyszczynski, Solomon, Simon, & Breus, 1994). Een afleidende taak zou namelijk de (bewuste) onderdrukking van de gedachte aan de eigen sterfelijkheid kunnen beëindigen, waarna de gedachte aan de dood onbewust doch verhoogd toegankelijk blijft (Pyszczynski, Greenberg, & Solomon, 1999). Wanneer in het huidige onderzoek de humor over een outgroup of hiernamaals meer gewaardeerd zou worden na de afleiding, zou dit duiden op distale verdediging. Wanneer deze humor daarentegen meer gewaardeerd zou worden direct na de MS-manipulatie, zou dit een indicatie zijn voor proximale verdediging. Het omgekeerde zou gelden voor kleinerende humor over de ingroup, omdat de distale verdediging hier bestaat uit het devalueren van minachtende humor over het eigen culturele wereldbeeld of de ingroup.



---

De afhankelijke variabele – humorappreciatie – is gemeten door na elk fragment de participant een korte vragenlijst voor te leggen over de waardering van de betreffende humor op een zevenpuntsschaal. De items voor deze geconstrueerde schaal waren: (1) hoe grappig vond u dit fragment; (2) in hoeverre had u een afkeer van dit fragment; (3) in welke mate moest u tijdens dit fragment lachen en (4) in hoeverre vond u de humor in dit fragment goed bedacht. Deze vragen werden na elk humorfragment in een willekeurige volgorde gepresenteerd om automatische reactiepatronen zoveel mogelijk te voorkomen. De eerste twee items zijn te onderscheiden als de belangrijkste te meten aspecten (dimensies) van humorappreciatie. Uit eerder onderzoek is namelijk gebleken dat een betrouwbare maat voor humorappreciatie verkregen kan worden door de som van de waarde van het negatieve item afkeer (-6 tot 0) en het positieve item grappigheid (0 tot 6) te nemen (Ruch & Hehl, 1998, pp. 115-116). Een hoge humorwaardering zou bestaan uit een hoge score op grappigheid en een lage score op afkeer, terwijl er gesproken zou worden van een lage humorwaardering bij een lage score op grappigheid en een hoge score op afkeer. Het derde positieve item (mate van lachen) betreft een meer indirecte maat voor humorwaardering, daar deze vooral gericht was op de affectieve uiting in plaats van het cognitief-affectieve aspect van humorwaardering. Uit eerder onderzoek is gebleken dat de mate van lachen hoog correleert met de mate waarin humor grappig gevonden wordt (Ruch & Hehl, 1998). Het laatste positieve item (goed bedacht vinden) betreft een vraag waarmee in het bijzonder de grappenmaker beoordeeld kan worden. Deze waardering van de grappenmaker zou voor dit onderzoek relevant kunnen zijn als manier om het culturele wereldbeeld te verdedigen, omdat hiermee op meer directe wijze outgroup-leden of personen die het culturele wereldbeeld schaden gevalueerd kunnen worden.

Het door questionnaires ondersteunde experiment is online aangeboden via NetQ Internet Surveys. Op deze wijze konden er in korte tijd veel participanten verworven worden en konden de data efficiënt verwerkt worden. Bovendien is uit eerder onderzoek gebleken dat reacties op humoristisch materiaal het meest betrouwbaar zijn als deze in afwezigheid van de onderzoeker gemeten worden (Martin, Sadler, Barrett, & Beaven, 2008). In aanwezigheid van onderzoekers is de kans namelijk groter dat participanten zich gedragen zoals zij verwachten dat ideaal is (sociale wenselijkheid). Een nadeel van online onderzoek is echter dat er geen zicht is op de omstandigheden waarin de vragenlijst wordt ingevuld of storende factoren, zoals de aanwezigheid van anderen. Door bij aanvang van het experiment te vragen of de participant zelfstandig en in een rustige omgeving zou willen deelnemen, is getracht deze externe invloeden te beperken (zie Bijlage 2).



---

## Materiaal

*Materiaal ter afleiding.* De cognitieve afleiding bestond in dit onderzoek uit het oplossen van een korte rebus, waarbij een antwoord moest worden gegeven op de uitkomst. In het computerprogramma Paint zijn twee rebussen geconstrueerd met afbeeldingen uit Word 2007, die hiertoe gedeeltelijk bewerkt zijn. Er is voor gezorgd dat de rebus neutrale elementen bevatte en dus geen elementen die aan de dood gerelateerd waren. Dit laatste zou immers een onbewuste herinnering aan de eigen sterfelijkheid kunnen zijn. De uitkomst van de rebus was een redelijk gemakkelijke rekensom, namelijk veertig min veertien (Rebus 1) en dertig plus twaalf (Rebus 2). Op deze wijze konden de participanten cognitief kortdurend worden afgeleid.

*Audiovisueel humoristisch materiaal.* Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van acht videofragmenten met een verschillend type humor (en een extra videofragment met nonsens humor als testfragment). Deze fragmenten waren voornamelijk afkomstig uit televisieprogramma's en toegankelijk via het internet (YouTube of HumorTV). Ten behoeve van dit onderzoek zijn enkele fragmenten handmatig ingekort, zodat alle fragmenten circa één à twee minuten duurden.

Er zijn twee fragmenten geselecteerd met etnische humor, in het bijzonder humor over het eigen en over andermans culturele wereldbeeld. In het eerste fragment is de humor geproduceerd door een Engelstalige man in het televisieprogramma *Comedy Factory*. Het betreft hier kleinerende humor over het culturele wereldbeeld van de ingroup. In het fragment maakt de man namelijk de Nederlandse feestdagen zoals Koninginnedag en Pinksteren belachelijk door het te typeren als verzinsels en excuses voor het sluiten van de winkels. Ook spreekt hij van een afwijkende "Nederlandse Bijbel" en beschrijft hij Koninginnedag als een "idiote feestdag." Bovendien maakt hij Nederlanders belachelijk door hun feestgedrag te imiteren en hun onwetendheid over de betekenis van verschillende feestdagen te benadrukken. Dit alles doet hij op humoristische wijze middels imitatiespel en onverwachte verhaalwendingen (stand-upcomedy).

Het tweede fragment is afkomstig uit het televisieprogramma *De Lama's* en betreft humor waarin het culturele wereldbeeld van een outgroup belachelijk wordt gemaakt. Een Nederlander imiteert in dit fragment een Belg door met een Vlaams accent onintelligente oplossingen voor verschillende problemen te verzinnen. Hij maakt hierbij niet alleen de Belgen, maar ook de Belgische cultuur belachelijk door de verdeeldheid in het Vlaamse en Franse gewest in zijn imitatiespel aan te halen.

---

Een videofragment met seksistische humor is geselecteerd uit *MILF*, een Nederlandstalig televisieprogramma dat zich op veelal humoristische wijze op de mannelijke gender richt. In het geselecteerde fragment vragen twee mannen enkele vrouwen op straat een grap te vertellen om volgens eigen zeggen te bewijzen dat vrouwen net als mannen over humor beschikken. Bij elke grap spelen de mannen dat zij het niet begrijpen dan wel slecht of manonvriendelijk vinden. Vervolgens vragen zij enkele mannen een grap te maken, waarbij zij veelvuldig lachen. Met deze humor wordt dus de vrouwelijke sekse belachelijk gemaakt. Voor de mannelijke recipiënt is dit kleinerende humor ten aanzien van een outgroup, terwijl dit voor vrouwelijke kijkers een ingroup betreft.

Als sociale satire is er een fragment geselecteerd waarin recente nieuwsbeelden van de Libische autoriteit Moammar al-Qadhafi worden afgewisseld met beelden uit de tekenfilmserie *Bugs Bunny*. In de nieuwsbeelden spreekt dictator Moammar al-Qadhafi vanaf een balkon zijn bevolking toe met steeds krachtigere gebaren, waarbij hij meerdere malen dezelfde woorden herhaalt. In het tekenfilmpje komt Bugs Bunny een inheemse man tegen die – net als Moammar al-Qadhafi – voortdurend simplistische woorden uitspreekt. Bugs Bunny probeert met deze man te communiceren door dezelfde woorden te herhalen, wat er uiteindelijk toe leidt dat de man woest rond gaat rennen tot verbazing van Bugs Bunny. Het resultaat is een fragment waarin het (dictatoriale) bewind van Al-Qadhafi op humoristische wijze belachelijk wordt gemaakt door het leggen van een link tussen zijn gedrag en dat van een onbeschaafde inboorling uit een tekenfilmpje. Voor de Nederlandse kijkers betreft dit kleinerende humor over een autoriteit van een outgroup.

Daarnaast zijn er twee fragmenten met doodgerelateerde humor uitgekozen. Het eerste fragment is afkomstig van Radio Veronica, dat op YouTube is voorzien van beeldmateriaal van een kerkhof. In dit fragment worden door de radiopresentator korte grappen gemaakt over wat er op grafstenen zou kunnen staan. Voorbeelden zijn: “Wat staat er op het grafsteen van een zakenman? Case closed”, “Wat staat er op het grafsteen van een non? Ongebruikt retour” en “Wat staat er op het grafsteen van een schoorsteenveger? De pijp uit.” Het humoristische effect kan hierbij bewerkstelligd worden door de dubbelzinnigheid van het antwoord, dat zowel van toepassing is op de dood als op het onderwerp in de vraag – in dit geval alledaagse beroepen. Aangezien de meeste grappen enigszins grof zijn en breken met morele principes over wat wel en niet belachelijk gemaakt mag worden, in dit geval de dood of doden, kan de humor in het fragment getypeerd worden als sick humor.

---

Het tweede videofragment met doodgerelateerde humor betrof een scène uit *Kort en Klein*, een televisieprogramma met sketches en liederen uit de jaren zeventig. In het geselecteerde fragment ligt een vader op zijn sterfbed, omringd door zijn drie dochters die nieuwsgierig zijn naar wat hij reeds van een hiernamaals kan zien. De vader zegt aanvankelijk over de muur te hebben mogen kijken en gezien te hebben dat men in het hiernamaals ook de auto niet kwijt kan. Het humoristische effect kan hierbij bereikt worden wanneer de kijker een verband legt met de verkeersdrukte in het huidige leven. Vervolgens zegt de vader nogmaals over de muur heen te hebben mogen kijken. Daaropvolgend zegt hij echter “China is groot”, wat incongruent lijkt met zijn eerdere uitspraak over het hiernamaals. Deze incongruentie kan opgelost worden als de kijker de muur waar de vader over sprak herinterpreteert als de Chinese Muur. Daar de humor in dit fragment gericht is op een mogelijk leven na de dood, is het te typeren als filosofische humor.

Tot slot zijn er twee fragmenten geselecteerd met nonsens humor. Dit betrof ten eerste een uitzending van *De Jakhalsen*, waarin een nieuw fenomeen van zogeheten “misheard lyrics” wordt besproken. Daarbij worden verschillende stukjes uit videoclips getoond met woorden of zinsdelen als ondertiteling die vocaal lijken op de originele songtekst. Bijvoorbeeld in het Engelstalige lied “Could You Be Loved” van Bob Marley wordt de gezongen tekst “Say something” verdraaid door tegelijkertijd het Nederlandse woord “Theezakje” in beeld te tonen. Het betreft hier nonsens humor, omdat neutrale woorden uit een lied komisch worden gemaakt door anderstalige woorden erbij te tonen die hetzelfde klinken, maar die de inhoud van het lied onzinnig maken.

Het tweede geselecteerde videofragment met nonsens humor betrof een fragment uit *Piets Weerbericht*, dat werd vertoond in een uitzending van *De Wereld Draait Door*. Piet Paulusma eindigt het weerbericht normaliter door anderen “oant moarn” (tot morgen) te laten zeggen. In dit fragment komt hij op een boerderij met pasgeboren lammetjes en vraagt met de microfoon in zijn handen richting een lammetje in de armen van de boer: “Die kunnen vast geen oant moarn zeggen?” Het lammetje blaast vervolgens in de microfoon, wat klinkt als “nee” en als zodanig wordt ondertiteld. Ook dit is als nonsens humor te typeren, omdat het dierlijke geluid hier een andere, dubbele betekenis krijgt. Er wordt immers gesteld dat het dier niet kan spreken, wat door het “nee”-antwoord van het dier tegelijkertijd wordt bevestigd (nee, dieren kunnen niet spreken) als ontkend (het dier kan “nee” zeggen). Een uitgebreide beschrijving van de plot en bron van de in deze paragraaf besproken videofragmenten is opgenomen in Bijlage 3.

---

## Procedure

Op grond van een kleine pilotstudy ( $N = 5$ ) en feedback over de gebruiksvriendelijkheid is de opzet van het experiment aangepast tot de huidige vorm. Aanpassingen betroffen de willekeurige afwisseling van vragen na elk fragment, het benadrukken (vet drukken) van de kernwoorden in de vragenlijst, het toevoegen van een extra link naar het fragment boven elke vragenlijst (in het geval dat de participanten per ongeluk op “verder” hadden geklikt zonder het fragment te hebben gezien) en het benadrukken in de instructie dat de fragmenten zowel beeld als geluid bevatten (aangezien bij een deelnemer het videobeeld zwart bleef). Bovendien kregen de participanten in de pilotstudy twee fragmenten van etnische humor over outgroups te beoordelen, waarna het fragment dat gemiddeld genomen het minst extreem werd beoordeeld voor het huidige experiment geselecteerd is (om een plafondeffect te voorkomen).

Participanten begonnen het experiment via de toegezonden link, waarbij zij random over de acht condities (zie Figuur 1) werden verdeeld. *Informed consent* (geïnformeerde toestemming) werd hierbij verkregen door de instemming die de participant impliciet gaf bij de beslissing om de link – die geplaatst was onder informatie over het onderzoek (zie Bijlage 1 en 2) – te openen. Hierna kregen de participanten eerst een korte introductie over het onderzoek en een globale instructie te lezen (zie Bijlage 4). Het eerste videofragment dat zij vervolgens te zien kregen (een testfragment), bevatte neutrale (nonsens) humor van een cheeta die een rendier achterna rent in het wild en die even later als in een hardloopwedstrijd wordt ingehaald door een schreeuwende man. Dit testfragment werd in alle condities als eerste vertoond om de participant te laten wennen aan de vraagstelling die na elk fragment zou volgen en om uitval te voorkomen. Wanneer personen in de experimentele (MS) conditie direct geconfronteerd zouden worden met het denken aan hun eigen sterfelijkheid, zou dit immers het plezier in het onderzoek kunnen verminderen en bovendien tegenstrijdig lijken met de beloofde videofragmenten in het onderzoek.

Vervolgens kregen de participanten de schrijfpdracht voorgelegd over de dood of de bioscoop (zie Bijlage 4). Dit werd aan hen gepresenteerd als een gedachtetaak om inzicht te krijgen in hun gedachtewereld. Daaropvolgend kreeg de participant de eerste rebus voorgelegd dan wel het tweede videofragment, afhankelijk van de conditie waarin de participant was ingedeeld. Deze condities hadden immers een verschillende volgorde van de humorfragmenten en een verschillend moment van afleiding. Het experiment verliep verder volgens een van de volgordes zoals weergegeven in Figuur 1.

