

Universiteit Antwerpen

Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen

Academiejaar 2010-2011

Masterproef

De invloed van kookprogramma's op genderbeleving

Manon Van Aerschot

Definitieve versie

Master in de Communicatiewetenschappen- afstudeerrichting Mediacultuur

Promotor: Prof. C. De Backer

Medebeoordelaar: Prof H. Van den Bulck



Inhoudsopgave

1. Abstract	3
2. Inleiding	4
3. Literatuur	6
3.1 Koken als “vrouwelijke” taak?.....	6
3.2 Stereotypering	7
3.3 Vrouwen op televisie.....	8
3.4 Kookprogramma’s.....	8
3.4.1 <i>Kookprogramma’s, een hype?</i>	10
3.4.2 <i>Format</i>	11
3.4.3 <i>Gender en “The New Lad”</i>	13
3.4.4 <i>Jamie Oliver</i>	16
3.5 Kookprogramma’s op de Vlaamse televisie, eerdere inhoudsanalyses.....	19
3.5.1 <i>“SOS Piet” en “Lekker Van bij Ons”</i>	19
4. Methode	20
4.1 CIM-cijfers	20
4.2 Inhoudsanalyse	20
4.3 Kooklessen	21
5. Resultaten	21
5.1 CIM-cijfers	21
5.2 Kookprogramma’s zijn dagelijkse kost.....	22
5.2.5 <i>Kijkcijfers “Dagelijkse kost”</i>	23
5.3 Inhoudsanalyse “Dagelijkse Kost”	24
5.3.1 <i>Kenmerken en rollen</i>	24
Kenmerken	24
Rollen	25
5.3.2 <i>Benadering van het koken en format</i>	27
Arbeid, ontspanning en francocentrisme	27
Educatief, edutainment en entertainment	28
5.3.3 <i>Het gerecht en het materiaalgebruik</i>	28
Het gerecht	28
Materiaalgebruik	30
5.3.4 <i>Dialogen</i>	30
5.3.5 <i>Kennis</i>	32
5.3.6 <i>(Contrast)stereotypering</i>	33
5.3.7 <i>Publieksperceptie</i>	34
5.3.8 <i>Conclusie</i>	35
5.4 Kooklessen	36
5.4.1 <i>Koksscholen</i>	36
5.4.2 <i>Kleinschalige initiatieven</i>	38
6. Discussie en conclusie	39
7. Bibliografie	42

1. Abstract

Aan de hand van de CIM-cijfers zien we dat het aantal kookprogramma's, opgenomen in de top 100 van de meest bekeken programma's, de laatste jaren flink gestegen is. We stellen ons de vraag of deze kookprogramma's een invloed kunnen hebben op genderbeleving. Zo kunnen we verscheidene categorieën in kookprogramma's onderscheiden waaronder competitieve, reality- en educatieve programma's. In deze studie zullen we enkel de laatste categorie bestuderen. Een steeds terugkomend begrip in de literatuur is het "culinair cultureel kapitaal" van Bourdieu. Het kapitaal dat het mogelijk maakt om naar kookprogramma's op televisie te kijken en deze te begrijpen (Bourdieu and Nice, 1984 en Bourdieu in De Solier, 2005). Met behulp van een kwalitatieve inhoudsanalyse willen we nagaan of kookprogramma's elementen bevatten die genderbeleving bij het publiek kunnen beïnvloeden. We kiezen hier voor een programma onder leiding van een mannelijke chef. "Dagelijkse kost" wordt gepresenteerd door chef Jeroen Meus en wordt elke weekdag en zondag uitgezonden op de zender één. Meus bekleedt vooral de rol van "The New Lad", het is niet zijn professionele identiteit maar zijn identiteit in zijn vrije tijd die veelal in beeld wordt gebracht. Het programma bevestigt de overgang in kookprogramma's naar het format edutainment. Er wordt nog steeds iets aangeleerd, maar het gebeurt op een ontspannen, entertainende manier. We merken ook dat het aantal inschrijvingen in kooklessen enorm gestegen is.

Aantal woorden: 13515 Sleutelwoorden: kookprogramma's – genderbeleving – edutainment- cultureel culinair kapitaal- "The New Lad"- "Dagelijkse kost"- kooklessen

2. Inleiding

Als er al een moment is waarop er iets geschreven dient te worden over culinaire televisie, dan is het wel vandaag. In 2008 bekritiseerde De Morgen (K.S., 2008) de hype van de kookprogramma's en voorspelde dat het einde nabij was. Nu drie jaar later domineren kookprogramma's nog steeds het televisielandschap. De afgelopen vijf jaar zien we dat er een enorme groei is in het aantal kookprogramma's, in allerlei formaten van zowel educatief tot echte wedstrijden. Dit najaar kregen we er zelfs een zender bij met enkel kookprogramma's (Njam). Hiermee gaan we de Verenigde Staten achterna, waar koken op televisie al langer een hype is. "The Food Network" (een zender opgericht in de V.S. met enkel kookprogramma's) werd al gelanceerd in 1993. Later volgden ook het Verenigd Koninkrijk en Azië met specifieke kookzenders.

Koken als huishoudelijke taak wordt vandaag hoofdzakelijk gezien als een "vrouwelijke" taak. Mannen oefenen wel vaker het beroep uit van kok. Hoewel we het model van een patriarchale samenleving voor een deel ontgroeid zijn, kunnen we niet zeggen dat man en vrouw als gelijken worden aanzien. Enkele decennia terug werkten enkel mannen buitenshuis en zorgden vrouwen voor het huishouden, de kinderen en ook de maaltijden in een gezin. Vandaag zien we dat steeds meer vrouwen ook buitenshuis gaan werken. Men zou dan verwachten dat de huishoudelijke taken worden verdeeld. Dat is echter vaak niet het geval. Vrouwen worden verwacht beide taken op zich te nemen.

Toch is er een grote stijging van het aantal educatieve kookprogramma's onder leiding van een mannelijke chef kok (Hertenweg, 2007). In het begin pretendeerden deze chefs de restaurantkeuken in huis te brengen. Vandaag de dag streven ze naar het op tafel brengen van de goede oude "Dagelijkse kost". We vragen ons hierbij af of deze programma's een invloed kunnen hebben op de traditionele rolverdeling die al zolang in onze keukens heerst.

In deze studie onderzoeken we of deze kookprogramma's enkel het publiek entertainen of dat het publiek er ook werkelijk iets van opsteekt en zich er naar gaat gedragen. Onze centrale onderzoeksvraag luidt dan ook: **"Kunnen kookprogramma's een invloed hebben op genderbeleving?"**

We gaan na hoe er wordt omgegaan met het concept gender in deze programma's. Waarom zijn programma's met mannelijke topchefs zo populair? Welke achterliggende waarden promoten ze? In hoeverre kunnen zij het idee over koken in het gezin beïnvloeden? Hoeveel culinair cultureel kapitaal, het kapitaal dat men nodig heeft om het programma te begrijpen en om te kunnen koken (Bourdieu en Nice, 1984) is er nodig? Om dit te onderzoeken doen we een kwalitatieve inhoudsanalyse van het programma "Dagelijkse kost", gepresenteerd door chef Jeroen Meus en meteen het eerste programma op de Vlaamse televisie dat dagelijks wordt uitgezonden en pretendeert alledaagse gerechten voor te schotelen.

We gebruiken de studie van Hertenweg (2007) als leidraad voor het samenstellen van het codeboek en om de vergelijkbaarheid van het onderzoek te verhogen. We kunnen hieruit besluiten dat Meus zich verhaalt op de rol van "The New Lad" net zoals Hollows (2003) terugvond bij Jamie Oliver. Het format van het programma is edutainment, een combinatie van educatie en entertainment. De stelling dat veelal de identiteit in de vrije tijd van de chef aan bod komt (Hollows, 2003) wordt hier bevestigd in zowel rolbekleding, taalgebruik en houding. Opvallend is dat Meus' taalgebruik toch heel wat francocentrische termen bevat en dat Meus dus onrechtstreeks verwijst naar de hiërarchische opbouw in de Franse keuken (Druckman, 2010).