---

In het laatste deel van het experiment werd er om relevante achtergrondgegevens van de participanten gevraagd, te weten leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, nationaliteit en geloofsovertuiging (zie Bijlage 4). Bij de vraag over nationaliteit werd eveneens gevraagd naar de mate waarin de participant zichzelf als Nederlander beschouwt op een zevenpuntsschaal. Wanneer participanten zich immers niet of nauwelijks als Nederlander beschouwden, zou dit kunnen betekenen dat de veronderstelde verdediging van het culturele (Nederlandse) wereldbeeld bij hen verminderd optreedt. Een vraag over geloofsovertuiging werd relevant geacht, omdat uit eerder onderzoek is gebleken dat gelovige personen minder vatbaar zijn voor het MS-effect op de verdediging van het culturele wereldbeeld als gevolg van de toegankelijkheid van hun religieuze opvattingen (Norenzayan, Dar-Nimrod, Hansen, & Proulx, 2009). Er werd daarom eveneens op een zevenpuntsschaal gevraagd in hoeverre de participanten zichzelf beschouwden als een gelovige, zodat eventueel op deze persoonsvariabele gecontroleerd kon worden. Ook werd er gevraagd wat de participant dacht dat er met het onderzoek bereikt kon worden als een manipulatie-check. Als participanten immers kennis hadden van de TMT en/of juiste vermoedens hadden over de onderzoekshypotheses in dit experiment, zou dit hun werkelijke respons beïnvloed kunnen hebben. Bovendien werd gevraagd naar de algemene humorvoorkeuren, zodat hier eventueel in de analyse voor gecontroleerd kon worden. Tot slot is er voor de participanten een ruimte vrij gelaten voor eventuele opmerkingen en/of vragen. De online questionnaire eindigde met een dankwoord en de vraag om niet met anderen over de inhoud van het experiment te spreken, omdat dit de mening van andere deelnemers kan beïnvloeden.

Na afloop zijn de gegevens in SPSS 16.0 bewerkt en geanalyseerd (zie volgende hoofdstuk). Hierbij is een alpha-level van .05 gehanteerd en zijn parametrische tests gebruikt wanneer aan de daarvoor geldende testassumpties (zoals normale verdeling en homogeniteit van variantie) werd voldaan.

Na de verwerking van de onderzoeksresultaten zijn de participanten per mail op de hoogte gebracht van het precieze doel en de uitkomsten van het onderzoek (*debriefing*, zie Bijlage 5).

---

## Onderzoeksresultaten

### Vooranalyses

*Manipulatie-check.* Als manipulatie-check zijn de open antwoorden van de participanten bekeken bij de vraag wat zij dachten dat er met het experiment onderzocht kon worden. Slechts drie mensen rapporteerden over de relatie met (aspecten van) de TMT. Deze personen zijn zoals vermeld verwijderd uit de analyses, omdat zij mogelijk sociaal wenselijk hebben geantwoord bij de humor over in- en outgroups. De meeste participanten vermoedden dat het onderzoek ging over humor in relatie tot demografische gegevens en/of de mening van mensen over verschillende typen humor. Dit is een indicatie dat de manipulatie om mensen zonder argwaan te laten schrijven over hun gedachten over de dood gewerkt heeft.

*Betrouwbaarheidstoets.* Een betrouwbaarheidsanalyse is uitgevoerd voor de vier items van de geconstrueerde appreciatieschaal met de inverse schaalwaardes van “afkeer” (i.e. geen afkeer) om vast te stellen of de items een betrouwbare schaal vormen. “Geen afkeer” bleek zwak tot matig te correleren met de overige items en wanneer dit item verwijderd zou worden, zou de betrouwbaarheidscoëfficiënt Cronbach’s alpha ( $\alpha$ ) circa een tiende toenemen met Cronbach’s  $\alpha > .86$ . Dit is in overeenstemming met de bevinding van Ruch en Hehl (1998) dat wanneer humor niet grappig gevonden wordt, dit niet per definitie betekent dat er sprake is van afkeer. Op grond van de betrouwbaarheidsanalyse is de variabele humorwaardering (-6 tot 6) aangemaakt door het gemiddelde van de items “grappig”, “lachen” en “goed” te nemen en er vervolgens de waarde van “afkeer” af te halen.

*Testassumpties.* Om parametrische tests te kunnen gebruiken, moesten de scores normaal verdeeld zijn (Peer, Hakemulder, & Zyngier, 2007, p. 258). Uit de Kolmogorov-Smirnov-test bleek dat de appreciatiescores (de combinatie van de vier schaalitems) van de satire, sick en seksistische humor normaal verdeeld waren in de acht condities (zoals in Figuur 1 weergegeven),  $ps > .05$ . De appreciatiescores van de filosofische humor waren in alle condities behalve de experimentele conditie met volgorde D normaal verdeeld. De overige scores waren over het algemeen niet normaal verdeeld in de condities,  $ps < .05$ . Voor de hypothesen omtrent deze appreciatiescores zijn daarom de minder krachtige niet-parametrische tests gebruikt.

---

## Hypothesetoetsing

*Appreciatie van verschillende humortypen.* De eerste deelvraag was welke humortypen na mortality salience (MS) meer en minder gewaardeerd zouden worden. Verwacht werd dat etnische humor die het eigen geaccepteerde culturele wereldbeeld of de ingroup betreft minder gewaardeerd zou worden na MS. Wanneer deze humor in de eerste helft van het experiment vertoond werd, leek de etnische humor iets meer gewaardeerd te worden als er geen sprake was van MS ( $M = 1.82$ ,  $SD = 2.95$ ) dan wanneer er wel sprake was van MS ( $M = 1.55$ ,  $SD = 3.32$ ). Dit verschil bleek niet significant uit de Mann-Whitney-test,  $U = 1593.00$ ,  $z = -0.33$ ,  $p = .74$ ,  $r = -.03$ . De hypothese kan op grond van deze uitkomst niet worden aangenomen; mortality salience zou buiten de steekproef (in de populatie) geen invloed hebben op de appreciatie van etnische humor over de ingroup.

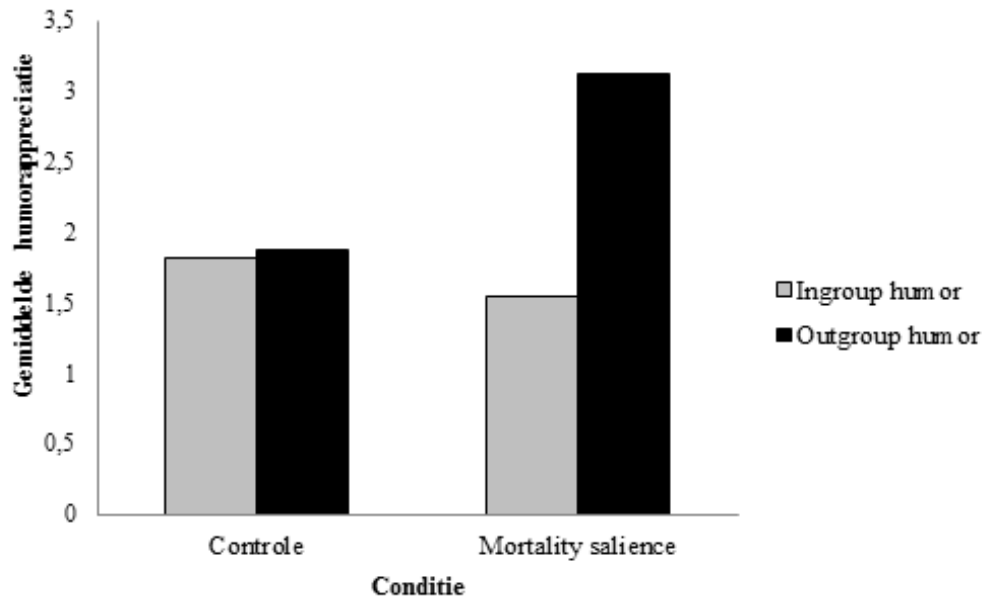
Daarnaast werd verwacht dat etnische humor over andermans culturele wereldbeeld of een outgroup meer gewaardeerd zou worden wanneer men heeft gedacht aan de eigen sterfelijkheid. De Mann-Whitney-test is uitgevoerd om de invloed van MS te meten op de appreciatie van etnische humor na cognitieve afleiding in de eerste helft van het experiment (aangezien verwacht werd dat dit humortype verband houdt met distale verdediging). In de experimentele MS-conditie werd de etnische humor over de outgroup gemiddeld meer gewaardeerd ( $M = 3.13$ ,  $SD = 2.61$ ) dan in de controleconditie ( $M = 1.88$ ,  $SD = 3.58$ ). Dit verschil was niet significant,  $U = 206.50$ ,  $z = -1.03$ ,  $p = .30$ , hoewel het een klein effect representeerde ( $r = -.15$ ).<sup>2</sup> In de populatie zou mortality salience volgens deze uitkomst geen invloed hebben op de appreciatie van etnische humor over outgroups.

Het veronderstelde interactie-effect tussen enerzijds MS en anderzijds humor over de ingroup versus outgroup op humorappreciatie kon niet onderzocht worden met een benodigde non-parametrische test. Wanneer met enige voorzichtigheid een parametrische tweeweg-ANOVA werd uitgevoerd, werd geen significant interactie-effect gevonden,  $F(1, 99) = 2.01$ ,  $p = .16$  ( $\eta_p^2 = .02$ ).<sup>3</sup> Het kleine interactie-effect was desondanks zichtbaar in de gemiddelden; na MS leken participanten etnische humor meer te waarderen als het op de outgroup gericht was en nagenoeg gelijk (eerder minder) als het op de ingroup gericht was ten opzichte van de controleconditie, waarin geen sprake was van MS (zie Figuur 2).

---

<sup>2</sup> De (handmatig berekende) effectgroottes  $r$  duiden op een kleine effectgrootte bij  $r = .1$ , middelgroot bij  $r = .3$  en groot bij  $r = .5$  (Field, 2009).

<sup>3</sup> *Partial eta squared*,  $\eta_p^2$ , is een maat voor de effectgrootte, waarbij .14 wordt beschouwd als een groot effect, .06 als middelmatig en .01 als een klein effect.



Figuur 2. Gemiddelde waardering van etnische humor over de ingroup en outgroup per conditie (niet-significant interactie-effect).

Verwacht werd dat satirische humor omtrent andermans culturele wereldbeeld meer gewaardeerd zou worden na MS. Met een *t*-toets is gekeken naar de invloed van de manipulatie op de appreciatie van satire in de eerste twee (vrijwel identieke) volgordecondities (zie Figuur 1), omdat in volgorde-condities C en D de satire in zowel de experimentele als controleconditie na doodgerelateerde humor plaatsvond (welke verondersteld werd een MS-effect te hebben). Er was geen significant verschil tussen de experimentele ( $M = -0.70$ ,  $SD = 3.32$ ) en controlegroep ( $M = -0.81$ ,  $SD = 3.17$ ) wat betreft de appreciatie van satire,  $t(113) = -0.18$ ,  $p = .89$ . De hypothese dat mortality salience een positieve invloed heeft op de appreciatie van satire omtrent een outgroup, kan op grond van dit resultaat niet worden aangenomen.

Daarnaast werd verwacht dat seksistische humor over vrouwen meer gewaardeerd zou worden door mannen (outgroup) na MS, maar dat deze minder gewaardeerd zou worden door vrouwen (ingroup) na MS. Hier werd met andere woorden een interactie-effect verwacht van sekse en conditie op de humorappreciatie. In de controleconditie waardeerden de mannen de seksistische humor over vrouwen gemiddeld meer ( $M = 0.75$ ,  $SD = 3.28$ ) dan de vrouwen ( $M = -1.30$ ,  $SD = 2.66$ ). Na de MS-manipulatie waardeerden de mannelijke participanten de humor gemiddeld nog meer ( $M = 1.24$ ,  $SD = 1.94$ ), maar ook de vrouwen waardeerden de humor – in tegenstelling tot wat verwacht werd – meer na MS ten opzichte van de controlegroep ( $M = -0.21$ ,  $SD = 2.85$ ). Uit de ANOVA bleek er geen



---

significant interactie-effect te bestaan,  $F(1, 97) = 0.29, p = .59$ , noch was het kleine hoofdeffect van de manipulatie significant,  $F(1, 97) = 2.04, p = .16, \eta_p^2 = .02$ . Wel werd er een significant hoofdeffect van geslacht gevonden,  $F(1, 97) = 9.93, p < .01, \eta_p^2 = .09$ ; ongeacht de MS-conditie wordt seksistische humor minder gewaardeerd door vrouwen ten opzichte van mannen. Volgens deze uitkomst heeft mortality salience – in tegenstelling tot geslacht als individueel kenmerk – geen invloed op de appreciatie van seksistische humor over vrouwen.

Verwacht werd dat doodgerelateerde sick humor minder gewaardeerd zou worden als er reeds sprake is van MS. Uit de  $t$ -toets bleek dat er geen significant verschil was tussen de humorwaardering van participanten na de MS-manipulatie ( $M = -0.74, SD = 2.76$ ) en participanten in de controleconditie ( $M = -1.00, SD = 3.11$ ),  $t(214) = -0.64, p = .52$ . De hypothese dat sick humor na MS minder wordt gewaardeerd, moet op grond van deze uitkomst geweigerd worden; er is geen invloed van MS waarneembaar.

De doodgerelateerde filosofische humor werd verondersteld meer geapprecieerd te worden na MS. In het huidige onderzoeksdesign was het niet mogelijk om het zuivere effect van de experimentele en controleconditie op de humorappreciatie te meten, omdat de filosofische humor in alle condities na de doodgerelateerde sick humor vertoond werd (wat mogelijk een MS-effect zou bewerkstelligen in de controleconditie). Uit de  $t$ -toets bleek dat in het algemeen filosofische humor nauwelijks hoger gewaardeerd werd in de experimentele conditie ( $M = -0.44, SD = 3.01$ ) ten opzichte van de controleconditie ( $M = -0.48, SD = 2.70$ ),  $t(214) = -0.10, p = .93$ . Mortality salience zou dus geen significante invloed hebben op de waardering van filosofische humor.

Tot slot werd verwacht dat mortality salience geen significante invloed zou hebben op de waardering van nonsens humor. Nonsens humor werd in twee videofragmenten aan de participanten vertoond, namelijk in de eerste en tweede helft van het experiment. De Mann-Whitney-test is gebruikt om de verschillen te toetsen tussen de experimentele en controleconditie in appreciatie van nonsens humor in de eerste helft van het experiment. Het fragment met de nonsens humor van het ontkennende lammetje bleek significant meer gewaardeerd te worden na de MS-manipulatie ( $M = 3.20, SD = 2.26$ ) ten opzichte van wanneer er geen sprake was van MS ( $M = 2.42, SD = 2.39$ ),  $U = 1280.00, z = -2.09, p < .05$ , met een klein tot middelgroot effect ( $r = -.19$ ). Het fragment met nonsens humor over songteksten (welke later in het experiment werd vertoond) werd echter niet significant meer gewaardeerd na MS,  $U = 1153.00, z = -0.73, p = .46, r = -.07$ . In beide condities was de gemiddelde humorwaardering circa 3.80, met voor de MS-conditie een iets hogere

gemiddelde *ranking*-score (53.38) en mediaan (4.67) dan de controleconditie (49.09/4.33). De hypothese dat MS geen significante invloed zou hebben op de appreciatie van nonsens humor kan dus niet worden geaccepteerd; nonsens humor zou meer gewaardeerd worden kort nadat men gedacht heeft aan de eigen sterfelijkheid.