Verder zien we aan de hand van de kijkcijfers dat er inderdaad meer kookprogramma's zijn opgenomen in de top 100 dan 10 jaar geleden. In 2000 staat er slechts één programma in de lijst. In 2008 en 2009 staan er maar liefst drie kookprogramma's in de top 100. De meest bekeken kookprogramma's staan ook allemaal onder leiding van een Vlaamse mannelijke chef. Dit sluit aan bij de literatuur.

Om na te gaan dat koken echt leeft onder het publiek, kijken we of het aantal inschrijvingen bij kooklessen is gestegen. Om geen vertekend beeld te krijgen maken we een onderscheid tussen professionele koksscholen en kleinschaligere initiatieven, die als paddenstoelen uit de grond schieten. Welke motivatie ligt aan de basis bij de oprichters? Hoe liggen de verhoudingen man-vrouw in beide soorten kooklessen?

In onze analyse betrekken we alle koksscholen van Vlaanderen die volwassenenonderwijs aanbieden en eveneens kleinschaligere initiatieven uit Antwerpen. Jammer voor ons onderzoek is dat niet alle scholen ons hun gegevens van de afgelopen 10 jaar konden bezorgen. Wel stellen we een stijging vast in het aantal inschrijvingen, deze is echter niet lineair voor elke school.

Tot slot kunnen we volgens onze literatuurstudie, de CIM-cijfers en de inhoudsanalyse wel degelijk concluderen dat kookprogramma's zeer aanwezig zijn en genderbeleving kunnen beïnvloeden.

3. Literatuur

3.1 Koken als "vrouwelijke" taak?

In "Gender Roles and Food in Families" onderzoekt Susan Gregory (2001) hoe het aankopen van voeding en het bereiden van de gezinsmaaltijden georganiseerd wordt. De bereiding van voeding moet op regelmatige basis gebeuren en vraagt planning en beslissingen over wat er zal klaargemaakt worden (Luxton in Kemmer, 2000). Elk lid van het gezin krijgt zijn specifieke rol en wordt in het gezin gesocialiseerd. Elke rol veronderstelt bepaalde taken en bepaald gedrag. In de naoorlogse periode was het normaal dat de vrouw niet buitenshuis werkte en de huishoudelijke taken op zich nam (Bugge, 2003). Vrouwen werden als het ware gedwongen in de onderdanige positie om de huishoudelijke taken te doen, ook Charles en Kerr (1998) vonden dat mannen vooral werden gezien als voorzieners en vrouwen als dienststers.

De zorgtaken in het gezin worden vooral door de vrouw uitgevoerd. Verzorgen is dus enerzijds een praktische activiteit en anderzijds dwingt het tot de traditionele genderrollen in het gezin. Gregory (2001) haalt tevens aan dat de vrouw wel verantwoordelijk is voor het aankopen van voeding en het klaarmaken ervan maar dat mannen vaak beslissen wat er op tafel komt. Dat de identiteit van de vrouw wordt gevormd door traditionele socialisatieprocessen bevestigt Gregory (2001) en haalt ook Bugge (2003) aan in haar "Sociology of food: cooking as identity work". Door het bereiden van maaltijden worden vrouwen niet enkel gezien als goede verzorgster maar als goede vrouw of moeder. Voeding is hierbij een sleutelement in de relatie tussen groepsleden en drukt de emotionele en ideologische waarden uit in sociale relaties. Op deze manier wordt voeding als het ware een medium waarmee mannen en vrouwen gevoelens ten aanzien van elkaar uitdrukken. Koken wordt gezien als een element van de vrouwelijke identiteit waarmee de vrouw haar appreciatie ten aanzien van haar man kan tonen (Kemmer, 2000).

De Solier (2005) haalt eveneens aan dat het bereiden van een goede maaltijd een manier is om zorg te uiten voor de rest van de familie en dat koken integraal deel uitmaakt van de taken van een goede vrouw of moeder. Ook Brouns (1995) zegt dat vrouwen niet geboren worden als vrouw maar zo gemaakt worden door de maatschappij.

Vanaf de jaren '60 en met de opkomst van het feminisme veranderde de houding ten aanzien van vrouwen enigszins. Het kostwinnersmodel was niet langer houdbaar en ook vrouwen traden op de arbeidsmarkt. Vaak werkten vrouwen echter deeltijds omdat ze het huishouden met hun werk buitenshuis moesten combineren (Hertenweg, 2007).

Vandaag de dag werken heel wat vrouwen voltijds en vervullen ze eveneens hun huishoudelijke taken. Kemmer (2000) haalt aan dat bij jonge mensen de kloof tussen het loon van mannen en vrouwen stilaan kleiner wordt. Bugge (2003) merkt hier op dat zelfs bij jonge koppels met hoogopgeleide vrouwen koken voornamelijk als vrouwelijke activiteit wordt gezien. Ook vandaag dus blijft koken een voornamelijk vrouwelijke taak (Hertenweg, 2007). Voedsel is nog steeds een deel van de vrouwelijke identiteit. Het idee dat wij hebben over de, in dit geval de vrouwelijke, identiteit steunt in vele gevallen op stereotypering. In onderstaand deel halen we aan wat die stereotypering nu juist is en hoe deze gevormd wordt.

3.2 Stereotypering

De manier waarop bepaalde groepen in de samenleving en in de media worden voorgesteld steunt vaak op stereotypering. Stereotypes komen voort uit een selectie en constructie van onontwikkelde, gegeneraliseerde tekens die een bepaalde groep of bepaalde individuen categoriseren (Dyer, 2002). Ze weerspiegelen culturele opvattingen en binnen een bepaalde samenleving zijn het gemakkelijk herkenbare beschrijvingen van leden van een specifieke groep. Zelfs al geloof je er niet in, dan nog kan je ze wel aanduiden als een wijdverspreide opvatting (Aronson et al., 2007). Ze geven de sociale distincties in een maatschappij weer en tonen aan wie dominant is en wie onderdrukt. Na verloop van tijd beschouwen we ze als natuurlijk doordat ze zo vaak herhaald worden (Dyer, 2002). Ook contraststereotypering komt voor, hierbij worden stereotiepe opvattingen bekeken vanuit een tegengesteld perspectief. Stereotypen ontstaan door opvoeding, socialisatie, onderwijs, persoonlijkheidsfactoren, e.a. Ook de media hebben een belangrijke invloed op stereotypering (Dyer, 2002 en Michielsens, 1999).

Dyer (2002) haalt aan dat stereotypering een bepaalde rol vervult. Stereotypes ordenen en categoriseren onze samenleving zodat we binnenkomende informatie over groepen beter kunnen verwerken.

Wanneer men wil nagaan of er stereotypes voorkomen op televisie of in een bepaald programma, maakt men vaak gebruik van inhoudsanalyses.

Deze kunnen kwantitatief zijn, hier gaat men na hoeveel keer een bepaalde groep in beeld komt. Bij kwalitatieve inhoudsanalyse ligt de focus meer op hoe individuen of bepaalde groepen worden voorgesteld en welke impliciete of expliciete associaties er worden gemaakt. In genderstudies komt men vaak tot de conclusie dat er nog veel stereotypes over vrouwen bestaan. Vrouwen worden vaak voorgesteld als een object van voyeurisme en komen zoals Michielsens (1991) aanhaalde minder vaak in beeld. Critici halen dan weer aan dat het bijna onmogelijk wordt om een realistisch beeld weer te geven van elk individu en dat ook mannen wel eens voorgesteld worden als object van voyeurisme (Dyer, 2002).

3.3 Vrouwen op televisie

Magda Michielsens (1991) ging na op welke manier en hoeveel vrouwen aan bod komen op televisie. Zij kwam tot de volgende conclusies; Vrouwen komen minder vaak op televisie dan mannen en het huwelijk alsook de kinderen worden beschouwd als belangrijker in het leven van een vrouw dan in dat van een man. Als derde zegt Michielsens (1991) dat televisie de traditionele arbeidsverdeling in het gezin herhaalt. Vrouwelijke figuren met een baan krijgen minder prestige dan mannen met een baan. Als vijfde stelt ze dat vrouwen meer geëngageerd zijn in de persoonlijke levenssfeer en minder in hun werk. Vrouwen zijn ook passiever op tv en tv-dramaproducties houden geen rekening met de vrouwenbeweging.