*Proximale en distale verdediging.* De tweede deelvraag was of humorappreciatie verband houdt met proximale of distale verdediging in het geval van mortality salience. Verwacht werd dat de appreciatie van minachtende humor verband zou houden met distale verdediging. Hiervoor is de Kruskal-Wallis-test uitgevoerd voor volgorde-condities C en D van zowel de experimentele als controleconditie (zie condities in Figuur 1). Participanten waardeerden etnische humor over de outgroup na MS meer als er eerst cognitieve afleiding plaatsvond dan wanneer er geen sprake was van MS en/of afleiding (zie Tabel 2). Deze indicatie voor distale verdediging is echter niet significant bevonden,  $H(3) = 1.33, p = .72$ .

Tabel 2

*Gemiddelde Scores (M) voor het Hoofdeffect van Conditie (MS-Manipulatie en Moment van Cognitieve Afleiding) op Appreciatie van Etnische Humor over de Outgroup met Standaarddeviatie (SD) en Groepsgrootte (N)*

	Mortality salience		Controle	
	Geen afleiding (Proximaal)	Afleiding (Distaal)	Geen afleiding (Proximaal)	Afleiding (Distaal)
Appreciatie (M)	2.05 <sub>a</sub>	3.13 <sub>b</sub>	2.36 <sub>a</sub>	1.88 <sub>a</sub>
N	27	18	28	28
SD	3.25	2.61	3.54	3.58

*Noot.* De gemiddelden die in de onderzoekspopulatie het meest van elkaar verschilden, ondanks dat deze verschillen niet significant zijn bevonden en dus niet gegeneraliseerd kunnen worden naar de bevolking, zijn hier aangegeven met een verschillend cijfer als subscript ( $r = -.15, -.08$  en  $-.15$  tussen b- en a-scores v.l.n.r.). Er zou sprake zijn van distale verdediging wanneer alleen de appreciatiescore in de MS-conditie bij afleiding afwijkt van de overige scores, waar deze scores op lijken te duiden ( $r = -.00$  tot  $-.07$  tussen a-scores).

Daarnaast werd verwacht dat de appreciatie van doodgerelateerde humor verband zou houden met proximale verdediging. Dit is onderzocht met de Kruskal-Wallis-test voor de filosofische humorappreciatie in volgorde-condities C en D. Hier was echter geen zuivere controleconditie aanwezig, omdat in alle condities de filosofische humor na de

---

doodgerelateerde sick humor plaatsvond. De humor werd het hoogst gewaardeerd in de MS-conditie en na de cognitieve afleiding. In de MS-conditie was de gemiddelde humorappreciatie namelijk 0.44 ( $SD = 2.79$ ) na de cognitieve afleiding ten opzichte van -0.58 ( $SD = 2.52$ ) direct na de doodgerelateerde sick humor. In de controleconditie was de gemiddelde waardering -1.07 ( $SD = 2.89$ ) na de cognitieve afleiding ten opzichte van -1.29 ( $SD = 2.55$ ) direct na de sick humor. De verschillen tussen de groepen – die het meest op distale verdediging leken – waren niet significant,  $H(3) = 5.25, p = .16$ . De hypothese dat de appreciatie van doodgerelateerde humor met proximale verdediging samenhangt, kan op grond van deze uitkomst niet worden aangenomen.

Opvallend is dat (volgens de Kruskal-Wallis-test bij volgorde-condities A en B) de appreciatie van de nonsens humor in de onderzoekspopulatie eveneens iets meer werd gewaardeerd na de MS-manipulatie, maar juist niet na cognitieve afleiding. Direct na de doodgerelateerde sick humor was de gemiddelde waardering van nonsens humor 3.91 ( $SD = 2.26$ ) ten opzichte van 3.60 ( $SD = 2.23$ ) na de cognitieve afleiding. In de controlegroep was de gemiddelde humorwaardering nagenoeg gelijk (circa 3.25), al tonen de gemiddelde ranking-scores dat direct na de sick humor de waardering voor nonsens humor iets hoger neigt te worden (58.02) dan na distractie (49.54). Dit lijkt te duiden op proximale verdediging. Significant zijn de verschillen echter niet,  $H(3) = 3.42, p = .33$ .

*Mortality salience bij doodgerelateerde humor.* De derde deelvraag was of aan de dood gerelateerde humor op zichzelf een even sterk MS-effect kan bewerkstelligen als het expliciet denken over de eigen sterfelijkheid. Verondersteld werd dat het MS-effect op zou treden bij de receptie van doodgerelateerde sick en filosofische humor, maar dat dit effect minder sterk zou zijn dan na de expliciete MS-manipulatie. Aangezien er geen zuivere controleconditie mogelijk was, is voor deze hypothese gekeken of de appreciatie van de verschillende humortypen na de doodgerelateerde humor in de controleconditie enigszins verschilde ten opzichte van de experimentele MS-conditie. Er werden met de  $t$ -toets en Mann-Whitney-test geen significante verschillen gevonden in de gemiddelden,  $ps > .05$ . De groepsgemiddelden waren bovendien tegengesteld aan de veronderstelde richting; vooral outgroup humor werd meer en ingroup humor iets minder geapprecieerd na doodgerelateerde humor zonder de MS-taak (zie Tabel 3). Dit betekent dat – als de hypothesen over de invloed van MS op humorappreciatie kloppen – het MS-effect even sterk (en mogelijk sterker) is na doodgerelateerde humor als na expliciete gedachten over de dood.

Tabel 3

*Gemiddelde Appreciatiescores (M) met Standaarddeviaties (SD) van Etnische Humor over de Ingroup en Outgroup, Satire en Nonsens Humor na Doodgerelateerde Humor in de Controlegroep (n = 56) en de MS-Manipulatie-Groep (n = 45-59)*

	Enkel doodgerelateerde humor		Doodgerelateerde humor plus MS-taak	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ingroup humor	2.76	2.83	3.10	2.59
Outgroup humor	3.49	2.31	2.80	3.21
Satire	0.11	3.15	0.04	3.02
Nonsens humor	3.58	2.37	3.76	1.85

*Noot.* Voor de appreciatiescores van de etnische humor over een outgroup is gekeken naar volgorde-condities C en D, voor de overige humortypen naar volgorde-condities A en B (zie Figuur 1).

### Aanvullende analyses

De volgorde waarin humorfragmenten vertoond werden (zie Figuur 1), leek de waardering mede te beïnvloeden. Een opmerkelijk verschil was in de controlegroep waarneembaar in de appreciatie van doodgerelateerde sick humor die volgde na etnische humor over de ingroup ( $M = -0.23$ ,  $SD = 2.72$ ) en de appreciatie van sick humor die volgde na etnische humor over de outgroup ( $M = -1.77$ ,  $SD = 3.31$ ). In de experimentele MS-conditie was een dergelijk verschil tussen de waardering van sick humor na ingroup humor ( $M = -0.75$ ,  $SD = 2.56$ ) en na outgroup humor ( $M = -0.73$ ,  $SD = 3.04$ ) niet waarneembaar. Het verschil in humorappreciatie tussen alle condities was significant,  $F(3, 212) = 2.78$ ,  $p < .05$ . Uit de Bonferroni-test bleek dat sick humor in de controleconditie (waar participanten nog niet eerder geconfronteerd waren met de dood) na etnische humor over de ingroup significant meer gewaardeerd werd dan na outgroup humor ( $p < .05$ ).

Een zelfde patroon werd gevonden in de appreciatie van de doodgerelateerde filosofische humor. De gemiddelde waardering van filosofische humor binnen de controlegroep was significant lager als dit voorafgegaan werd door etnische humor over de outgroup ( $M = -1.27$ ,  $SD = 2.72$ ) ten opzichte van wanneer eerder in het experiment minachtende humor over de ingroup was vertoond ( $M = 0.26$ ,  $SD = 2.54$ ),  $t(110) = 2.70$ ,  $p < .01$ ,  $r = .26$ . In de experimentele groep verschilden de humorappreciatiescores niet significant ( $M = -0.21$ ,  $SD = 2.61$ ;  $M = -0.62$ ,  $SD = 3.29$ ;  $p > .05$ ).

---

## Conclusies en discussie

In de huidige studie is onderzocht welke invloed mortality salience heeft op de appreciatie van verschillende typen humor in audiovisuele media. Ten eerste is onderzocht of videofragmenten met disparaging/minachtende humor – te weten satire, seksistische en etnische humor – over de outgroup meer gewaardeerd worden na mortality salience. Verondersteld werd immers dat men via het afkeuren dan wel appreciëren van dergelijke humor het eigen culturele wereldbeeld zou kunnen verdedigen en het self-esteem verhogen, wat volgens de terror management theorie een copingmechanisme is voor het omgaan met de angstwekkende gedachte aan de eigen sterfelijkheid (Pyszczynski, Greenberg, Solomon et al., 2004). Daarbij is eveneens onderzocht of etnische en seksistische humor gericht op de ingroup minder gewaardeerd worden na mortality salience. Uit het onderzoek is gebleken dat de verschillende minachtende humortypen niet significant meer of minder gewaardeerd worden wanneer er sprake is van mortality salience. Ook wordt de appreciatie van aan dood gerelateerde filosofische en sick humor – in tegenstelling tot wat verwacht werd – volgens dit onderzoek niet significant beïnvloed door mortality salience. Gebleken is echter (onverwacht) dat de appreciatie van nonsens humor meer gewaardeerd wordt kort na mortality salience (maar niet na langere tijdsduur).

Daarnaast is onderzocht of humorappreciatie in het geval van mortality salience verband houdt met proximale verdediging (zoals ontkenning van de eigen sterfelijkheid) of distale verdediging (zoals verdediging van het eigen culturele wereldbeeld). Humorappreciatie bleek geen significante vorm te zijn van proximale of distale verdediging. Bovendien is getracht te onderzoeken of aan de dood gerelateerde humor op zichzelf een even sterk mortality salience-effect kan bewerkstelligen als het expliciet denken over de eigen sterfelijkheid. De humorwaardering bleek niet te verschillen na doodgerelateerde humor versus confronterende gedachten. Of doodgerelateerde humor een MS-effect kan veroorzaken, kon echter – hoewel aannemelijk – niet betrouwbaar worden vastgesteld.

Ondanks dat er vrijwel geen significante uitkomsten waren, gingen enkele resultaten wel de verwachte richting op. Binnen de onderzoekspopulatie had mortality salience een afwijkende invloed op de waardering van etnische humor over de ingroup en outgroup; na mortality salience werd outgroup humor hoger gewaardeerd ten opzichte van wanneer mortality salience afwezig was, terwijl humor die de ingroup betrof niet hoger en

---

– tegen de verwachting in – niet veel lager werd gewaardeerd. Seksistische humor over het vrouwelijk geslacht werd door mannelijke participanten (de outgroup) eveneens meer gewaardeerd na mortality salience, wat tegen de verwachting in ook bij vrouwen (de ingroup) waarneembaar was. Dit zou kunnen betekenen dat de participanten na geconfronteerd te zijn geweest met de eigen sterfelijkheid vooral behoefte hadden aan humor die andere groepen belachelijk maakt, maar dat zij tegelijkertijd kleinerende humor over de eigen (sub)groep niet minder waarden dan normaal.

De aanwijzing dat humor over outgroups meer gewaardeerd wordt na mortality salience is consistent met bevindingen uit de TMT dat positieve reacties naar degenen die het culturele wereldbeeld verdedigen toenemen (Greenberg et al., 2000). Dat er geen verschil is gevonden in waardering van humor over de ingroup is echter tegenstrijdig met eerdere bevindingen dat herinneringen aan de dood leiden tot een toename in negatieve reacties naar diegenen die het culturele wereldbeeld of de ingroup uitdagen. Een verklaring zou kunnen zijn dat men beseft dat het primair om grappen gaat (in plaats van kleineringen) en het daarom minder als aanval ervaart op hun culturele wereldbeeld of ingroup, zodat distale verdediging hierbij geen rol speelt. Dat humor over een outgroup wel meer gewaardeerd wordt na mortality salience zou daarbij verklaard kunnen worden door de bindende functie ervan, het verhoogde groepsgevoel waar mede de eigenwaarde door bepaald wordt en waar in tijden van doodsangst meer behoefte aan zou kunnen zijn (Ferguson & Ford, 2008).

In tegenstelling tot wat verwacht werd, verschilde de waardering van satire met een outgroup-lid als target echter niet na mortality salience. Dit zou verklaard kunnen worden door het gegeven dat de zender van de gebruikte satire niet nadrukkelijk tot de Nederlandse ingroup behoorde. Eerder onderzoek maakt aannemelijk dat wanneer humor over een outgroup door een ingroup wordt geproduceerd, dit meestal leuker wordt gevonden dan wanneer dezelfde humor door een outgroup wordt geproduceerd (Wyer & Collins, 1992, pp. 681-682). Bekeken vanuit een terror management-perspectief zou distale verdediging mogelijk niet optreden als een potentiële outgroup een outgroup kleineert, omdat de humor enerzijds geen bedreiging vormt voor het eigen culturele wereldbeeld en anderzijds niet expliciet het geaccepteerde culturele wereldbeeld bevestigt noch verbondenheid met de ingroup creëert.

De uitkomst dat doodgerelateerde (filosofische en sick) humor niet hoger gewaardeerd wordt na mortality salience is met name in relatie tot de bevindingen van Hackney (2011) relevant. Hackney vond immers een significant hogere appreciatie van

---

doodgerelateerde humor na mortality salience, wat hij toeschreef aan de aanwezigheid van existentiële aspecten in de grap. De alternatieve verklaring (zoals in de inleiding uitgelegd) dat zijn executiegrap veelal gepercipieerd wordt als kleinering van een outgroup dan wel een bevestiging van het culturele wereldbeeld, lijkt hierdoor aannemelijker. Dat zou eveneens kunnen verklaren waarom er in de huidige studie geen verschillen zijn gevonden; doodgerelateerde humor wordt mogelijk alleen hoger gewaardeerd als hiermee een outgroup wordt gekleineerd (waardoor het self-esteem verhoogd kan worden).

Opmerkelijk was daarnaast de bevinding dat wanneer men eerst kleinerende humor over de ingroup heeft waargenomen, zij doodgerelateerde humor significant minder waarderen ten opzichte van wanneer men eerst etnische humor over een outgroup heeft gezien. Dit zou verband kunnen houden met de verhoging van het self-esteem in het geval van kleinerende humor over een outgroup conform de superioriteitstheorie van humor (La Fave et al., 2007). Deze uitkomst lijkt bovendien consistent met eerder onderzoek waarin self-esteem als buffer tegen doodsangst werd vastgesteld (Pyszczynski, Greenberg, & Solomon, 1997). Minachtende humor over een outgroup zou dus – vanwege een verhoogd self-esteem – bescherming kunnen bieden tegen de ervaring van doodsangst, zodat men meer aanspreekbaar is voor humor over de dood; dergelijke subtiele herinneringen aan de dood worden dan mogelijk niet zozeer meer als een bedreiging gepercipieerd.

De bevinding dat de appreciatie van nonsens humor significant meer gewaardeerd wordt kort na mortality salience, in het bijzonder wanneer dit volgt op etnische humor waarin het eigen in plaats van andermans culturele wereldbeeld belachelijk wordt gemaakt, is tegenstrijdig met de bevinding van Hackney (2011). In zijn studie werd immers gevonden dat nonsens humor (een pun) na mortality salience significant minder gewaardeerd wordt. Een mogelijke verklaring is dat de distractie tussen de mortality salience en de humorreceptie in zijn studie te lang duurde en de appreciatie van nonsens humor niet verband houdt met distale verdediging maar met proximale verdediging, aangezien de nonsens humor in de huidige studie uitsluitend hoger gewaardeerd werd kort na de MS-manipulatie.

Ondanks dat deze studie geen significante uitkomsten opleverde voor humorappreciatie als proximale of distale verdediging, wijst het appreciatiepatroon in de onderzoekspopulatie erop dat er sprake zou kunnen zijn van distale verdediging in het geval van etnische humor over een outgroup (waarmee het vertrouwen in het eigen culturele wereldbeeld hersteld kan worden) en van proximale verdediging bij nonsens humor. Deze hogere waardering van nonsens humor kort na mortality salience zou



---

verklaard kunnen worden vanuit een arousalbenadering van humor in relatie tot de TMT, namelijk dat de doodsangst verminderd of onderdrukt zou kunnen worden door de humor die – als neutrale bron van afleiding – de mogelijkheid biedt om via de lachrespons de ongewenste arousal (die ervaren wordt bij doodsangst) om te zetten in positieve arousal (vrolijkheid; Martin, 2007). Deze aangeboden mogelijkheid tot coping zou dan de reden kunnen zijn dat de humor meer gewaardeerd wordt. Of dit eveneens zou gelden voor de overige humortypen, waaronder humortypen zoals scatologische en seksuele humor, die in de huidige opzet niet zijn meegenomen, zou nader onderzocht kunnen worden.

Dat de meeste gevonden kleine tot middelmatige effectgroottes van mortality salience op humorappreciatie niet significant bevonden zijn, is waarschijnlijk het gevolg van de relatief kleine steekproefgrootte. Voor het detecteren van middelgrote effecten zijn immers zo'n 85 participanten per conditie nodig, wat in dit onderzoek niet bereikt is (Cohen, 1992; Field, 2009). Naast de kleine steekproefgrootte is de heterogeniteit van de onderzoekspopulatie ongunstig. De verschillen in humorwaardering tussen de personen binnen elke conditie zijn hierdoor waarschijnlijk groter, waardoor werkelijke verschillen tussen de groepen als gevolg van mortality salience minder snel significant worden bevonden. Anderzijds is deze heterogeniteit een positief kenmerk van de studie, daar de gevonden significante resultaten gegeneraliseerd kunnen worden naar een bredere populatie.

De relatief korte cognitieve afleiding is daarnaast een mogelijk minpunt van de studie, omdat de mortality salience-effecten in het geval van distale verdediging sterker zouden zijn als er een langere tijdsduur zit tussen de manipulatie en de humortypen (Burke et al., 2010). Voor het huidige onderzoek zou dit echter te veel tijd hebben gekost.

Een beperking van het huidige onderzoek is bovendien dat de directe invloed van mortality salience niet op alle humortypen afzonderlijk onderzocht is, zodat de sequentie van fragmenten een mogelijke *confound* (verstorende invloed) is, zoals bleek uit de significante invloed van ingroup versus outgroup humor op de waardering van humor over de dood. Vervolgstudies zouden gebruik kunnen maken van meerdere between-subjects condities van de humortypen (hiervoor is echter een grote hoeveelheid participanten nodig).

Suggesties voor vervolgonderzoek zijn tot slot studies naar welke invloed mortality salience heeft op minachtende humor ten aanzien van de ingroup wanneer deze door de ingroup wordt geproduceerd (zelfspot) en op sociale satire binnen de ingroup (aangezien in de huidige studie de satire buiten de eigen cultuur plaatsvond). Een andere suggestie is het



---

nader onderzoeken van zowel de waardering als de invloeden van verschillende vormen van doodgerelateerde humor. Doodgerelateerde humor zou hiervoor als derde MS-manipulatie kunnen worden meegenomen en als een van de humortypen na de MS-manipulatie (met en zonder cognitieve afleiding voor het nagaan van proximale en distale verdediging). Zodoende kan meer inzicht verkregen worden in de functies die doodgerelateerde humor kan hebben ten aanzien van ontkenning van de eigen sterfelijkheid, verdediging van het eigen culturele wereldbeeld en van de coping omtrent doodsangst in het algemeen.

De bevinding dat mortality salience van invloed is op de appreciatie van nonsens humor zou van betekenis kunnen zijn voor televisiereclames. Dergelijke humor zou verwerkt kunnen worden in reclames die volgen op het journaal, televisieprogramma's als *Baantjer*, rampenfilms of andersoortige programma's met herinneringen aan de dood. Omdat men hierbij geconfronteerd wordt met beelden die herinneren aan de eigen sterfelijkheid en nonsens humor vervolgens meer gewaardeerd wordt, zou immers ook de reclame met nonsens humor meer gewaardeerd kunnen worden. En belangrijker: aangezien de humor geassocieerd kan worden met het reclameproduct (e.g. Strick, Baaren, Holland, & Knippenberg, 2009), zou een hogere humorwaardering samen hangen met een hogere productwaardering.

Het huidige onderzoek levert dus evidentie voor een invloed van mortality salience (conform de TMT) op de appreciatie van nonsens humor in audiovisuele media. Wanneer mensen worden geconfronteerd met de dood, waarden zij humor die niet gerelateerd is aan de dood meer dan wanneer zij niet aan de eigen sterfelijkheid hebben gedacht. Voor een invloed van mortality salience op de appreciatie van minachtende en doodgerelateerde humortypen in audiovisuele media is geen significante evidentie, hoewel er aanwijzingen zijn dat humor over outgroups (geproduceerd door de ingroup) meer gewaardeerd wordt na mortality salience. Outgroup humor lijkt bovendien een significante beschermende functie te vervullen tegen de ervaring van doodsangst in de nabije toekomst. Vervolgonderzoek met een grotere en homogener onderzoekspopulatie is dan ook aangeraden, gezien de aanwijzingen dat mortality salience onder de participanten minimaal een rol speelde in hun perceptie ofwel appreciatie van humoristische mediacontent. Kortom, appreciatie van humor in media kan niet alleen individueel, maar ook situationeel verschillen: Er is humor na de dood.

---

## Referentielijst

- Arndt, J., Greenberg, J., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (1997). Subliminal exposure to death-related stimuli increases defense of the cultural worldview. *Psychological Science*, 8, 379-385.
- Arndt, J., Greenberg, J., Solomon, S., Pyszczynski, T., & Simon, L. (1997). Suppression, accessibility of death-related thoughts, and worldview defense: Exploring the psychodynamics of terror management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 5-18.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2004). *Film art: An introduction* (7<sup>e</sup> ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2004). Developing a typology of humor in audiovisual media. *Media Psychology*, 6, 147-167.
- Burke, B. L., Martens, A., & Faucher, E. H. (2010). Two decades of terror management theory: A meta-analysis of mortality salience research. *Personality and Social Psychology Review*, 14(2), 155-195.
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155-159.
- Dechesne, M. (2001). *Flexible and rigid reactions to reminders of mortality: Some further explorations of terror management theory* (ongepubliceerde doctoraal proefschrift). Katholieke Universiteit Nijmegen, Nijmegen.
- Durkin, K. F. (2003). Death, dying, and the dead in popular culture. In C. D. Bryant (Ed.), *Handbook of death and dying* (pp. 43-49). London: Sage Publications.
- Earleywine, M. (2011). *Humor 101*. New York: Springer Publishing Company.
- Ferguson, M. A., & Ford, T. E. (2008). Disparagement humor: A theoretical and empirical review of psychoanalytic, superiority, and social identity theories. *Humor: International Journal of Humor Research*, 21(3), 283-312.
- Field, A. P. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3<sup>e</sup> ed.). Londen: Sage Publications.
- Goldenberg, J. L., Pyszczynski, T., Johnson, K. D., Greenberg, J., & Solomon, S. (1999). The appeal of tragedy: A terror management perspective. *Media Psychology*, 1(4), 313-329.
- Goodwin, C. J. (2008). *Research in psychology: Methods and design* (5<sup>e</sup> ed.). Chichester: Wiley.

- 
- Greenberg, J., Arndt, J., Simon, L., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (2000). Proximal and distal defenses in response to reminders of one's mortality: Evidence of a temporal sequence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 91-99.
- Greenberg, J., Pyszczynski, T., Solomon, S., Simon, L., & Breus, M. (1994). Role of consciousness and accessibility of death-related thought in mortality salience effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 627-637.
- Hackney, C. H. (2011). The effect of mortality salience on the evaluation of humorous material. *The Journal of Social Psychology*, 151(1), 51-62.
- Hall, S. Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79* (pp. 128-138). London: Hutchinson, 1980.
- Harmon-Jones, E., Simon, L., Greenberg, J., Pyszczynski, T., Solomon, S., & McGregor, H. (1997). Terror management theory and self-esteem: Evidence that increased self-esteem reduces mortality salience effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(1), 24-36.
- Hayes, J., Schimel, J., Arndt, J., & Faucher, E. H. (2010). A theoretical and empirical review of the death-thought accessibility concept in terror management research. *Psychological Bulletin*, 136(5), 699-739.
- Hirschberger, G. (2006). Terror management and attributions of blame to innocent victims: Reconciling compassionate and defensive responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(5), 832-844.
- Klimmt, C. (2011). Media psychology and complex modes of entertainment experiences. *Journal of Media Psychology*, 23(1), 34-38.
- La Fave, L., Haddad, J., & Maesen, W. A. (2007). Superiority, enhanced self-esteem, and perceived incongruity humour theory. In A. J. Chapman & H. C. Foot (Eds.), *Humor and laughter: Theory, research, and applications* (3<sup>e</sup> ed., pp. 63-92). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Landau, M. J., et al. (2004). A function of form: Terror management and structuring the social world. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(2), 190-210.
- Livingstone, S. M. (1998). *Making sense of television: The psychology of audience interpretation*. London: Routledge.
- Lynch, O. H. (2002). Humorous communication: Finding a place for humor in communication research. *Communication Research*, 12, 423-445.

- 
- Magee, R. G., & Kalyanaraman, S. (2009). Effects of worldview and mortality salience in persuasion processes. *Media Psychology, 12*, 171-194.
- Martin, G. N., Sadler, S. J., Barrett, C. E., & Beaven, A. (2008). Measuring responses to humor: How the testing context affects individuals' reaction to comedy. *Humor: International Journal of Humor Research, 21*(2), 143-156.
- Martin, R. A. (2007). *The psychology of humor: An integrative approach*. London: Elsevier Academic Press.
- Norenzayan, A., Dar-Nimrod, I., Hansen, I. G., & Proulx, T. (2009). Mortality salience and religion: Divergent effects on the defense of cultural worldviews for the religious and the non-religious. *European Journal of Social Psychology, 39*, 101-113.
- Peer, W. van, Hakemulder, F., & Zyngier, S. (2007). *Muses and measures: Empirical research methods for the Humanities*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., & Solomon, S. (1997). Why do we need what we need? A terror management perspective on the roots of human social motivation. *Psychological Inquiry, 8*(1), 1-20.
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., & Solomon, S. (1999). A dual-process model of defense against conscious and unconscious death-related thoughts: An extension of terror management theory. *Psychological Review, 106*(4), 835-845.
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., Solomon, S., Arndt, J., & Schimel, J. (2004). Why do people need self-esteem? A theoretical and empirical review. *Psychological Bulletin, 130*, 435-468.
- Pyszczynski, T., Solomon, S., & Greenberg, J. (2002). *In the wake of 9/11: The psychology of terror*. Washington: American Psychological Association.
- Ruch, W., & Hehl, F. J. (1998). A two-mode model of humor appreciation: Its relation to aesthetic appreciation and simplicity-complexity of personality. In W. Ruch (Ed.), *The sense of humor: Explorations of a personality characteristic* (pp. 109-142). New York: Mouton de Gruyter.
- Schachtman, B. N. (2005). Black comedy. In M. Charney (Ed.), *Comedy: A geographical and historical guide* (pp. 167-184). Westport: Praeger Publishers.
- Solomon, S., Greenberg, J., & Pyszczynski, T. (1991). Terror management theory of self-esteem. In C. R. Snyder & D. R. Forsyth (Eds.), *Handbook of social and clinical psychology: The health perspective* (pp. 21-40). New York: Pergamon Press.

- 
- Strick, M., Baaren, R. B. van, Holland, R. W., & Knippenberg, A. van. (2009). Humor in advertisements enhances product liking by mere association. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, *15*, 35-45.
- Vandaele, J. (2002). Humor mechanisms in film comedy: Incongruity and superiority. *Poetics Today*, *23*(2), 221-249.
- Wyer, R. S., & Collins, J. E. (1992). A theory of humor elicitation. *Psychological Review*, *99*(4), 663-388.

---

## Bijlagen

### **Bijlage 1. Bericht voor participantenwerving (e-mailversie)**

Beste [Naam],

Voor mijn afstudeerproject aan de Universiteit Utrecht ben ik op zoek naar volwassenen die willen deelnemen aan een leuk online onderzoek. Het onderzoek gaat over mediareceptie in relatie tot de gedachtewereld. Deelnemers krijgen via internet verschillende korte filmpjes te zien die vervolgens beoordeeld zullen worden, afgewisseld met enkele korte gedachtetaakjes. Dit onderzoek zal in totaal ongeveer 20 minuten duren, waarvan het grootste deel van de tijd wordt ingenomen door het bekijken van filmpjes.

Met uw deelname maakt u kans op een cadeaubon t.w.v. 7.50 tot 20 euro. Deze worden begin juli verloot onder de deelnemers. De verloting geschiedt via een aparte lijst met e-mailadressen van deelnemers.

Graag hoor ik of u aan dit onderzoek wilt deelnemen. U krijgt dan een unieke link naar de vragenlijst toegestuurd, die u op elk gewenst moment kunt starten. Als u andere personen weet die aan dit onderzoek mee zouden willen doen, zou u mij heel erg helpen door deze mail door te sturen.

Met vriendelijke groet,

Amanda Eppen  
mediaonderzoek@hotmail.com  
Universiteit Utrecht

---

## Bijlage 2. Deelnamemail zoals verstuurd via NetQ

Beste [!VOORNAAM!],

Wat fijn dat u aan mijn afstudeeronderzoek wilt deelnemen!

In dit onderzoek over mediabeleving krijgt u verschillende korte videofragmenten te zien. Het is daarom belangrijk dat uw geluid aan staat en dat u over Windows Media Player beschikt of filmpjes via [www.youtube.nl](http://www.youtube.nl) kunt bekijken.

Ik zou u willen vragen de filmpjes in een rustige omgeving *zelfstandig* te bekijken, omdat voor dit onderzoek uw persoonlijke mening (zonder beïnvloeding door anderen) nodig is. De gegevens zullen anoniem verwerkt worden en vertrouwelijk behandeld worden. Na afloop van dit onderzoek zullen alle gegevens worden verwijderd.

Indien akkoord, kunt u aan het mediaonderzoek beginnen door naar de volgende webpagina te gaan:

[\[!LINK!\]](#)

Gelieve het onderzoek in één keer af te ronden. Dit zal ongeveer 20 minuten duren. Bij vragen of problemen kunt u contact opnemen via onderstaand e-mailadres.

Veel plezier gewenst en alvast hartelijk bedankt voor uw deelname!