Het onderzoek van Michielsens dateert echter van 1991, maar in 2001 haalde ze aan dat haar resultaten nog steeds actueel zijn voor fictieprogramma's. Ons onderzoek spitst zich toe op kookprogramma's en dus op non-fictie. Wij gaan hier na hoe de man op het scherm wordt voorgesteld.

3.4 Kookprogramma's

Bij de analyse van kookprogramma's gaan we op zoek naar stereotyperingen omtrent gender. We onderzoeken hoe mannen hierin worden voorgesteld. Verder gaan we in de literatuur op zoek naar de evolutie van kookprogramma's. Hebben zij door de jaren heen hetzelfde format behouden? Worden mannen en vrouwen nog steeds op dezelfde manier in beeld gebracht?

Koken was vroeger een activiteit die zich vooral voordeed in de private sfeer. Televisieprogramma's hebben koken van de private naar de publieke sfeer gebracht. De media hebben altijd al een belangrijke positie bekleed in het afbeelden van genderrollen (Hertenweg, 2007).

Met dit onderzoek willen we dan ook nagaan of dit voor kookprogramma's het geval is. Eerst zullen we op zoek gaan naar wat we nu eigenlijk verstaan onder kookprogramma's en welke soorten we kunnen onderscheiden.

Strange (2000) onderscheidt vier ingrediënten in kookprogramma's. De eerste "Cookery-Educative" verwijst naar de instructies in het kookprogramma. Deze worden verbaal of geschreven gegeven door een instructeur. Het tweede ingrediënt "Persoonlijkheid" verwijst naar de instructeur of presentator die in het format geplaatst wordt. Vaak gaat het hier om een instructeur met een hoog entertainmentgehalte. "Tour-Educative" is het derde ingrediënt dat verwijst naar het reizigersaspect dat vaak voorkomt in kookprogramma's. Dit ingrediënt kan dienen om verscheidene educatieve elementen in het programma te onderscheiden. Het laatste ingrediënt "Raw-Educative" verwijst naar de evolutie die voeding doormaakt van het rauwe naar het gekookte, naar een echte maaltijd (Strange, 2000, p. 138-139). De Solier (2005) haalt hier aan dat culinaire televisie de narratieve structuur gebruikt van een make-over programma en de evolutie laat zien van het rauwe naar het gekookte.

Verder onderscheiden Strange (2000) maar ook De Solier (2005) drie soorten kookprogramma's die aan de hand van bovenstaande elementen kunnen worden samengesteld. Het kunnen competitieve programma's zijn, waarin er een soort wedstrijd is om te kijken wie het beste kookt. Het kunnen ook reality-programma's zijn waarin men bij mensen thuis kijkt hoe er gekookt wordt. Als laatste kunnen het ook educatieve programma's zijn waarin er uitgelegd wordt hoe een bepaald gerecht wordt klaargemaakt en hoe je het thuis kan namaken (Strange, 2000 en De Solier, 2005). In deze studie zullen we enkel de laatste categorie bestuderen. Ondanks het enorme aanbod aan kookprogramma's kiezen we hier voor een programma onder leiding van een mannelijke chef. Dit omdat dit de grootste categorie van kookprogramma's is op televisie en tevens ook omdat net dit soort programma's genderbeleving anders in kaart brengen (Hertenweg, 2007).

3.4.1 *Kookprogramma's, een hype?*

De laatste jaren kennen we een enorme explosie in de interesse voor koken. Het aantal culinaire secties in magazines neemt nog steeds toe (Hollows, 2003). Heel wat magazines specialiseren zich zelfs enkel in het koken (Hollows, 2003). Ook op televisie wint koken aan belang. Haast elke zender heeft tegenwoordig zijn eigen kookwedstrijd waarin de kijker actief mag meedoen aan het kookavontuur en waarin talrijke prijzen worden uitgedeeld aan de beste chef in spe.

In de jaren 90 richtten de Verenigde Staten al hun eigen kookzender op "The Foodnetwork". Op deze zender worden non stop kookprogramma's uitgezonden van allerlei aard (Norris, 2006). Net als we dachten dat kookprogramma's een hype waren, kregen we er weer heel wat programma's bij. Vaak gaat het om buitenlandse programma's of formats die worden overgekocht maar ook het aantal eigen producties stijgt. Ook dit jaar kwam Studio 100 op de proppen met de Belgische kookzender "Njam", onder leiding van driesterrenchef Peter Goossens.

In 2008 reageerde de krant De Morgen al fel met het artikel "*Kookprogramma's overspoelen de buis*". Men dacht dat de kijker wel stilaan genoeg had van die kookprogramma's en dat een overdosis niet ver weg was. Nu drie jaar later zit koken nog steeds in de lift.

Bourdieu (1984) haalt hier echter het belang van het begrip klassendistinctie aan en zegt dat smaken en individuele praktijken een reflectie zijn van klasse en status. Voeding is zo'n domein waarin deze distincties worden toegepast (De Solier, 2005). Volgens Bourdieu (1984) wordt een klasse van een individu gedetermineerd door het kapitaal dat hij of zij bezit.

Zo verwijst hij naar economisch, sociaal en cultureel kapitaal. Het economisch kapitaal bestaat volgens hem uit de financiële middelen en eigendommen die een individu bezit. Het sociaal kapitaal zijn de netwerken van een individu (Bourdieu in De Solier, 2005). Bijvoorbeeld het aantal connecties of vriendschappen. Als laatste haalt hij cultureel kapitaal aan. Hij legt hier de nadruk op kennis en opleiding. Volgens hem bestaat er ook zoiets als cultureel culinair kapitaal. Het kapitaal dat het mogelijk maakt om naar kookprogramma's op televisie te kijken en te begrijpen (Bourdieu and Nice, 1984 en Bourdieu in De Solier, 2005).

Volgens Bourdieu (1984) kunnen enkel mensen met genoeg culinair kapitaal onder invloed komen te staan van deze kookprogramma's daar anderen deze programma's niet kunnen of willen begrijpen (Bourdieu and Nice 1984; Adema, 2000; Hollows, 2003).

We zouden enerzijds kunnen stellen dat een evolutie in het format van kookprogramma's kan zorgen voor een verandering in de behoefte aan cultureel culinair kapitaal, anderzijds in hoeverre deze programma's het cultureel culinair kapitaal kunnen beïnvloeden. We bekijken de veranderingen in het format.

3.4.2 Format

Wanneer we kijken naar de evolutie van kookprogramma's doorheen de jaren zien we dat kookprogramma's oorspronkelijk vooral educatief waren (Strange, 2000; De Solier, 2005 en Hertenweg, 2007). De Solier (2005) haalt aan dat kookprogramma's vaardigheden aanleerden aan vrouwen over hoe zij hun huishoudelijke taken moesten vervullen.

In de beginfase werden kookprogramma's dus veeleer gezien als een vorm van arbeid dan als een vorm van ontspanning.

Kookprogramma's bekleedden dus een cruciale ideologische functie: de educatie van vrouwen in hun genderrollen en meer bepaald hoe ze een perfecte huisvrouw moesten zijn (De Solier, 2005).

Volgens Widart (2005) veranderde het format van kookprogramma's sinds de jaren '50 van puur educatief naar edutainment. Ook Strange (2000) merkt dit op. De nadruk is dus meer gaan liggen op entertainment. De Solier (2005) haalt aan dat er erg veel kritiek is op het educatieve element in kookprogramma's en verwijst naar Phebe Chao (1998). Deze laatste vergelijkt kookprogramma's met sportwedstrijden. Volgens De Solier (2005) en Caraher et al.(2000) hangt de mate waarin kookprogramma's educatief kunnen zijn samen met de eigenschappen van het publiek. Volgens de studie van Caraher (2000) beschouwde 25% van de vrouwen kookprogramma's als bron van educatie terwijl slechts 14% van de mannen dit ook vond. Verder vond 25% van de upper class professionals dat ze iets konden bijleren van kookprogramma's terwijl slechts 15% van de lagere arbeidersklasse dit ook vond. Bourdieu (1984) komt hier op de proppen met zijn theorie van sociale distinctie en cultureel kapitaal. Hier gaan we later verder op in.

Widart (2005) zegt dat er op het vlak van cameragebruik, opbouw en muziek inderdaad een evolutie is naar puur entertainment maar dat kookprogramma's nog steeds educatief zijn, al valt het minder op voor de kijker. Ook de duur van kookprogramma's is over de jaren heen geëvolueerd.