Met vriendelijke groet,

Amanda Eppen  
mediaonderzoek@hotmail.com  
Universiteit Utrecht

---

### Bijlage 3. Plot van de videofragmenten per humortype

De mediafragmenten die voor het experiment gebruikt zijn, zijn hier alfabetisch geordend op grond van het humortype. Bij elk fragment zijn de betreffende bron (primaire bron en weblink) en tijdsduur (in minuten) genoteerd. Vervolgens is er een korte toelichting bij geplaatst over de inhoud van het fragment in relatie tot het humortype. Daarna is uitgebreid de plot van de fragmenten gegeven, ingedeeld per shot. Indien er uit het originele fragment een stukje is geknipt (met behulp van Roxio Creator 2011), dan is dit aangegeven als “[Stukje eruit geknipt].” Er zijn namelijk (overbodige) stukjes uit het originele fragment geknipt wanneer de tijdsduur te lang was of wanneer er sprake was van ambiguïteit, namelijk wanneer het onderscheid tussen kleinering van ingroup- en outgroup-leden door bepaalde uitspraken onduidelijk was (zoals zelfspot in het seksistische humorfragment).

#### *Bijlage 3.1. Etnische humor*

Fragment 1. <http://www.youtube.com/embed/l5MVO57ex80>

Afkomstig uit het programma *Comedy Factory* (NPS, Nederland 2)

Duur: 2:18

Toelichting: Fragment waarin een buitenlander de Nederlandse cultuur en Nederlanders belachelijk maakt.

Plot:

0:00	<i>Medium shot</i> (een shot waarin het personage circa vanaf zijn heupen in beeld wordt gebracht, conform Bordwell & Thompson, 2004) van John Fealey, die in de microfoon zegt: “So, Holland.” (Ondertiteld als “Goh, Holland.”). [Stukje eruit geknipt] Fealey: “You’ve got more holidays than any other country in the world.” (Ondertiteld als “Jullie hebben hier de meeste feestdagen ter wereld.”)
0:08	<i>Long shot</i> (een shot waarin het personage geheel in beeld wordt gebracht en waarbij de omgeving aandacht krijgt, conform Bordwell & Thompson, 2004) van het zijaanzicht van Fealey, die op het podium staat met een microfoon in zijn handen, met op de achtergrond een deel van het publiek. [Stukje eruit geknipt]
0:09	Medium shot van Fealey die in de microfoon zegt: “And all your holidays are, they are an excuse to shut the shops.” (Ondertiteld als “Jullie feestdagen zijn gewoon ’n smoes om de winkels te sluiten.”)
0:14	Medium shot van enkele toeschouwers die lachen.



0:15	Medium shot van Fealey, die zegt: “That’s all they are. You get to the shop and then...” Fealey maakt een beweging alsof hij een rolluik dichttrekt en schudt zijn hoofd: “No.” (Ondertiteld als “Meer is ‘t niet. Kom je bij ’n winkel: Nee.”) Op de achtergrond klinkt gelach van het publiek. Fealey kijkt even naar links en zegt: “Can I buy something?” Met een dwaze toon en zijn hoofd schuddend, zegt hij vervolgens: “No...” (Ondertiteld als “Kan ik iets kopen? Nee.”) Fealey, met een verbaasde toon: “Why?” Fealey houdt zijn hand voor zich alsof hij in een boek kijkt en zegt met een Engels accent: “Pinksterdag.” (Ondertiteld als “Waarom niet? Pinksterdag.”) Op de achtergrond klinkt gelach van het publiek.
0:26	<i>Medium close-up</i> (een shot waarin het personage ongeveer vanaf de borst in beeld is gebracht, conform Bordwell & Thompson, 2004) van een toeschouwer die glimlacht. Op de achtergrond klinkt luid gelach van het publiek.
0:28	Medium shot van Fealey, die uitroept: “What?!” Fealey houdt zijn hand voor zich alsof hij in een boek kijkt om er zeker van te zijn dat hij het goed heeft en zegt nogmaals met een Engels accent: “Pinksterdag.” (Ondertiteld als “Pardon? Pinksterdag.”) Met een hoog stemmetje zegt hij: “What’s Pinksterdag?” Fealey kijkt naar beneden naar zijn handpalm en zegt op een lagere toon: “I’ve no idea... eh...” (Ondertiteld als “Wat is pinksterdag? Ik zou het niet weten.”) Op de achtergrond klinkt luid gelach van het publiek. Fealey gaat verder, kijkend naar zijn handpalm: “But it says that you can shut the shops... and eh...” (Ondertiteld als “Maar dan mag de winkel dicht.”) Op de achtergrond is kort het gelach van het publiek te horen. Fealey: “I come by next day, can I buy something today? No! Why not?” Fealey kijkt weer naar zijn handpalm en zegt met een accent: “Tweede pinksterdag.” (Ondertiteld als “De volgende dag: Vandaag dan? Nee, tweede pinksterdag.”)
0:46	Medium close-up van twee toeschouwers die elkaar aankijken en lachen. Op de achtergrond klinkt gelach vanuit het publiek. Er wordt geklapt.
0:50	Medium shot van Fealey, die schreeuwt, terwijl hij wijst richting het publiek: “You invent them. You’re inventing these holidays.” (Ondertiteld als “Jullie bedenken die feestdagen waar je bij staat.”) Op de achtergrond klinkt zacht gelach vanuit het publiek. Fealey gaat verder, wijzend naar het publiek: “Hemelvaart...”
0:58	Long shot van het zijaanzicht van Fealey die op het podium staat met een microfoon in zijn handen, met op de achtergrond een deel van het publiek. Op de achtergrond klinkt gelach van het publiek. Fealey gaat verder: “What the fuck is Hemelvaart?” (Ondertiteld als “Hemelvaart. Wat is in godsnaam Hemelvaart?”) Er klinkt kort gelach vanuit het publiek.
1:02	Medium shot van Fealey, die wijzend naar het publiek zegt: “Apparently, it’s ‘Jesus going to Heaven day.’” Fealey wijst naar boven (Ondertiteld als “Dat schijnt de dag te zijn dat Jezus naar de hemel ging.”) Fealey zegt enigszins verbaasd: “And, and that’s an excuse to shut the shops, apparently.” (Ondertiteld als “En dat is dus een excuus om de winkels te sluiten.”)

	<p>Op de achtergrond is kort gelach te horen. Fealey gaat verder: “Because it says in the Bible... in the Dutch Bible...” (Ondertiteld als “Want in de Bijbel staat, de Nederlandse Bijbel dan...”) Er klinkt gelach vanuit de zaal. Fealey kijkt het publiek met grote ogen aan en zegt enigszins spottend: “Which is slightly different from the ordinary Bible. It says, and Jesus did go to Heaven...” (Ondertiteld als “...en dat is iets heel anders, maar daar staat:”) Hierbij maakt hij een langzame beweging met zijn hand naar boven en gaat verder: “And the people did gather and they did look. And Jesus did say: Don’t forget to shut the shops.” (Ondertiteld als “En Jezus steeg ten hemel en de mensen, zij keken toe.”) En vervolgens ondertiteld als “En Jezus zeide: Vergeet niet de winkels te sluiten.”) Hierbij maakt hij een zwaaiende beweging naar beneden. Er klinkt luid gelach vanuit het publiek.</p>
1:31	<p>Medium close-up van een lachende toeschouster. [Stukje eruit geknipt]</p>
1:33	<p>Medium shot van Fealey, die schreeuwt: “And of course, today, Queen’s day!” (Ondertiteld als “En vandaag is het natuurlijk Koninginnedag.”) Vanuit het publiek klinken enige enthousiaste kreten. Fealey: “Koninginnedag! It’s a weird fucking holiday. If you’re a foreign person and you don’t know what it is, it’s very weird.” (Ondertiteld als “Dat is echt een idiote feestdag. Vooral voor buitenlanders.”) Fealey gaat verder: “Because in the middle of April, people is like...” (Ondertiteld als “Want half april heeft iedereen iets van:”) Fealey maakt een komische beweging met zijn handen die herkenbaar is als een spannings- en verwachtingsvolle ervaring en zegt op dwaze toon: “Oh, no...” Op een normale toon zegt hij vragend: “What?” Op de eerdere dwaze wijze gaat hij verder: “Whoohoo...” Op een normale toon zegt hij nogmaals vragend: “What?!” Op de eerdere dwaze wijze gaat hij verder: “Koninginnedag...” (Ondertiteld als “Wat nou? Koninginnedag.”)</p>
1:55	<p>Medium shot van twee lachende toeschouwers. Op de achtergrond klinkt gelach vanuit het publiek.</p>
1:56	<p>Medium shot van Fealey, die verder gaat op schreeuwende toon: “And if you are a foreign person, you don’t even know what they’re saying.” (Ondertiteld als “En als buitenlander kun je ‘t niet eens verstaan.”) Fealey zegt op komische wijze: “Koninginnedag...” Op de achtergrond klinkt het gelach van het publiek. Fealey zegt: “Oh!” Hij maakt dezelfde komische bewegingen onder een kreet (“Wohoho...”) en zegt: “Some strange Dutch greeting.” (Ondertiteld als “Een bizarre Nederlandse groet.”) Hierna herhaalt hij de komische bewegingen onder de kreet “Wohoho...” en zegt: “Koninginnedag! And you go, what is it? And goes what is it? It’s Koninginnedag!” (Ondertiteld als “En als je vraagt wat ‘t dan is, zeggen ze: Koninginnedag.”) Met een gebaar van hopeloosheid zegt Fealey: “Yeah, but what is it?” Fealey gaat verder: “Oh, what is it? Eh...” (Ondertiteld als “Ja, maar wat is het dan? Nou, gewoon...”) Hierna maakt hij komische kippen- en hosbewegingen met kreten als “Woohee, woo...” Op de achtergrond klinkt het gelach van het publiek.</p>

---

Fragment 2. <http://www.youtube.com/embed/G23HNoISVIs>

Afkomstig uit het programma *De Lama's* (BNN, Nederland 3)

Duur: 1:27

Toelichting: Fragment waarin de Belgische cultuur en Belgen belachelijk worden gemaakt door een Nederlander.

Plot:

0:00	Medium shot van twee juryleden, met op de achtergrond een deel van het publiek. De linker man zegt: "En dan wil ik nu heel graag zien: oplossingen voor België."
0:03	Medium shot van enkele spelers ("lama's" genaamd in het programma) die naast elkaar staan, met op de achtergrond een kleurrijk decor. Een man (Ruben Nicolai) stapt naar voren en begint met een dwaas Belgisch accent richting het publiek te spreken: "Ik heb een oplossing voor taalprobleem. Vanaf nu moet iedereen..."
0:09	Close-up van Ruben Nicolai, schuin van voren in beeld gebracht, die verder gaat op enigszins stotterende wijze: "F-Flans s-spreken... Of Vlaams... Nee! Fraams. Of Lams dus... Verder nog moeilijke problemen? Ik los dat zo op!" Op de achtergrond klinkt gelach van het publiek. Ruben gaat verder: "Bijvoorbeeld als u twee linker handen heeft..." Ruben kijkt naar beneden.
0:31	Long shot van de spelers (lama's) die naast elkaar staan op de achtergrond met de sprekende man (Ruben) op de voorgrond. Ruben staat met twee handen in de zelfde richting langs zijn lichaam en vervolgt: "Moet u eentje omdraaien." Hierbij draait hij zijn ene hand om, zodat beide handen een andere kant op wijzen, namelijk met de handpalmen naar buiten gericht. Op de achtergrond klinkt het gelach van het publiek.
0:34	Medium shot van Ruben, die verder gaat met zijn monoloog: "Andere problemen...? Heeft u bijvoorbeeld bij het handen wassen..." Op de achtergrond klinkt gelach van het publiek.
0:42	Close-up van Ruben, schuin van voren in beeld gebracht, die verder gaat: "Water in uw mouw gekregen...? Wacht dan gewoon even." Op de achtergrond klinkt gelach van het publiek.
0:48	Medium shot van Ruben, met de andere spelers (lama's) op de achtergrond. Ruben gaat verder: "Het droogt vaak vanzelf weer op."
0:52	Close-up van een vrouwelijke speler (lama), die lacht. Een andere speler (Ruben van de Meer) zegt op de achtergrond: "Samson, in je mand!" Waarna de vrouw nog eens lacht.
0:54	Long shot van de spelers (lama's) op een rij met Ruben op de voorgrond. Ruben van de Meer roept: "In je mand nu!" Ruben Nikolai gaat verder met een Belgisch accent: "Heeft u wel eens last van jeuk? Krabben!" Op de achtergrond klinkt gelach van het publiek.

1:03	Close-up van Ruben, schuin van voren in beeld gebracht, met Ruben van de Meer lachend op de achtergrond. Ruben Nikolai gaat veder: “Denkt u eens, hé, ik heb een idee? Niet aan toegeven. Rustig gaan liggen.” Vanuit het publiek klinkt gelach en applaus. [Stukje eruit geknipt]
1:09	Long shot van de spelers (lama’s) op een rij met Ruben op de voorgrond, die een stap naar voren zet.
1:11	Medium shot van Ruben, met enkele andere spelers op de achtergrond. Ruben zegt met zijn gespeelde Belgische accent: “Heeft u per ongeluk uw veters van uw schoenen aan elkaar gebonden? Niet lopen.” Ruben maakt hierbij een waarschuwend beweging met zijn wijsvinger en gaat verder: “Dat gaat mis.” Hierbij maakt hij een kruislingse beweging met zijn handen richting de grond. Op de achtergrond klinkt gelach van het publiek.
1:21	Close-up van Ruben, schuin van voren in beeld gebracht, die verder gaat: “Wacht rustig tot er iemand uit een ander land langs komt om ze los te maken.” Hierna glimlacht Ruben, op de achtergrond klinkt gegrinnik van een jurylid en ook het publiek lacht weer.

### ***Bijlage 3.2. Filosofische humor***

Fragment 1. <http://humortv.vara.nl/pa.341197.is-er-leven-na-de-dood.html>

Afkomstig uit het programma *Kort en Klein* (VARA)

Duur: 1:03

Toelichting: Fragment met humor gericht op het menselijk lot (stervenslot) en het hiernamaals.

Plot:

0:00	Er klinkt kort gelach van een lachband. Vanuit een close-up van het gezicht van een oudere vader die in bed ligt, wordt langzaam uitgezoomd tot een medium shot van de drie dochters die rondom hun vader aan het bed zitten. De dochter die links van de vader op zijn bed knielt, fluistert: “Hij beweegt!” Een dochter die rechts van hem zit, zegt: “Vader, vader, je leeft.” Een tweede dochter die rechts van hem zit, zegt: “Hij slaat zijn ogen op, hij haalt het, hij haalt het.”
0:09	Medium close-up van de eerste dochter rechts naast haar vader. De dochter zegt jammerend: “Vader, vader, zeg iets.” De vader zegt met een schorre stem: “Ik zeg jullie, mijn dochters, ik heb heel even over de grote muur mogen kijken.” De dochter vraagt: “Ja, vader?”
0:21	Medium shot van de drie dochters die rondom hun vader aan het bed zitten. De vader zegt: “Ik zeg jullie nogmaals, mijn dochters, heel even heb ik een blik mogen werpen in het hiernamaals.” De dochters vragen in koor: “En?”