In de jaren '50 duurden de meeste kookprogramma's slechts een vijftal minuten terwijl vandaag de dag de meeste kookprogramma's zo'n 20 tot 30 minuten duren. Kookwedstrijden krijgen zelfs vaak een uur zendtijd.

Terwijl kookprogramma's een amusante vorm van entertainment zijn voor televisiekijkers, functioneren ze ook als pedagogische teksten die kijkers informeren over verscheidene vormen van sociale en culturele kennis (De Solier, 2005). Door de transmissie van bepaalde culinaire kennis, vormen kookprogramma's een impliciet ideologisch werk en indoctrineren ze de kijkers met hegemonische regimes van gender maar ook met nationale identiteit, etniciteit en klasse. Kookprogramma's op tv leren niet alleen culinaire kennis of vaardigheden aan de kijker maar spelen ook een rol in de productie en promotie van culinaire smaken. Het toont hoe kijkers hun smaak kunnen aanwenden voor sociale distinctie (De Solier, 2005). In Bourdieu's (1984) woorden kunnen ze dus een bijdrage leveren aan het cultureel culinair kapitaal.

Door de verhoging van het entertainmentgehalte van de kookprogramma's komt de figuur van de chef of de expert meer en meer centraal te staan in het programma. Zowel commerciële zenders als de openbare omroep werven overal ter wereld bekende chefs aan om hun kookprogramma's aantrekkelijker te maken voor de kijker (Bugge, 2003). Volgens Bugge (2003) zijn tv-chefs een goed voorbeeld van discursieve machtspersonen. Discursieve macht is de autoriteit om waarheid te scheppen. Tv-chefs bepalen immers wat kan en niet kan, hoe het moet en hoe het niet moet (Bugge, 2003).

Ook Bourdieu (1984) haalt aan dat tv-chefs culturele intermediairs zijn die bepalen wat hip is en wat niet. Door een bepaald programma te kijken of door op een bepaalde manier met koken om te gaan kan je dus als hip of als niet hip worden aanzien.

Zoals vele voedingsstudies omtrent kookprogramma's startte Norris (2006) zijn onderzoek rond de evolutie van "The Food Network". Hij stelde vast dat het publiek in de beginjaren van de zender hoofdzakelijk vrouwelijk (64%) was. Het doel van de zender was echter om zo veel mogelijk kijkers aan te trekken en dus wilden ze ook meer mannelijke kijkers bereiken, ze trachtten dit te doen door middel van entertainment (Norris, 2006).

Met de lancering van “Essence of Emeril” slaagde “The Food Network” in haar opzet. Het programma startte in 1995 en werd het meest bekeken programma van de hele zender. Het programma werd gepresenteerd door een mannelijke chef Emeril Lagasse. Later volgde dan ook het programma “Emeril Live”. Vaak wordt gewezen op de dualiteit van de persoonlijkheid van Emeril die in de programma’s aan bod komt. In “Essence of Emeril” wordt de chef afgebeeld als professioneel, kalm en zakelijk (Norris, 2006). In “Emeril Live” krijgen we een heel andere chef te zien. We zien hier de overgang naar edutainment. Emeril krijgt een gillend publiek op de achtergrond, gebruikt grove taal en is bruut. “Emeril live” slaagde erin om meer mannelijke kijkers naar zich toe te trekken. Meer nog, het programma slaagde er in om “niet typische kookprogrammamakers” aan te trekken. Het programma werd echt gezien als een show, als entertainment. Emeril wordt hier niet afgebeeld als een professional maar als een totaal geloofwaardige macho “next door” die toevallig kan koken. Het merendeel van de kijkers is 30 jaar en mannelijk. Dit soort van machoprogramma is dus duidelijk een soort dat mannen aantrekt. Edutainment werkt (Norris, 2006).

3.4.3 Gender en “The New Lad”

De eerste kookprogramma’s werden gepresenteerd door vrouwelijke “chefs”. Zij waren echter geen professionele chefs maar wilden vrouwen vooral bijbrengen hoe ze een goede huisvrouw konden zijn. Vandaag staan de meeste kookprogramma’s onder leiding van een mannelijke chef die vaak al enige roem of sterren op zijn naam heeft staan (Hertenweg, 2007).

Debbie Hertenweg (2007) onderzocht de verhoudingen tussen mannelijke en vrouwelijke chefs met een ster in haar licenciaatsverhandeling. Zij kwam tot de vaststelling dat slechts 1,087% van de restaurants met een ster geleid worden door een vrouwelijke chef. Wel kunnen we zeggen dat we de laatste jaren steeds meer horen van de zogenaamde “lady chefs”¹. Toch overheersen mannelijke chefs de restaurant industrie. Deze ongelijkheid trekt zich volgens Hertenweg (2007) door in kookprogramma’s. “*Het gaat dus van de huiselijke, private sfeer naar de publieke sfeer, en daar is geen plaats voor een vrouwelijke kok*” haalt Hertenweg (2007) aan.

¹ De titel van ladychef wordt sinds 1991 uitgereikt door het kookmagazine Culinaire Ambiance om meer aandacht te schenken aan vrouwelijke chefs. (www.ladychef.be)

Mannen worden weinig geassocieerd met het huishoudelijk koken (hoewel hier al een hele evolutie is gebeurd). Wel worden ze geassocieerd met professioneel koken. Vrouwen worden dan weer vaker geassocieerd met het huishouden en koken thuis. Weinig komen zij aan bod als professionele chefs (Druckman, 2010; Kemmer, 2000; Inness, 2001; Chan, 2002 en Ray, 2007).

Ook Karl Marx uitte zijn mening over koken als huishoudelijke taak. Arbeid is volgens hem datgene waar men loon voor ontvangt. Koken thuis wordt volgens Marx dus niet gezien als arbeid (Fürst, 1997). Wanneer we deze redenering voortzetten, kunnen we zeggen dat mannen vroeger steeds geassocieerd werden met arbeid en vrouwen niet. Ook al werken vrouwen nu wel, deze associaties zouden blijven doorwerken in onze opvattingen. Onrechtstreeks zouden mannen dus niet geassocieerd worden met koken thuis maar wel met koken als beroep (Fürst, 1997).

Koken wordt dus gezien als een job, een beroep, een ambacht en een kunst. Aangezien er meer mannen zijn die de job van kok hebben, kiezen kookprogramma's dus vaker voor een mannelijke chef.

In "Why Are There No Great Women Chefs" gaat Druckman (2010) op zoek naar de ongelijkheden in de restaurantkeuken. Zij haalt het onderscheid aan tussen kok en chef. Hollows (2003) bevestigt eveneens het onderscheid tussen de huishoudelijke kok en de professionele chef. Druckman (2010) stelt verder dat niemand twijfelt aan de capaciteiten van vrouwen om te koken maar dat vrouwen vaker worden aanzien als kok dan als chef. Chef is het Franse woord voor hoofd van de keuken en is dus gerelateerd aan koken als beroep. Het begrip kok is een meer algemeen begrip dat verwijst naar iedereen die eten klaarmaakt, zowel professioneel als thuis (Druckman, 2010). Druckman (2010) beklemtoont eveneens de manier waarop mannen en vrouwen worden voorgesteld in kookprogramma's. Vrouwelijke koks worden meestal afgebeeld in een huiselijke keuken met vrijetijdskleding aan. Vaak lopen er kinderen rond op de achtergrond. Kookprogramma's met vrouwelijke koks verwijzen dus naar het koken als een huishoudelijke taak. Zo ondervond ook Strange (2000) in haar analyse van Delia, een vrouwelijke tv-kok, dat Delia kookt in haar eigen huis. De kijker wordt dus binnengelaten in de intieme huiselijke sfeer van de vrouwelijke kok.

Mannelijke koks worden in kookprogramma's inderdaad veeleer afgebeeld als chefs. Vaak koken zij in koksuniform en gaan ze te werk in een professionele restaurantkeuken (Druckman, 2010). Kookprogramma's maken dus inderdaad een onderscheid in gender op het scherm. Het gaat zelfs zo ver dat vrouwen die koken op televisie worden afgebeeld als de perfecte, sexy vamp. Neem nu Nigella Lawson die met allerlei woordspelingen en suggestieve handelingen de sexy kok speelt. Het onderscheid tussen huishouden en beroep, tussen chef en kok wordt hier dus nogmaals bevestigd (Druckman, 2010).