0:31	Close-up van het gezicht van de vader, die zegt in de richting van de toeschouwer: “Ook daar kan je je auto niet kwijt.” Vervolgens valt zijn hoofd terug op het kussen en sluit hij zijn ogen. Er klinkt gelach van een publiek (lachband).
0:35	Medium shot van de drie dochters die rondom hun vader aan het bed zitten. Het gelach van een publiek klinkt nog door, aangevuld met een kort applaus.
0:36	Close-up van het gezicht van de vader, die zijn ogen gesloten heeft. Langzaam wordt het beeld uitgezoomd tot een medium shot van de drie dochters die rondom het bed van hun vader zitten. De dochter die links van hem op het bed geknield zit, zegt: “Hij beweegt.” De eerste dochter die rechts van hem zit, zegt: “Vader, vader, je leeft.” Een tweede dochter die rechts van hem zit, zegt: “Hij slaat zijn ogen op, hij haalt het, hij haalt het.” De eerste dochter zegt jammerend: “Vader, vader, zeg iets!” De vader begint: “Ik...”
0:51	Medium close-up van de vader met zijn dochter rechts naast hem. De vader vervolgt: “Ik zeg jullie, mijn dochters, ik heb heel even over de grote muur mogen kijken.”
0:58	Medium shot van de drie dochters die rondom hun vader aan het bed zitten. De dochters vragen in koor: “En?”
0:59	Close-up van het gezicht van de vader, die zegt in de richting van de toeschouwer: “China is groot.” Er klinkt gelach van een publiek (lachband).
1:03	Medium shot van de drie dochters die rondom hun vader aan het bed zitten. De vader sluit zijn ogen en zijn hoofd valt terug in het kussen. Op de achtergrond is het geluid van de lachband nog te horen.

### ***Bijlage 3.3. Nonsens/neutrale humor***

Fragment 1. <http://www.youtube.com/embed/vs7RmM8uyyg>

Afkomstig van YouTube

Duur: 0:20

Toelichting: Fragment met beeldbewerkinggrap. Dit fragment wordt in het experiment uitsluitend als testfragment gebruikt.

Plot:

0:00	Een jachtluipaard (cheeta) komt aanrennen in een open vlakte in het wild, schuin in de richting van de toeschouwer in een <i>medium long shot</i> (een shot waarin het object net niet geheel in beeld wordt gebracht, zoals een personage dat vanaf zijn enkels of knieën gefilmd wordt, conform Bordwell & Thompson, 2004).
0:03	De jachtluipaard rent een antilope achterna, zigzaggend over de open vlakte (long shot).

0:10	Van rechts uit het beeld komt een man onder een luide kreet (“Yaargh”) en gehijg aanrennen in dezelfde richting als de jachtluipaard, die nog steeds achter de antilope aan rent, en haalt de jachtluipaard in. Dit gebeurt in een <i>extreme long shot</i> (een shot waarin de wijde omgeving benadrukt wordt, conform Bordwell & Thompson, 2004).
0:13	De man pakt het rendier onder een tweede kreet op (“Yargh”) en rent er schreeuwend mee uit het beeld (“Yaaaaah”).
0:15	Terwijl nog steeds van buiten het beeld de schreeuw van de man te horen is, mindert de jachtluipaard zijn vaart met rennen tot deze stil staat. Tot slot kijkt de jachtluipaard in de richting van de toeschouwer.

Fragment 2. <http://www.youtube.com/embed/-jn1UrLolX4>

Afkomstig uit het programma *Piets Weerbericht* (SBS) in *De Wereld Draait Door* (VARA, Nederland 3)

Duur: 0:50

Toelichting: Fragment met woordgrap bij dier.

Plot:

0:00	De presentator van <i>De Wereld Draait Door</i> zegt in een medium close-up richting de toeschouwer: “Weerman Piet Paulusma blijkt niet alleen een gesprek te kunnen voeren met mensen, maar ook aan dieren weet hij op meesterlijke wijze uitspraken te ontlokken.”
0:07	Scène uit <i>Piets Weerbericht</i> , waarin Piet Paulusma in een medium shot tussen twee boeren staat die lammetjes in hun armen hebben. Gedurende de opname klinkt af en toe geblaas van de schapen op de achtergrond. Piet Paulusma vraagt aan de boer die links staat, wijzend naar het lammetje in zijn armen: “Hoe oud is dit lammetje?” De boer antwoordt in de microfoon: “Een dag of tien, veertien.” Piet Paulusma vraagt vervolgens: “Wanneer zijn de schapen begonnen te lammeren?”
0:15	Medium shot van enkele schapen en lammetjes in de stal. De boer antwoordt: “30 januari.” Piet Paulusma: “Dat is bij jullie altijd zo rond dezelfde tijd?”
0:17	Medium close-up van een lammetje. De boer antwoordt: “Ja, altijd om, in, altijd om februari heen, ja.”
0:19	Close-up van het lammetje in de armen van een derde boer, die helemaal rechts staat. Piet Paulusma vraagt aan de boer die rechts naast hem staat: “Hoe oud is, eh, zijn deze lammetjes?” Het beeld zoomt uit tot een medium shot van de vier personen in de stal. De boer antwoordt in de microfoon: “Eén dag.” Piet Paulusma: “Dus die zijn nog maar net geboren...?” De boer: “Ja.” Piet Paulusma buigt zich naar het lammetje in de boer zijn armen toe met de microfoon in zijn handen: “Die kunnen vast niet oant moarn zeggen?” (Deze vraag is op het beeld ondertiteld met een kleine spelfout: “Die kunnen vast niet <i>oat moan</i> zeggen?”).

	Het lammetje kijkt richting Piet en blaait. Op het beeld wordt dit ondertiteld met: “Nee.” Piet Paulusma gaat weer rechtop staan en zegt richting de toeschouwer: “Nee, dat dacht ik al!” Op de achtergrond klinkt luid gelach van het publiek in de uitzending van <i>De Wereld Draait Door</i> .
0:29	Medium shot van het lachende publiek in de uitzending van <i>De Wereld Draait Door</i> .
0:31	Close-up van een schaterende Marc-Marie Huijbregts, die te gast is in de uitzending.
0:33	Medium close-up van de presentator, die lacht. Het gegriinnik van Marc-Marie en het gelach van het publiek klinkt nog door op de achtergrond.
0:35	Close-up van de lachende Marc-Marie. De presentator vraagt: “Nog één keer?” Marc-Marie knikt enthousiast: “Jaa!” De presentator: “Nog één keer, tot slot!”
0:38	Close-up van het lammetje in de armen van de derde boer, die helemaal rechts staat, in de uitzending van <i>Piets Weerbericht</i> . Piet Paulusma vraagt aan de boer die rechts naast hem staat: “Hoe oud is, eh, zijn deze lammetjes?” Het beeld zoomt uit tot een medium shot van de vier personen in de stal. De boer antwoordt in de microfoon: “Eén dag.” Piet Paulusma: “Dus die zijn nog maar net geboren...?” De boer: “Ja.” Piet Paulusma buigt zich naar het lammetje in de boer zijn armen toe met de microfoon in zijn handen: “Die kunnen vast niet oant moarn zeggen?” (Deze vraag is op het beeld ondertiteld). Het lammetje kijkt richting Piet en blaait. Op het beeld wordt dit ondertiteld met: “Nee.” Piet Paulusma gaat weer rechtop staan en zegt richting de toeschouwer: “Nee, dat dacht ik al!” Op de achtergrond klinkt luid gelach van het publiek in de uitzending van <i>De Wereld Draait Door</i> .
0:48	Medium long shot van de lachende presentator en Marc-Marie, die rondom een tafel zitten in de uitzending van <i>De Wereld Draait Door</i> , met op de achtergrond een deel van het publiek en het televisiescherm van <i>Piets Weerbericht</i> .

Fragment 3. <http://www.youtube.com/embed/KzrSPwEkJFs>

Afkomstig uit het programma *De Jakhalzen*, rubriek in *De Wereld Draait Door* (VARA, *Nederland 3*)

Duur: 2:19

Toelichting: Fragment met woordgrappen bij Engelse songteksten.

Plot:

0:00	Close-up van een hand op een computermuis naast een toetsenbord. Vanuit geluidsapparatuur klinkt: “3FM, Timur.” Het beeld verschuift naar een close-up van het gezicht van Timur Perlin.
0:03	Medium long shot van Timur en reporter Frank Evenblij die in een geluidsstudio zitten. Frank vraagt aan Timur: “Timur, jij hebt in het weekend een programma bij BNN op 3FM.”



0:06	Medium shot met de gezichten van beide mannen. Frank: “En daar heb jij een wonderbaarlijke ontdekking in gedaan.” Timur knikt: “Het schijnt dat er in heel veel Engelstalige liedjes, Frank, zitten dus Nederlandse teksten verborgen.”
0:15	Het beeld zoomt in en uit, van een medium close-up naar een medium shot van de twee mannen. Frank: “Maar dat is dus eigenlijk heel vreemd, hè, gezien het Songfestival: Daar is niemand meer die in het Nederlands wil zingen. Alles is Engelstalig.” Timur: “Ja, en al die buitenlandse artiesten zingen gewoon wel Nederlandstalig.”
0:22	Kort flitsend beeld (lijkende alsof er verbinding wordt gemaakt met een zender).
0:23	Medium close-up van Timur, die zegt: “Het begon met het nummer van Kaoma, de ‘Lambada’ hit uit 1988.”
0:27	Beeld en muziek van de videoclip “Lambada.”
0:29	Medium shot van de twee mannen. Timur: “Nou, onduidelijke tekst, behalve... Er zit op een gegeven moment gewoon ergens een Nederlandse tekst, en daar wordt geroepen...”
0:34	Close-up van het gezicht van Timur, die citeert: “Waar is toch dat zebrahondje voor?”
0:36	Beeld en muziek van de videoclip “Lambada.” Bij de desbetreffende uitspraak verschijnt er linksonder in het beeld de tekst “Waar is toch dat zebrahondje voor?” Op de achtergrond klinkt zacht gelach van een publiek.
0:41	Medium shot van de twee mannen. Timur zegt: “En het probleem is nu, elke keer als je dat nummer hoort, dan denk je ja, inderdaad, verrekt...” Frank: “Het zit erin!” Terwijl Frank lacht, hoor je Timur nog zijn zin afmaken: “...geen woorden voor.”
0:46	Kort flitsend beeld (lijkende alsof er verbinding wordt gemaakt met een televisiezender of dat er storing is met een andere zender).
0:46	Close-up van het gezicht van Timur, die zegt: “Ik zal je er nog eentje laten horen.” Frank: “Ja, heb je nog wat voorbeelden?” Timur: “Uit de jaren tachtig.” Op de achtergrond klinkt de intro van een nieuw nummer. Timur: “Men at Work, ‘Down Under.’”
0:50	Beeld en muziek van de videoclip “Down Under.”
0:52	Medium long shot van de twee mannen. Op de achtergrond klinkt het nummer “Down Under” nog door. Timur zegt: “Hij zegt: ‘Ik zat alleen in een vuile kameel.’”
0:55	Beeld en muziek van de videoclip “Down Under.” Bij de desbetreffende uitspraak verschijnt er linksonder in het beeld “Ik zat alleen in een vuile kameel...” Timur en Frank hoor je op de achtergrond lachen. Op de achtergrond klinkt eveneens zacht gelach van een publiek.
0:59	Medium shot van de twee mannen, die nalachen.
1:00	Kort flitsend beeld (lijkende alsof er verbinding wordt gemaakt met een televisiezender).
1:01	Medium shot van de twee mannen. Timur vraagt: “Wes, ken je die nog?” Frank: “Wes...!”



1:02	Beeld en muziek van de videoclip “Alane.” Timur: “Die heeft het over...”
1:04	Medium shot van de twee mannen. Timur vervolgt: “Ehm, je moet het horen, die moet je ook even horen.” Timur zijn gezicht wordt ingezoomd tot een close-up, terwijl hij zegt: “Luilak, hang je jas op.”
1:08	Beeld en muziek van de videoclip “Alane.” Bij de desbetreffende uitspraken in het Engels verschijnt er linksonder in het beeld “Luilak, hang je jas op...” en vervolgens “Luilak, pak die zakdoek...” Op de achtergrond klinkt gelach van een publiek.
1:13	Medium shot van de twee mannen, waarbij je Timur achter een computer ziet zitten. Timur zegt: “Afrikaans doet het goed, hè.” Frank, knikkend: “Youssou N’Dour, hè. Wes met ‘Alane’ en Youssou N’Dour heeft, eh, een grote hit gehad op dit moment met Neneh Cherry.” Timur knikkend: “Met ‘Seven Seconds.’” Frank: “Seven Seconds.”
1:20	Beeld en muziek van de videoclip “Seven Seconds.” Bij de desbetreffende uitspraak verschijnt er linksboven in het beeld “Koeman gooit alle dingen om...” Op de achtergrond klinkt luid gelach van een publiek.
1:24	Medium shot van de twee mannen, die lachen. Op de achtergrond klinkt luid gelach van een publiek.
1:26	Kort flitsend beeld (lijkende alsof er verbinding wordt gemaakt met een zender).
1:26	Medium shot van de twee mannen. Timur zegt: “Eh, Bob Marley.”
1:27	Beeld en muziek van de videoclip “Could You Be Loved.” Bij de desbetreffende uitspraak verschijnt er linksonder in het beeld “Theezakje...” en vervolgens rechtsboven in het beeld “Theezakje...” Op de achtergrond klinkt gelach van een publiek.
1:32	Medium shot van de twee mannen. Timur zegt: “Chumbawamba, ‘Tubthumping.’”
1:34	Close-up van Frank. Timur zegt: “En dat is een liedje wat gaat over, eh, over, over zuipen, hè...” Het beeld zoomt uit van Frank zijn gezicht naar een medium shot van de twee mannen. Timur, die tegelijkertijd een beweging maakt alsof hij drank achterover slaat, vervolgt: “Over ongelooflijk veel zuipen. ‘I get knocked down, but I get up again.’”
1:39	Beeld en muziek van de videoclip “Tubthumping.” Bij de desbetreffende uitspraak verschijnt er linksonder in het beeld “Jullie hebben nog niet betaald...” Op de achtergrond klinkt gelach van een publiek.
1:43	Medium shot van de twee mannen. Timur zegt: “Dat is ook het grappige met die dingen. Als je het hoort, dan ineens denk je, nou ja...” Frank: “Ja, het zit er in!”
1:47	Kort flitsend beeld (lijkende alsof er verbinding wordt gemaakt met een televisiezender of dat er storing is met een andere zender).
1:48	Long shot van de twee mannen in de studio achter de apparatuur. Timur vraagt aan Frank: “Wee Papa Girl Rappers?”
1:49	Beeld en muziek van de videoclip “Wee Rule.” Bij de desbetreffende uitspraak verschijnt er linksonder in het beeld “Peter heeft het overleefd...” Op de achtergrond klinkt gelach van een publiek.