Volgens Druckman (2010) spelen ook de eigenschappen van het beroep chef een belangrijke rol. De keukens in restaurants worden georganiseerd op militaire wijze. Het systeem is extreem hiërarchisch met de chef aan het hoofd van de keuken. Vrouwen worden gezien als minder competitief en minder passend in de competitieve wereld van de restaurantkeuken. Verder is de restaurantkeuken vooral "francocentrisch" (Druckman, 2010). De Franse normen van de keuken staan dus centraal. Vrouwen ondergaan dezelfde werkcondities als mannen. Er wordt geen onderscheid gemaakt. Ook vrouwen moeten dus met zware potten sleuren hoewel ze doorgaans minder spiermassa hebben en kleiner zijn dan hun mannelijke collega's. Kortom het is een echte mannenwereld en het is alleen al fysiek erg moeilijk voor een vrouw om in deze wereld te overleven (Druckman, 2010).

Vaak wordt ook gezegd dat vrouwen vooral koken in de week, op werkdagen. Mannen daarentegen koken vooral op feestjes en speciale gelegenheden (Cairns, Johnston et al.; Adler 1981; Harnack, Story et al. 1998; Bove and Sobal 2006). Vrouwen worden gezien als verzorger van het gezin op dagelijkse basis. Mannen echter koken voor fun. Om op te scheppen tegen vrienden en familie en om hun machogedrag de vrije loop te laten. De laatste nieuwe kookprogramma's focussen niet meer op de professionele en beroepsmatige identiteit van de mannelijke chefs maar op hun identiteit in hun vrije tijd buiten het werk "**The New Lad**" (Hollows, 2003 en De Solier, 2005). Zo haalt Bourdieu (1984) aan dat koken een manier is om te zorgen voor het zelf en te werken aan het zelf door gebruik te maken van culinair cultureel kapitaal. Hoewel dit werken aan het zelf veeleer ervaren wordt als leuk en fun dan als arbeid. De middenklasse wordt overheerst door een "*moraliteit van plezier als plicht*". Deze doctrine maakt je tot een mislukkeling wanneer je geen plezier beleeft. (Bourdieu, 1984). Deze houding van koken als plezier is echter niet volledig gendergebonden. Ook in het programma van Nigella Lawson wordt koken afgebeeld als fun (De Solier, 2005 en Druckman, 2010).

3.4.4 Dialoog, dominant taalgebruik en hippe woorden

In educatieve kookprogramma's zien we vooral asymmetrische dialogen. Hiermee bedoelen we dat de chef veelal de rol van expert bekleedt en het publiek iets wil aanleren. De chef bekleedt dus een autoritaire rol en verhaalt zich op zijn culinaire kennis en ervaring in het beroep. De kijker krijgt weinig of geen kans om iets terug te zeggen (Hertenweg, 2007; Hollows, 2003). In haar analyse vond Hertenweg (2007) wel een meer symmetrische dialoog in het programma "SOS Piet", toch haalde de dominante houding van de chef ten aanzien van zijn leerling hier de bovenhand. Deze dialoogvorm gaat dan ook vaak samen met dominant taalgebruik. Onder dit taalgebruik verstaan we de "ik-weet-beter-taal" die de tv-chef hanteert. Zoals Norris (2006) reeds aanhaalde wordt dit taalgebruik vaak aangewend door mannelijke chefs om meer mannelijke kijkers aan te trekken. Norris (2006) haalde eveneens het gebruik van hippe, brute woorden aan bij de overgang van het format van educatie naar edutainment. Hollows (2003) bevestigt dit in haar analyse van Jamie Oliver.

3.4.4 Jamie Oliver

Ook de programma's van Jamie Oliver volgen de ontwikkeling van kookprogramma's waarbij men niet meer focust op de professionele identiteit van een chef maar op "The New Lad" (Hollows, 2003). Jamie Oliver is een mannelijke chef die met zijn programma's de traditionele Britse keuken nieuw leven wil inblazen. Koken wordt afgebeeld als een leuke bezigheid, als "fun" (Hollows, 2003). Hieronder werken we het voorbeeld van Jamie Oliver verder uit omdat de analyses van dit programma een belangrijk uitgangspunt zijn voor de start van ons onderzoek. We gebruiken de analyse van Jamie Oliver (Hollows, 2003) immers als uitgangspunt voor de vergelijking met Jeroen Meus.

Ondanks de enorme explosie van de interesse voor koken is er maar weinig onderzoek gedaan naar de invloed die kookprogramma's kunnen hebben en welke sociale rollen zij kunnen vervullen. Joanne Hollows (2003) geeft met haar onderzoek een bredere kijk op de invloed van kookprogramma's. Zij maakt hierbij gebruik van een case study rond Jamie Oliver. Jamie Oliver is een fenomeen in het Verenigd Koninkrijk. Hij is ontdekt in het River café in Londen tijdens het maken van een ander kookprogramma. In 1999 kreeg hij zijn eigen show "The Naked Chef". Nog twee seizoenen volgden en ook zijn reeks kookboeken verkocht als zoete broodjes.

Ook The Food Network zond “Oliver’s Twist” uit en verkocht Jamie’s stijl aan het internationale publiek. Hollows (2003) haalt aan dat “The Naked Chef” koken construeert als een activiteit horende bij een mannelijke levensstijl. Oliver onderhandelt een identiteit tussen “de nieuwe man” en “The New Lad”. Hollows (2003) wil met haar onderzoek aantonen dat de voorstelling van de identiteit van Jamie een invloed kan hebben op de perceptie van de mannelijke identiteit in de publieke maar ook in de private sfeer. Jamie onderhandelt de spanning tussen de figuur van de vrouwelijke huiskok en de mannelijke professionele chef. Hij gebruikt zijn professionele identiteit niet op televisie (Hollows, 2003).

Als resultaat is “The Naked Chef” een kookprogramma waarbij koken het imago krijgt van een coole mannelijke levensstijl. De nadruk wordt gelegd op koken als vrijetijdsbezigheid en niet op koken als arbeid. Hollows (2003) haalt hier Bourdieu (1984) aan die verwijst naar “The New Petit-Bourgeoisie” waar genot een plicht is. Aan de hand van een inhoudsanalyse gaat Hollows na op welke manieren “The New Lad” naar voren wordt gebracht. Ten eerste benadrukt zij het taalgebruik dat Oliver hanteert.

Recepten en ingrediënten worden herhaaldelijk beschreven als “pukka”, “funky” en “wicked”. Oliver neemt zichzelf en koken niet serieus. Koken wordt voorgesteld als fun en plezierig. Ten tweede stelt Hollows (2003) dat koken wordt voorgesteld als een activiteit die perfect past in het leven van “The New Lad”. Daar waar het leven van “The New Lad” vooral draait rond voetbal, muziek, drank en “babes”. Behalve “babes” kunnen we elk element terugvinden in het programma. Jamie houdt voetbalfestjes met vrienden, verzint gerechten tegen katers, enz. Ten derde wordt “The New Lad” in magazines vooral voorgesteld als iemand die serieuze zaken in het leven uit de weg gaat en die zelf ook niet serieus wil genomen worden. Jamie verwijst vaak naar traditionele opvattingen betreffende vrouwen en reproduceert zo de positie die deze “lad mags” (mannen magazines) innemen (Hollows, 2003).

Jamie wordt eveneens ook voorgesteld als aanhanger van de Italiaanse keuken. De traditionele Franse keuken die in het Verenigd Koninkrijk gezien wordt als de chique restaurantkeuken komt nauwelijks aan bod. Jamie wil met zijn passie voor Italiaans verwijzen naar de traditionele rustieke keuken van thuis. Jamie zoekt dus naar een manier om de verfijnde restaurantkeuken af te schrapen tot de essentie van het koken thuis (Hollows, 2003).

“The Naked Chef” reproduceert de mannelijke disposities ten opzichte van het huiselijk koken als een creatieve vrijetijdsbezigheid die zich onderscheidt van de vrouwelijke huishoudelijke taken. Het verzorgen van het gezin en de verantwoordelijkheid voor de gezinsleden wordt van de private sfeer overgebracht naar de publieke sfeer van het werk (Hollows, 2003).