1:54	Medium shot van de twee mannen achter het apparaat. Frank zegt: “Dit is gewoon echt!” Timur: “Dit is gewoon Nederlands, ja.” Frank: “Dit is gewoon eng.” Timur: “Dit is ook gewoon een Nederlander, denk ik.”
1:58	Kort flitsend beeld (lijkende alsof er verbinding wordt gemaakt met een televisiezender).
1:58	Medium shot van de twee mannen. Frank vraagt aan Timur: “Maar wat is nou echt, dit dat je zegt, dit is wel heel duidelijk...?” Timur onderbreekt: “De beste?” Frank: “De beste, ja?” Het beeld zoomt in tot een close-up van Timur zijn gezicht, die antwoordt: “Eh...”
2:03	Beeld met de tekst “Starring Kanye West” dat verschuift naar een beeld met de tekst “& Jamie Foxx.” Dit beeld vervaagt in het beeld met de muziek van de videoclip “Gold Digger.” Bij de desbetreffende uitspraak in het Engels verschijnt er linksonder in het beeld de tekst “Jij zit te twijfelen...” Op de achtergrond klinkt luid gelach van een publiek.
2:12	Medium shot van de twee mannen. Frank roept uit: “Hoe kan dat?” Timur zegt lachend: “Echt bizar.”
2:13	Close-up van Frank zijn gezicht, die vraagt: “Maar even, wat zingt die nou...?” Het beeld zoomt uit tot een medium shot van de twee mannen. Frank: “Wat bedoelt die eigenlijk?” Timur zingt wat onduidelijke woorden en zegt: “Dat weet niemand...”
2:19	Slotbeeld (logo) van <i>De Jakhalsen</i> .

### ***Bijlage 3.4. Satire***

Fragment 1. <http://www.youtube.com/embed/tCXIXloIVhI>

Afkomstig van YouTube, beelden uit de tekenfilmserie *Bugs Bunny* en het televisiejournaal

Duur: 0:57

Toelichting: Fragment waarin de Libische autoriteit Moammar al-Qadhafi belachelijk wordt gemaakt door associatie met een tekenfilmfiguur.

Plot:

0:00	Nieuwsbeeld van Moammar al-Qadhafi op een balkon in een medium long shot om een toespraak richting zijn bevolking te houden. Hij heeft in deze shot zijn hand geheven en brengt die van voren naar achteren.
0:02	Tekenfilmfragment van <i>Bugs Bunny</i> . Bugs Bunny komt aanlopen in een groene wijde vlakte (long shot). Er klinkt een geluid alsof er iets uit de lucht komt vallen, waaropvolgend Bugs Bunny getroffen wordt door een boemerang en achterover valt. Langzaam kruipt hij weer overeind, pakt de boemerang op en kijkt om zich heen. Bugs Bunny loopt terug richting een boom en roept: “Ai!”

	Een inheemse, woest uitziende man in lappendoek en met een speer in de hand springt uit de boom en schreeuwt: “Yaargh!” Bugs Bunny, met de handen op de rug, vraagt aan de man, die even rustig blijft staan: “Eeh, what’s up Doc?” De inheemse man springt woest op en schreeuwt in onverstaanbare taal: “Wooooeh, ooga dinga!”
0:17	Medium shot van Moammar al-Qadhafi op het balkon, die in de richting van de camera spreekt in zijn eigen taal, wat klinkt als: “Shibber, shibber.”
0:19	Medium long shot van Bugs Bunny die tegenover de inheemse man staat (die verbaasd kijkt) en springend terug schreeuwt: “Unga bunga bunga!”
0:21	Medium shot van Moammar al-Qadhafi op het balkon, die in de richting van de camera spreekt in zijn eigen taal, wat klinkt als: “Beth, beth.”
0:22	Medium long shot van de inheemse man die woest springt en schreeuwt richting Bugs Bunny met de speer in zijn hand: “Unga bunga bunga!”
0:24	Medium shot van Moammar al-Qadhafi op het balkon, die in de richting van de camera spreekt in zijn eigen taal, wat klinkt als: “Dar, dar!”
0:26	Medium long shot van Bugs Bunny die springend richting de boos kijkende inheemse man schreeuwt: “Unga bunga bunga!”
0:27	Medium shot van Moammar al-Qadhafi op het balkon, die met een streng gezicht in de richting van de camera schreeuwt in zijn eigen taal, iets als: “Zengha, zengha!”
0:28	Medium long shot van de inheemse man, die woest op en neer springt en tegen Bugs Bunny schreeuwt: “Unga bunga bunga!”
0:30	Medium shot van Moammar al-Qadhafi op het balkon, die met een streng gezicht in de richting van de camera schreeuwt in zijn eigen taal, iets als: “Vert, vert!” en vervolgens boos iets schreeuwt dat klinkt als: “Bakra sarf krasarf! Bakra sarf krasadasar!”
0:35	Medium long shot van de inheemse man, die woest op en neer springt en tegen Bugs Bunny schreeuwt: “Unga bunga bunga!” Bugs Bunny zegt op een zachtere toon, boos kijkend, langzaam: “Unga bunga bunga, bunga bunga bunga bunga!” Hij eindigt met de handen in zijn zij. De inheemse man schreeuwt luidruchtig en rent woest rond de boom met een luide kreet (“Aaaargh!”).
0:45	Medium shot van Moammar al-Qadhafi op het balkon, die met een boos gezicht in de richting van de camera schreeuwt in zijn eigen taal, iets dat klinkt als: “Ilamahaam, ilamahaam, ilamahaam!”
0:48	Medium shot van Bugs Bunny die in de richting van de kijker met zijn schouders ophalend en verbaasd vraagt: “What did I say, what did I say?”

---

### ***Bijlage 3.5. Seksistische humor***

Fragment 1. <http://www.youtube.com/embed/LQfUrV9uhzc>

Afkomstig uit het programma *M!LF* ofwel *Man! Liberation Front* (Veronica)

Duur: 1:21

Toelichting: Fragment waarin vrouwen belachelijk worden gemaakt door twee mannen op grond van humor.

Plot:

0:00	Long shot van de twee mannelijke reporters (Victor Brands en Steye van Dam) die met de handen in de zakken staan in het midden van een winkelstraat. Steye (die rechts staat) zegt: “We zijn hier in Amersfoort en vandaag gaan we aan vrouwen vragen...” Op de achtergrond klinkt een instrumenteel (vrij vrolijk) muziekje.
0:05	Medium close-up van de twee mannen. Steye spreekt verder in de richting van de camera: “Of zij een mop willen vertellen.” Victor: “Ja, aan ons dus.” Hij wijst naar henzelf. Steye: “Precies.” De mannen lachen kort. Op de achtergrond is het instrumentele muziekje nog steeds te horen.
0:08	Long shot van de twee mannelijke reporters. Victor zegt: “En daarmee tonen we aan dat vrouwenhumor wel degelijk bestaat.” Op de achtergrond klinkt het instrumentele muziekje.
0:11	Close-up van Victor, die vraagt aan Steye: “Toch? Zei je?” Het beeld verschuift naar een close-up van Steye, die antwoordt: “Ja, alleen moeten ze dat zelf nog wel eerst eventjes bewijzen.” Op de achtergrond klinkt de instrumentele muziek.
0:16	Close-up van een jonge vrouw op de markt met blond haar, die een mop vertelt, met op de achtergrond een dwaas gitaardeuntje: “Waarom is een aardbei rood?”.
0:18	Close-up van een andere jonge vrouw op de markt met blonde krullen, die een mop vertelt in de richting van de camera: “Waarom doen indianen zo als er zon is?” Ze houdt hierbij haar hand boven haar ogen. Op de achtergrond klinkt nog steeds het dwaze gitaardeuntje.
0:20	Medium close-up van de twee mannen die tegenover de jonge vrouw met blond haar staan. De mannen kijken elkaar vertwijfeld aan en discussiëren zacht met elkaar, terwijl de vrouw met een glimlach toekijkt. Tamelijk onverstaanbaar zegt Victor tegen Steye: “Heeft iets met pigment te maken volgens mij? Eh, en de zon.” Hij wijst daarbij naar boven. De vrouw kijkt lachend in de richting van de camera. Op de achtergrond klinkt het dwaze gitaardeuntje.
0:24	Medium close-up van de twee mannen die tegenover de vrouw met blond krullend haar staan. De mannen kijken vertwijfeld, terwijl de vrouw uitlegt: “De clou is, omdat ze zo niks zien.” Ze houdt daarbij de hand voor haar ogen. De mannen blijven vertwijfeld kijken, terwijl de vrouw met een glimlach afwacht. Op de achtergrond klinkt een dwaas gitaardeuntje.

0:27	Medium close-up van de twee mannen die tegenover de vrouw met blond haar staan. De vrouw legt de mannen uit: “Hij schaamt zich voor zijn pukkeltjes.” De mannen blijven vertwijfeld kijken. Het beeld verschuift tot een close-up van Victor, met Steye ernaast. Victor zegt: “Ah, dat vind ik zielig.” Op de achtergrond klinkt een dwaas gitaardeuntje.
0:32	Medium shot van de twee mannen, die aan weerszijden van een vrouw in een blauwe jas staan. De vrouw kijkt lachend op naar Victor, terwijl de mannen vertwijfeld kijken. Op de achtergrond klinkt een dwaas gitaardeuntje.
0:33	Medium close-up van de twee mannen die vertwijfeld kijken. Op de achtergrond klinkt een dwaas gitaardeuntje.
0:34	Medium close-up van Victor, die in de richting van de camera spreekt: “Ik snap ‘m echt niet.” Op de achtergrond klinkt een dwaas gitaardeuntje.
0:35	Medium long shot van de mannen naast twee vrouwen. Het beeld verschuift en zoomt in op de twee mannen tot een medium close-up. Victor krabt zichzelf achter de oren en zegt: “Hè, dan snapte ik ‘m zeker niet?” Steye kijkt vertwijfeld in de richting van de camera. Op de achtergrond klinkt een dwaas gitaardeuntje.
0:38	Medium close-up van de mannen op de markt. Victor doet zijn hand voor de ogen en vervolgens boven de ogen en zegt dan: “Ja, nou, logisch...” De mannen kijken hierbij tamelijk verveeld. Op de achtergrond klinkt een dwaas gitaardeuntje. [Stukje eruit geknipt]
0:41	Medium shot van de mannen, die nog steeds verveeld kijken. Victor zegt tegen Steye: “Hij was én niet grappig én hij was heel manonvriendelijk, vond ik.” Steye zegt teleurgesteld: “Ja, waarom doen ze nou dit soort dingen?” Victor: “Ja!”
0:49	Close-up van het gezicht van Steye, die zegt: “Speciaal voor de vrouwen, nu zijn de mannen aan de beurt.”
0:51	Medium close-up van een man die tussen Steye en Victor in staat. De man vertelt een mop: “Waarom begraven ze een Belg met z’n kont boven de grond?” Victor zegt: “Ik weet niet?” De man mompelt: “Dan gebruiken ze hem nog als fietsenstalling.” Steye en Victor barsten in lachen uit, waarbij ook de man die de mop vertelde moet lachen. Op de achtergrond klinkt een vrolijk muziekje.
0:59	Medium close-up van de mannen, waarbij het beeld naar rechts verschuift tot een medium close-up van een jonge man met een blauwe pet op, die naast de vrouw met de blonde krullen staat. De man zegt: “Ik denk, als je mij gewoon een minuut filmt, dan is dat grappiger.” De man kijkt met een apathisch gezicht in de camera, die inzoomt op zijn gezicht tot een close-up. Steye en Victor hoor je op de achtergrond hard lachen. Op de achtergrond klinkt eveneens een vrolijk muziekje.
1:07	Medium close-up van een man met een zwarte pet op, die een mop vertelt op de markt: “Wat is het verschil tussen een echtscheiding en een besnijdenis?” Op de achtergrond klinkt een vrolijk muziekje. [Stukje eruit geknipt]

1:10	Medium shot van Steye en Victor die rechts naast de man met de zwarte pet staan op de markt. De drie mannen lachen hardop. Op de achtergrond klinkt een vrolijk muziekje.
1:11	Medium close-up van een man en vrouw, waarbij het beeld naar links verschuift tot een medium close-up van Steye en Victor. De mannen lachen hardop. Op de achtergrond klinkt een vrolijk muziekje.
1:14	Medium shot van Steye en Victor die lachend rechts naast de man met de zwarte pet staan op de markt. Victor maakt een beweging met zijn arm naar beneden en zegt iets onverstaanbaars (iets als: “De hele clou zo, weeh!”). Op de achtergrond klinkt een vrolijk muziekje.
1:16	Medium shot van Steye en Victor die schuddebuikend van het lachen links naast een jongen met een groene jas staan op de markt. Op de achtergrond klinkt een vrolijk muziekje.
1:19	Slotbeeld (logo) van M!LF.

### ***Bijlage 3.6. Sick humor***

Fragment 1. <http://www.youtube.com/embed/A7tGd9Z3Wgw>

Afkomstig van Radio Veronica op YouTube

Duur: 2:09

Toelichting: Fragment met enigszins grove grappen over de dood.

Plot:

0:00	Gedurende het hele fragment zijn er grafstenen te zien op een duister kerkhof. Het fragment begint met kerkklokken die luiden. De radioman zegt: “Wat staat er op de grafsteen van een non?” De kerkklok luidt nogmaals. Radioman: “Ongebruikt retour.” De kerkklok luidt en er klinkt gedonder. Radioman: “Wat staat er op de grafsteen van een dj?” De kerkklok luidt nogmaals. Radioman: “Uitgeluld. Wat staat er op de grafsteen van een tuinman?” De kerkklok luidt nogmaals zacht. Radioman: “Onder de zode.” De kerkklok luidt nogmaals hard. Radioman: “Wat staat er op de grafsteen van een verkoper?” De kerkklok luidt nogmaals en er klinkt gedonder. Radioman: “Uitverkocht. Wat staat er op de grafsteen van een zakenman? Case closed.” De kerkklok luidt nogmaals zacht. Radioman: “Wat staat er op de grafsteen van een vakantieman?” De kerkklok luidt nogmaals zacht. Radioman: “Gezellig hè?” Er klinkt een onheilspellend gelach.
0:37	Gedurende lange tijd is er een spannend, onheilspellend muziekje met af en toe geluiden van gedonder op de achtergrond te horen. De radioman vertelt zijn volgende mop: “Wat staat er op het graf van Bassie en Adriaan? Wat er ook gebeurt, altijd blijven lachen.” [Stukje eruit geknipt]

	<p>Radioman: “Wat staat er op de grafsteen van een huisarts? Uitgedokterd. Wat staat er op de grafsteen van een bakker? De één z’n dood is de ander z’n brood. Wat staat er op de grafsteen van een uitzendkracht? Het waren acht fantastische dagen.”</p> <p>[Stukje eruit geknipt]</p> <p>Radioman: “Wat staat er op de grafsteen van Bob Marley? Heb geleefd, ben gegaan, ik was te stoned om op te staan.” De onheilspellende muziek wordt steeds luider. Radioman: “Wat staat er op de grafsteen van André Hazes? Ben even een brief bezorgen.” Er klinken twee harde muzikale dreunen.</p>
1:14	<p>Gedurende langere tijd klinkt er zachtere, vrij eentonige muziek op de achtergrond. Radioman: “Wat staat er op de grafsteen van Peter R. de Vries? Case closed.” Een tweede radioman zegt: “Al weer?” De eerste radioman gaat verder: “Wat staat er op de grafsteen van een hoer? Fuck off. Wat staat er op de grafsteen van meneer de uil? Oogjes dicht en snaveltjes toe. Wat staat er op de grafsteen van Frans Bauer? Had je even voor mij? Wat staat er op de grafsteen van een goede dj? Radio Veronica.” Er wordt even gelachen. De tweede radioman zegt: “Dank je wel, wat een sympathiek compliment.” De eerste radioman gaat verder: “Wat staat er op de grafsteen van Freddie Mercury? Who wants to live forever? Wat staat er op de grafsteen van een schoorsteenveger? De pijp uit. Wat staat er op de grafsteen van een begrafenisondernemer? Laat je niet kisten. Wat staat er op de grafsteen van een golfspeler? Hole for one. Wat staat er op de grafsteen van een speler van een Duits elftal? One down, ten to go.” Er klinkt een harde knal, gevolgd door een onheilspellend lachje en muziek.</p>

---

## Bijlage 4. Vragenlijst en verloop van experiment in NetQ (volgorde-conditie A)



### Welkom bij dit online onderzoek naar uw mediabeleving!

Dit onderzoek heeft tot doel inzicht te krijgen in de mediabeleving en persoonlijke gedachtewereld. U krijgt daarom een aantal korte videofragmenten te zien in een willekeurige volgorde, afgewisseld met enkele korte gedachtetaakjes over een willekeurig onderwerp. Na elk filmpje wordt u gevraagd het fragment te beoordelen. Totaal zal dit onderzoek ongeveer 15-25 minuten duren.

Het gaat steeds om uw eigen mening en beleving. Uw antwoorden zullen anoniem verwerkt worden en te allen tijde vertrouwelijk behandeld worden. In het belang van het onderzoek wil ik u vragen de filmpjes zonder anderen te bekijken en de vragenlijst zelfstandig in te vullen in een rustige omgeving.

Gelieve het onderzoek in één keer af te ronden, want de vragenlijst kan niet op een later moment herstart worden. Terugbladeren is niet mogelijk. Mocht u om persoonlijke redenen het onderzoek niet af willen maken, dan kunt u uiteraard op elk gewenst moment stoppen.

Staat het geluid van uw computer aan? Dan kunt u nu beginnen met het bekijken van het eerste filmpje door op “verder” te klikken.

Veel plezier gewenst en alvast bedankt voor uw deelname!

[VERDER]



---

## **Videofragment**

**Op deze pagina kunt u het eerste korte fragment bekijken. Elk fragment kunt u bekijken door linksonder in het zwarte vlak op de afspeelknop te klikken. Als het niet lukt om het filmpje af te spelen (bijvoorbeeld als het beeld zwart blijft of als het starten te lang duurt), kunt u op de weblink eronder klikken. Het filmpje verschijnt dan in een nieuw venster dat u na afloop kunt wegklikken.**

**Probeer u zich telkens in te leven in het fragment. Verder kunt u elk fragment bekijken, zoals u normaal gesproken naar de televisie of (internet)filmpjes kijkt. Kijkt u alstublieft elk filmpje helemaal af voordat u naar de volgende pagina gaat, ook als u het fragment al kent.**

-----

[Videobeeld testfragment 640 x 480]

**[Klik hier als het fragment niet werkt](#)**

[VERDER]

---

## Vragen over het fragment

Hieronder staan enkele vragen over het fragment dat u zojuist gezien heeft (indien u het fragment nog niet gezien heeft, klik dan hierboven op de onderstreepte tekst). Bij elke vraag kunt u aangeven in hoeverre u het ermee eens bent.

Klik het linker bolletje aan als u het helemaal niet van toepassing vindt, het rechter bolletje als u het helemaal wel van toepassing vindt.

Van links naar rechts betekenen de bolletjes: helemaal niet, niet, eerder niet dan wel, neutraal, eerder wel dan niet, wel en helemaal wel.

-----

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                                  *Helemaal wel*

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                                  *Helemaal wel*

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                                  *Helemaal wel*

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht** door de maker ervan?

*Helemaal niet*                                  *Helemaal wel*

[VERDER]

---

## **Gedachtetaak**

**Om inzicht te krijgen in uw gedachtewereld wordt u nu gevraagd een paar regels te schrijven over uw gedachten omtrent een bepaald onderwerp. Het voor u geselecteerde onderwerp is: de bioscoop / de dood.  
Probeer u zich de situaties zo goed mogelijk in te beelden.**

-----

Beschrijf in de ruimte hieronder zo specifiek mogelijk welke handelingen u verricht als u naar de bioscoop gaat:

Beschrijf in de ruimte hieronder de gevoelens die in u worden opgeroepen als u denkt aan uw uitje naar de bioscoop:

OF:

Beschrijf in de ruimte hieronder zo specifiek mogelijk wat er volgens u met uw lichaam gebeurt als u sterft:

Beschrijf in de ruimte hieronder de gevoelens die in u worden opgeroepen als u denkt aan uw eigen dood:

[VERDER]

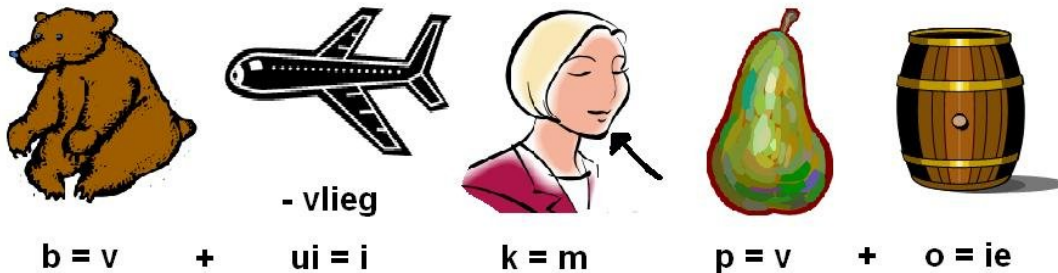
---

## Denktaak

Hieronder staat een rebus.

Probeer de rebus op te lossen en geef vervolgens een antwoord op de vraag die eruit volgt.

-----



Schrijf hier uw antwoord neer:

[VERDER]

## Videofragment

[Videobeeld fragment met etnische humor over ingroup 640 x 480]

[Klik hier als het filmpje niet werkt](#)

[VERDER]

## Vragen over het fragment

Met onderstaande vragen kunt u het fragment dat u zojuist gezien heeft weer beoordelen.

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

---

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht** door de spreker?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

[VERDER]

### **Videofragment**

[Videobeeld fragment met nonsens humor over schapen 640 x 480]

[Klik hier als het filmpje niet werkt](#)

[VERDER]

### **Vragen over het fragment**

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht** door de maker ervan?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

[VERDER]

### **Videofragment**

[Videobeeld fragment met sociale satire 640 x 480]

[Klik hier als het filmpje niet werkt](#)

[VERDER]

---

### Vragen over het fragment

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht** door de maker ervan?

*Helemaal niet*                              *Helemaal wel*

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

[VERDER]

### Videofragment

[Videobeeld fragment met sick humor over de dood 640 x 480]

[Klik hier als het filmpje niet werkt](#)

[VERDER]

### Vragen over het fragment

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht** door de spreker?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

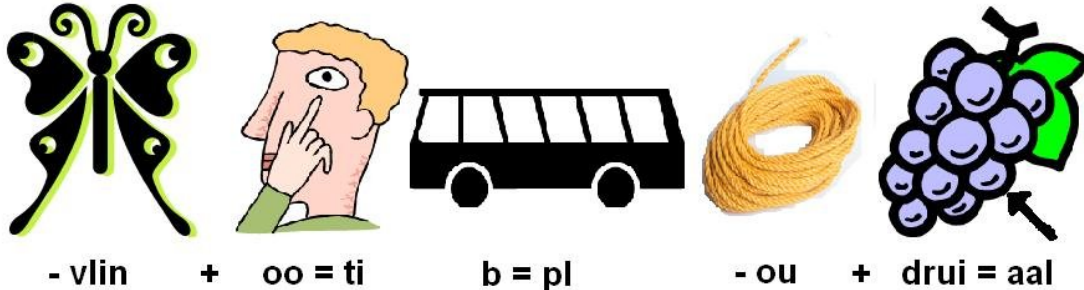
[VERDER]

---

## Denktaak

Hieronder staat een andere rebus.

Probeer de rebus op te lossen en geef vervolgens een antwoord op de vraag die eruit volgt.



Schrijf hier uw antwoord neer:

## Videofragment

[Videobeeld fragment met nonsens humor over songteksten 640 x 480]

[Klik hier als het filmpje niet werkt](#)

[VERDER]

## Vragen over het fragment

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                         *Helemaal wel*

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                      *Helemaal wel*

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                      *Helemaal wel*

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht**?

*Helemaal niet*                      *Helemaal wel*

---

[VERDER]

**Videofragment**

[Videobeeld fragment met seksistische humor over vrouwen 640 x 480]

Klik hier als het filmpje niet werkt

[VERDER]

**Vragen over het fragment**

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht** door de twee mannen?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

[VERDER]

**Videofragment**

[Videobeeld fragment met filosofische humor over de dood 640 x 480]

Klik hier als het filmpje niet werkt

[VERDER]



---

### **Vragen over het fragment**

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht**?

*Helemaal niet*                              *Helemaal wel*

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

[VERDER]

### **Videofragment**

[Videobeeld fragment met etnische humor over outgroup 640 x 480]

[Klik hier als het filmpje niet werkt](#)

[VERDER]

### **Vragen over het fragment**

In welke mate moest u tijdens dit fragment **lachen**?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre had u een **afkeer** van dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

Hoe **grappig** vond u dit fragment?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

In hoeverre vond u de humor in dit fragment **goed bedacht** door de spreker?

*Helemaal niet*                           *Helemaal wel*

[VERDER]

---

## Achtergrondinformatie

**Er volgen nu ter afsluiting nog enkele vragen over uw achtergrond en over dit onderzoek. U kunt aanklikken welke optie op u van toepassing is of een reactie in de open ruimte typen. Ook deze gegevens blijven anoniem.**

-----

Uw geslacht:           0 Man  
                              0 Vrouw

Uw leeftijd (in jaren):

Uw huidige of           0 Lagere school / Basisonderwijs  
hoogst voltooide       0 VMBO / MAVO / MULO / VBO / LBO / LTS  
opleiding:               0 MBO / MTS  
                              0 HAVO / VWO / HBS / MMS  
                              0 HBO / Universiteit / HTS

Uw geboorteland:    0 Nederland  
                              0 Anders, namelijk:

[VERDER]

In hoeverre beschouwt u zichzelf als een Nederlander?

*Helemaal niet*       o   o   o   o   o   o   o   o   *Helemaal wel*

In hoeverre beschouwt u zichzelf als een gelovige?

*Helemaal niet*       o   o   o   o   o   o   o   o   *Helemaal wel*

---

Welke religie hoort het meest bij u?

0 Geen / Atheïsme

0 Christendom

0 Islam

0 Hindoeïsme

0 Anders, namelijk:

[VERDER]

In hoeverre houdt u normaal gesproken van cabaret?

*Helemaal niet*      0      0      0      0      0      0      0      *Helemaal wel*

In hoeverre houdt u normaal gesproken van grappen die grof zijn?

*Helemaal niet*      0      0      0      0      0      0      0      *Helemaal wel*

In hoeverre houdt u normaal gesproken van humor over andere rassen of nationaliteiten?

*Helemaal niet*      0      0      0      0      0      0      0      *Helemaal wel*

In hoeverre houdt u normaal gesproken van humor over het andere geslacht?

*Helemaal niet*      0      0      0      0      0      0      0      *Helemaal wel*

In hoeverre houdt u normaal gesproken van flauwe grappen (nonsens humor)?

*Helemaal niet*      0      0      0      0      0      0      0      *Helemaal wel*

[VERDER]

Welke videofragmenten kende u al?

Op welke vragen (of onderwerpen) kan dit online mediaonderzoek volgens u een antwoord geven?

Indien u nog opmerkingen en/of vragen heeft over dit onderzoek, kunt u deze hier noteren:

[VERDER]

---

**Dit is het einde van het onderzoek.**

Omstreeks 1 juli zult u per mail een bericht ontvangen over de onderzoeksresultaten. Als de cadeaubon aan u verloot is, zult u hiervan eveneens op de hoogte gebracht worden via de mail. Hiertoe worden de e-mailadressen gebruikt waarop u de uitnodiging voor dit onderzoek heeft ontvangen.

Om het onderzoek goed te laten verlopen, zou ik u willen vragen niet met anderen over de inhoud van het onderzoek te spreken. Dit kan namelijk de mening van andere deelnemers beïnvloeden.

Weet u nog andere volwassenen (vanaf 18 jaar) die aan dit onderzoek zouden willen deelnemen, dan kunt u mij helpen door te mailen naar [mediaonderzoek@hotmail.com](mailto:mediaonderzoek@hotmail.com) en dan zal ik diegene een unieke link naar het onderzoek terugmailen.

**Hartelijk bedankt voor het meedoen aan dit onderzoek!**

---

## Bijlage 5. Debriefing

Beste onderzoeksdeelnemer,

Afgelopen maand heeft u meegedaan met mijn afstudeeronderzoek, het online mediaonderzoek. Hiervoor wil ik u allereerst hartelijk bedanken, want zonder u had ik mijn afstudeeronderzoek nooit zo goed kunnen afronden! In deze mail zal ik u preciezer uitleggen wat ik geprobeerd heb te onderzoeken en de belangrijkste onderzoeksresultaten kort voor u samenvatten.

Omdat deelnemers de vragenlijst anders zouden kunnen invullen wanneer zij beseft hebben van het precieze doel en daarmee de onderzoeksresultaten niet meer betrouwbaar zouden zijn, is het onderzoek aangekondigd als gaande over mediareceptie in relatie tot de gedachtewereld. Meer specifiek heb ik geprobeerd te onderzoeken welke invloed gedachten aan de eigen sterfelijkheid hebben op de waardering van verschillende typen humor in audiovisuele media. De helft van de deelnemers kreeg daarom als taak te denken/schrijven over de dood en de andere helft (ter controle) over de bioscoop, waarbij de rebussen als afleiding dienden.

Uit het onderzoek is gebleken dat personen die aan de dood moesten denken het nonsens humortype (zoals het fragment met de lammetjes) over het algemeen meer waarden dan personen die hier niet aan hebben gedacht (de controlegroep). Ook waren er aanwijzingen dat humor waarin andere groepen (in dit geval Belgen) belachelijk worden gemaakt, door de groep mensen die over de eigen dood had nagedacht gemiddeld genomen meer gewaardeerd werd dan humor waarin de eigen cultuur belachelijk wordt gemaakt, wat niet gold voor de controlegroep in dit onderzoek. Humor met de dood als onderwerp werd niet meer of minder gewaardeerd door mensen die hadden nagedacht over de eigen sterfelijkheid.

Zodoende is met dit onderzoek geprobeerd inzicht te verkrijgen in de verschillende perspectieven die mensen kunnen hebben nadat zij geconfronteerd zijn met de dood, waarom mensen het ene type humor in programma's meer of juist minder waarden dan het andere type humor en wat humor kan betekenen voor het omgaan met dood.

---

Voor de reclamewereld zouden de bevindingen bovendien relevant kunnen zijn: na televisieprogramma over bijvoorbeeld moord of ziektes zouden reclames met nonsens humor mogelijk meer effect hebben, omdat mensen over het algemeen nonsens humor meer lijken te waarderen nadat zij geconfronteerd zijn met beelden van de onontkoombare dood.

Ik hoop dat ik u met deze informatie een goed beeld heb kunnen geven van uw bijdrage aan de wetenschap. Nogmaals hartelijk bedankt voor uw deelname!

Met vriendelijke groet,

Amanda Eppen

Universiteit Utrecht

Contact: [mediaonderzoek@hotmail.com](mailto:mediaonderzoek@hotmail.com) (N.B. Dit e-mailadres zal vanaf september niet meer door mij gebruikt worden)