In onze studie zullen we een gelijkaardige inhoudsanalyse maken van het programma “Dagelijkse kost” van Jeroen Meus. Hij wordt wel vaker gezien als het evenbeeld van Jamie Oliver. Met zijn programma brengt hij eveneens het huiselijk koken van de private naar de publieke sfeer en wil hij gaan voor de essentie in plaats van de chique restaurantkeuken.

3.5 Kookprogramma's op de Vlaamse televisie, eerdere inhoudsanalyses

3.5.1 *“SOS Piet” en “Lekker Van bij Ons”*

In haar licenciaatsverhandeling ging Hertenweg (2007) op zoek naar kookprogramma's op de Vlaamse televisie. Ze bestudeerde de rol van gender bij publieksconstructie door mediaprofessionals van de kookprogramma's “SOS Piet” en “Lekker Van Bij Ons”. Zij maakte hierbij gebruik van een kwalitatieve inhoudsanalyse en diepte-interviews. Hertenweg ging op zoek naar de machtsrelaties binnen de activiteit koken en binnen kookprogramma's.

Van elk programma werden 13 afleveringen inhoudelijk geanalyseerd door middel van diepte-interviews met de makers van beide programma's: regisseur, kok, producer, presentatrice, cameraman, ... (Hertenweg, 2007).

Voor haar inhoudsanalyse maakte Hertenweg (2007) een leesfiche op. Zij stelde een aantal categorieën op, aan de hand hiervan kon elk item geanalyseerd worden. Zo onderscheidde ze personage, portrettering, benadering van het koken, dialogen, kennis, stereotypering, contraststereotypering en publieksperceptie.

Hertenweg (2007) vond stereotype kenmerken in beide programma's. In “Lekker van bij Ons” werden er opvallend vaak contrasterende kenmerken en rollenpatronen onderscheiden. De makers van “SOS Piet” richtten zich op een breed publiek van bijna iedereen terwijl “Lekker van bij Ons” meer gemaakt werd voor kookliefhebbers. Er werden vaker stereotiepe elementen gevonden in het programma “Lekker van bij Ons” maar ook contraststereotyperingen kwamen vaker aan bod (Hertenweg, 2007).

Met ons onderzoek willen we een gelijkaardige analyse maken van het programma “Dagelijkse kost”. We zullen dan ook deels de categorieën van Hertenweg (2007) overnemen om de vergelijkbaarheid van beide onderzoeken te verbeteren.

4. Methode

4.1 CIM-cijfers

Voor dit onderzoek opteren we voor een combinatie van kwantitatief en kwalitatief onderzoek. We bekijken eerst of er wel degelijk een stijging is in het aantal kookprogramma's. Aan de hand van CIM-cijfers gaan we na of er in de top 100 van de kijkcijfers inderdaad meer kookprogramma's zijn opgenomen dan 10 jaar geleden.

4.2 Inhoudsanalyse

Verder willen we te weten komen of kookprogramma's een invloed kunnen hebben op genderbeleving. Om dit te onderzoeken doen we een kwalitatieve inhoudsanalyse van het programma "Dagelijkse kost" dat gepresenteerd wordt door Chef Jeroen Meus. Jeroen is een kok geboren te Leuven, hij volgde hotelschool aan "Ter Duinen" in Koksijde. Hij opende zijn eigen restaurant "Luzine" en sinds kort heeft hij eigen kookboeken. Verder presenteert hij "Plat Préféré", een programma waarin hij op zoek gaat naar de lievelingskost van overleden beroemdheden. In "Dagelijkse kost" wil hij kleine, "makkelijke" gerechtjes naar voren brengen voor elke dag. "Dagelijkse kost" is meteen het eerste programma op de Vlaamse televisie dat dagelijks wordt uitgezonden en ook pretendeert alledaagse gerechten voor te schotelen. Er worden 12 afleveringen onderworpen aan een kwalitatieve inhoudsanalyse. We starten willekeurig met een aflevering van maandag 18 oktober 2010. De weken daarop kiezen we voor respectievelijk dinsdag, woensdag, donderdag, vrijdag en zondag. Op zaterdag wordt er geen aflevering uitgezonden. De afleveringen op zondag geven een overzicht weer van de afleveringen tijdens de week en Jeroen gaat telkens op zoek bij een producent van een gebruikt product. In totaal telt onze analyse dus twee langere zondagsafleveringen. We proberen een "thick description" te geven van elke aflevering en we gaan zo nauwkeurig mogelijk te werk. Voor de categorieën baseren we ons op de studie van Hertenweg (2007) en op onze literatuur. Hierbij letten we zowel op de rol (The New Lad, de professionele chef, de kok, de verzorgende vader, de verzorgende man en de verzorgende vriend) en de portrettering van Jeroen Meus evenals de benadering van het koken en het format waarbij we educatief, edutainment en entertainment onderscheiden. We analyseren hier eveneens het gerecht zelf en het gebruikte keukenmateriaal (professioneel en huishoudelijk). We onderzoeken ook de dialogen en machtsverhoudingen. We peilen eveneens naar het nodige "culinair cultureel kapitaal", een begrip van Bourdieu (1984). Er wordt ook nagegaan of er al dan niet stereotypingen voorkomen in het programma.

In het laatste onderdeel “publieksperceptie” peilen we naar het taalgebruik en de interactie met het publiek. Ook herkenbaarheid (terugkerende onderdelen) en vormelijke kenmerken worden geanalyseerd.

4.3 Kooklessen

Om na te gaan of koken echt leeft onder het publiek kijken we of het aantal inschrijvingen in kooklessen is gestegen. We maken een onderscheid tussen professionele koksscholen en kleinschaligere initiatieven om geen vertekend beeld te krijgen. Voor de professionele koksscholen spitsen we ons toe op Vlaanderen. We bevragen elke kokschoon in Vlaanderen die volwassenenonderwijs aanbiedt. Hiermee willen we nagaan wie er kooklessen volgt met het oog op het verkrijgen van een koksdiplooma. Ook kleinere initiatieven onderzoeken we. Deze kooklessen bieden geen mogelijkheid tot het diploma van kok maar worden eerder gezien als een vrijetijdsbezigheid. We bevragen enkele oprichters van kleinschalige initiatieven om te peilen naar hun motivatie voor het starten van hun organisatie. We doen dit aan de hand van semigestructureerde interviews. Bij beide soorten kooklessen gaan we de verhouding man-vrouw na. Kunnen we daarin een evolutie zien in de afgelopen 10 jaar? Zijn er inderdaad meer mannelijke kandidaten in kooklessen? Is dit dan vooral in de koksscholen of ook in de kleinere initiatieven? Zijn er meer vrouwen die een carrière nastreven als professionele chef?

5. Resultaten

5.1 CIM-cijfers

Aan de hand van de CIM-cijfers onderzoeken we of er inderdaad een stijging is van kookprogramma's in de top 100 van de meest bekeken programma's van 2000 tot en met 2009.

In 2000 stond het programma “Piets Pan”, gepresenteerd door tv-chef Piet Huysentruyt op plaats 80. In 2001, 2002, 2003 en 2004 vinden we geen enkel kookprogramma terug in de top 100. In 2005 staat “Je bent wat je eet”, een programma gepresenteerd door Sonja Kimpen omtrent gezonde voeding en levensstijl, op de 26^{ste} plaats. In 2009 verschoof dit programma naar de 29^{ste} plaats. In 2007 vinden we geen kookprogramma's terug in de top 100. 2008 lijkt het jaar van de omwenteling. Maar liefst drie kookprogramma's kregen hun plaats in de top 100. Op de 18^{de} plaats vinden we “Mijn restaurant”, op de 79^{ste} plaats SOS Piet en op de 93^{ste} plaats “Chef in Nood”.

In 2009 schuift “Mijn restaurant” zelfs op naar plaats 9. “De beste hobbykok van Vlaanderen” staat op plaats 23 en op de 68^{ste} plaats vinden we “SOS Piet”.

We kunnen dus inderdaad concluderen dat er meer kookprogramma’s in de top 100 staan. Kookprogramma’s als “Mijn restaurant”, “SOS Piet”, “Chef in nood” en “De beste hobbykok van Vlaanderen” zijn ook allemaal nieuwe initiatieven. Deze vier programma’s staan allemaal onder leiding van een Vlaamse mannelijke chef. Bij “Mijn restaurant” en “De beste hobbykok van Vlaanderen” gaat het om diesterrenchef Peter Goossens. “SOS Piet” wordt gepresenteerd door tv-chef Piet Huysentruyt. “Chef in nood” werd gepresenteerd door tweesterrenchef Viki Geunes en wordt nu gepresenteerd door tweesterrenchef Stephane Buyens.

5.2 Kookprogramma’s zijn dagelijkse kost

5.2.1 *Opbouw*

“Dagelijkse kost” wordt gepresenteerd door Jeroen Meus, chef en eigenaar van het restaurant Luzine in Wilsele. Het programma wordt uitgezonden op de zender één. Elke weekdag omstreeks 17.45 u. start er een nieuwe uitzending die zo’n 15 minuten duurt. ’s Avonds om 23.50 u. kan je een herhaling bekijken. Elke middag daarop vindt er een heruitzending plaats van de aflevering van de dag ervoor. Op zondag kan je kijken naar een compilatie van twee afleveringen van diezelfde week. Tijdens de weekdays kookt Jeroen alleen in zijn keuken. Op zondag gaat hij ook steeds op bezoek bij een producent of handelaar. In onze analyse splitsen we de zondagse aflevering dan ook op in twee delen.

Verder is het programma vrij eenvoudig opgebouwd. Het programma start steeds met een begingeneriek en sponsoring. Jeroen presenteert en kookt. Hij neemt zijn ingrediënten uit de koelkast en gaat van start. Wanneer Jeroen met de afwerking bezig is, wordt het recept getoond in het notitieboekje van Jeroen. Het laatste beeld is telkens dat van het afgewerkte gerecht. Elke aflevering eindigt met een eindgeneriek en sponsoring. Er wordt ook telkens verwezen naar de website waar je de afleveringen opnieuw kan bekijken, recepten en basistechnieken kan opzoeken.

5.2.2 Aanpak

In tegenstelling tot andere kookprogramma's als "1000 seconden", "Lekker van bij ons" en "De Perfecte Keuken" (Hertenweg, 2007) is de chef hier ook de presentator. Hij heeft kennis maar leidt ook het programma. Hij maakt de gerechten maar praat ze ook aan elkaar. Jeroen Meus pretendeert de dagelijkse kost naar voren te brengen. Hij kiest voor relatief simpele bereidingen die gepast zijn voor elke dag. Vaak grijpt hij terug naar authentieke Vlaamse recepten en producten maar af en toe kookt hij exotisch of gastronomisch.

5.2.3 Kleurenpalet

Er wordt gebruik gemaakt van een fris kleurenpalet. In de begin- en eindgeneriek staan de speelse blauw-witte slagersruitjes in de kijker. Verder maakt men gebruik van fris groen, oranje en roze. Een palet dat vooral doet denken aan de lente.

5.2.4 Muziek

Naast de begin- en eindgeneriek komt er weinig muziek aan bod in het programma. Af en toe wordt er tijdens de wacht- en baktijden ook muziek gebruikt.

5.2.5 Kijkcijfers "Dagelijkse kost"

Wanneer we de kijkcijfers van het programma "Dagelijkse kost" bekijken, zien we dat de populariteit van het programma erg groot is. Het programma startte op 20 september 2010 en we beschikken over kijkcijfers tot en met 22 april 2011. Het gemiddelde aantal kijkcijfers bedraagt 393173. Het gemiddelde marktaandeel bedraagt 32,8%.

Als we het profiel van de kijker van "Dagelijkse kost" bekijken, zien we dat 59% van de kijkers vrouw is. Toch wel 41% van de kijker is man.

De grootste groep, zo'n 45% van de kijkers vinden we in de leeftijdscategorie 65+. 22% vinden we terug in de categorie 55- tot en met 64-jarigen. 15% van de kijkers heeft een leeftijd tussen de 45 en de 54 jaar en 8% is tussen de 35 en de 44 jaar. De jongste categorieën van kijkers tussen de 25 en de 34 jaar en kijkers tussen 4 en 24 jaar bezitten elk 5% van de kijkers.²

5.3 Inhoudsanalyse “Dagelijkse Kost”

Zoals reeds boven vermeld analyseren we 12 afleveringen van het programma “Dagelijkse kost”, dat wordt uitgezonden op maandag, dinsdag, woensdag, donderdag, vrijdag en zondag. We starten met een aflevering op maandag en schuiven elke week een dagje op. In totaal hebben we dus twee zondagse, langere afleveringen waarbij Jeroen Meus ook op bezoek gaat bij de producent. Wel moet worden gezegd dat de 10^{de} aflevering rond het Kerstfeest draait en dus eventuele bias kan opleveren doordat Kerstmis automatisch traditie en hiermee gepaard gaande rollen oproept.

5.3.1 *Kenmerken en rollen*

Kenmerken

Jeroen Meus komt vrij ontspannen in beeld met een hip kapsel. Veelal in vrijetijdskledij (afleveringen 1, 2, 3, 8, 11) Dit is eveneens zo bij de langere zondagsafleveringen 6 en 12, hij toont hier ook een enorm enthousiasme en interesse voor het publiek. In aflevering 4 en 9 komt hij wat slordiger over, zijn haren zijn niet netjes, hij is ongeschoren, ziet eruit alsof hij een zware nacht heeft gehad. Aflevering 5 wordt uitgezonden op een vrijdag. Hier komt hij iets gekleider in beeld, hij draagt een hemdje en ziet er zeer verzorgd uit. Bij aflevering 7 op maandag en aflevering 10 op donderdag is dit ook het geval. Jeroen komt steeds in beeld in zijn eigen keuken. Dit lijkt ten minste zo, in werkelijkheid is het de keuken van voormalige tv-chef Felice.

² De profielgegevens van de kijker verkregen we via de studiedienst van de VRT.

Rollen

In aflevering 1 vertolkt Jeroen Meus de rol van 'The New Lad', citaat: "*perfect voor een maandagavond, zwaar weekend gehad*". Zijn gerechtje Nasi-Goreng is de huisgemaakte afhaalmaaltijd. Hij wil ook de verzorgende vriend zijn, die een lekkere maaltijd op tafel brengt. Toch zitten er ook andere rollen verborgen in deze aflevering.

Zo is hij degene die 's avonds kookt na het werk, 'de kok' dus. Hij snijdt zijn uien zeer professioneel met een chefmes.

In aflevering 2 vertolkt hij vooral de rol van 'professionele chef'. Hij snijdt zijn producten fijn met een uiterste precisie en wil de kijker echt iets bijleren.

In aflevering 3 bekleedt hij de rol van 'The New Lad' opnieuw door zijn T-shirt met opschrift "beatle boots".

De overheersende rol is toch die van 'kok', degene die 's avonds eten klaarmaakt na het werk. Deze rol gaat hier gepaard met die van verzorgende vader die kinderen vis wil leren eten. Citaat: "*Een leuke manier om kinderen vis te doen eten, is om iets met die vis te doen. We gaan "fishcakes" maken, dat is op de koop toe nog eens heel plezant ook om samen met uw kinderen te doen. 'S ne keer iets anders als ne "chickennugget", of wat eten kleinmannen graag? Een kindvriendelijk bord.*" Dit is ook zo in aflevering 12, deel 1 citaat: "*Het heeft geen zin om uw kinderen spruiten te doen eten*". Maar ook in deel 2, citaat: "*Misschien is da wel de ideale manier om kinderen vis te leren eten.*" Zijn professionalisme blijkt nog steeds zichtbaar in zijn snijtechnieken.

Aflevering 4 toont een vermoeide Jeroen Meus, die een zware nacht heeft gehad. Hij ziet er erg onverzorgd uit. Dit duidt op de rol van 'The New Lad'. Hij toont zijn professionalisme in zijn snijtechnieken en keukentermen als "*mise-en-place*" (de voorbereiding) en "*wilt u dat nog gastronomischer?*".

Ook in de 5^{de} aflevering komt 'The New Lad' en de verzorgende vriend aan bod. Jeroen kookt voor gasten in het weekend. Toch komt zijn vaderlijke rol ook naar boven "*dees middenste dingskes, das ni verloren ma vo de kinderen ofzo*". Hij gebruikt ook professioneel keukenmateriaal.

'The New Lad' is ook te zien in het eerste deel van aflevering 6 waarin hij duidt op de bierliefde van de man. Dit gaat nogmaals samen met de rol van verzorgende vriend, Jeroen brengt een bezoekje aan een vriendin An, die tevens bierbrouwster is. Hij komt tegelijk ook heel professioneel over door zijn taalgebruik.

Citaat: “ *Da heeft ook ne schone zuurtegraad en da gaat dan schoon tegenop de suiker. Het is belangrijk da als ge kookt da ge de balans zoekt e.*” In het tweede deel vertolkt hij de rol van kok en chef.

Aflevering 7 gaat verder op het elan van ‘The New Lad’. Jeroen maakt uiensoep. Citaat: “*Dat is ne klassieker op een trouwfeest e, meestal zetten ze dan ook wel een ruiteke open.*” Jeroen heeft het hier over de winderigheid die gepaard gaat met het eten van uien en het feit dat mannen dit in het openbaar wel al eens durven tonen. De rol van professionele chef steekt toch weer de kop op bij het versnijden van de uien. Hij noemt het soepje “*hartverwarmend*” wat kan duiden op de rol van ‘verzorgende vriend’.

In aflevering 8 wordt Jeroen Meus vooral afgebeeld als professionele chef. Hij wil de restaurantkeuken bij de mensen thuis brengen. Hij gebruikt ook allerlei keukentermen als “*duxelle, eminceren,...*”

In aflevering 9 wordt deze ‘professionele rol’ verder gezet. Jeroen maakt patisserie en weegt alles heel precies af. Hij maakt gebruik van een KitchenAid, een zeer duur en professioneel keukenapparaat. Verder maakt hij opnieuw gebruik van Franse keukentermen als “*millefeuille*” en “*ruban*”.

Aflevering 10 toont de verscheidenheid van rollen van Jeroen Meus. Hij bekleedt enerzijds de rol van ‘The New Lad’ die ook weer gepaard gaat met die van ‘de verzorgende vriend’, hij maakt eten voor gasten op een feest, toont koken als een leuke vrijetijdsbezigheid, maakt grapjes. Hij zegt bijvoorbeeld “muziek” en de muziek start op de achtergrond. Ook taalgebruik als “the real stuff” duiden op zijn ‘New Lad’ voorbeeld Jamie Oliver. Verder gebruikt hij opnieuw professionele keukentermen als signeren en deglaceren. De rol van de verzorgende vader en de verzorgende man komt hier ook sterk naar voren. Jeroen hamert op Kerstmis als een familiegebeuren, “*met heel veel authenticiteit*”. Hij wil een nostalgisch gevoel creëren bij de kijker.

Aflevering 11 is een echt type voorbeeld van de rol als ‘The New Lad’ die ook hier gepaard gaat met die van ‘verzorgende vriend’. Hij maakt comfortfood tegen een kater. Citaat: “*Voor als u nog aan’t genieten bent van nen ongelooflijke kater*”, “*en dan me uwe kater da ga goe binnen*”, “*Als ge het serieus vlaggen hebt*”, “*Oei kheb precies ook nog ne kater, vanavond se, kzal er ook wel van hebbe, ge zegt altij nee toch ni, ma das plezant is*”, “*De dag derna als ge ni na de bomma moet, zette de trilogie van starwars op ofzo, zo’n dingen doe de dan e*”, “*Ge kunt er misschien zelfs op voorhand zo drie dafalgans bij doen.*”, “*hangover food*”,

“Daarmee moete da den dag op voorhand maken want den dag zelf hebde daar geen zin in maar daar mag echt wel een scheutje rode wijn bij.”, “Telefoon uit, geen mails, zetelke in, an offer you can’t refuse.” Zijn professionalisme toont zich nog steeds in het snijden van de groenten.

Het eerste deel van aflevering 12 toont eveneens ‘The New Lad’ in Jeroen. Citaat: “*En ge eet da gewoon me ne lepel, uw hand onder tafel, alé ’k wil u geen slechte manieren leren e, ma bij ons in Leuven zeggen ze gaffelen*”. Hij maakt een gezinsmaaltijd klaar dus toont hij ook de rol als kok. Jeroen heeft het eveneens over de voeding van kinderen wat van hem dan weer ‘de verzorgende vader’ maakt. Met zijn professioneel mes snijdt hij als een echte ‘chef’. In het tweede deel vertolkt hij de rol van kok en hiermee ook die van de verzorgende vader.

Hieronder geven we een overzicht van de rollen die aan bod kwamen in de afleveringen

Rollen	Afleveringen op werkdagen	Afleveringen op zondag
The New Lad	1, 3, 4, 5, 7, 10, 11	6(1), 12(1)
Kok	1, 3	6(2), 12(1), 12(2)
Professionele chef	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11	6 (1), 6(2), 12(1)
Verzorgende vader	3, 5	12(1), 12(2)
Verzorgende vriend	5, 7, 10, 11	6 (1)

Jeroen bekleedt dus in 9 van de 12 afleveringen de rol van ‘The New Lad’. Deze rol gaat vaak samen met die van ‘verzorgende vriend’. In elke aflevering komt de rol van professionele chef wel naar boven. Dit uit zich vooral in zijn snijdtechnieken en professionele keukentermen. In 3 van de 12 afleveringen bekleedt hij de rol van ‘verzorgende vader’.

5.3.2 Benadering van het koken en format

Arbeid, ontspanning en francocentrisme

In aflevering 1 en 3 wordt koken vooral afgebeeld als een arbeid. Dit is ook het geval voor het tweede deel van de langere zondagsaflevering 6 waar een frituriste in Gent getoond wordt als harde werkster. In het merendeel van de afleveringen waaronder aflevering 2, 4, 5, 6(1), 7, 8, 10, 11 wordt koken afgebeeld als een ontspanning.

Afleveringen 3, 4, 5, 8, 9, 10 en 11 bevatten francocentrische elementen en verwijzen dus naar de hiërarchische, strenge Franse keuken. In aflevering 12 wordt koken zowel als arbeid en ontspanning gezien en komen er ook francocentrische elementen in voor.

Hieronder geven we een overzicht van de benadering van het koken

Benadering van het koken	Afleveringen op werkdagen	Afleveringen op zondag
Arbeid	1, 3	6 (2), 12(1), 12(2)
Ontspanning	2, 4, 5, 7, 8, 10, 11	6 (1), 12(1)
Francocentrisme	3, 4, 5, 8, 9, 10, 11	12(1), 12 (2)

Educatief, edutainment en entertainment

Afleveringen 3, 5 en 8 en het tweede deel van aflevering 12 zijn educatieve afleveringen waarin Jeroen Meus de kijkers enkel iets wil bijleren, hun culinair cultureel kapitaal dus wil verhogen. Afleveringen 1, 2, 4, 6, 7, 9, 10 en 12, deel 1, situeren we bij edutainment. Het educatieve speelt hier nog steeds een grote rol maar Jeroen Meus wil zijn kijkers tegelijk ook entertainen met anekdotes, dialectische uitspraken en hippe Engelse woorden. Het tweede deel van aflevering 6 ,waarbij een Gents frituur getoond wordt, aflevering 10 en 11 bevatten overwegend elementen van entertainment.

Format	Afleveringen op werkdagen	Afleveringen op zondag
Educatief	3, 5, 8	12(2)
Edutainment	1, 2, 4, 7, 9, 10	6 (1), 12(1)
Entertainment	10, 11	6(2)

5.3.3 Het gerecht en het materiaalgebruik

Het gerecht

Tien van de 14 gerechten categoriseren we onder de noemer dagelijkse kost. Bij deze letten we op de gebruikte ingrediënten en de haalbaarheid van een gerecht. Zo werden gerechten met een exotische oorsprong waaronder het tweede deel van aflevering 6 waarin Jeroen Meus couscous maakt hier niet in opgenomen. Aflevering 1 zetten we wel in dit lijstje omdat het gerecht “Nasi Goreng” met overwegend “dagdagelijkse ingrediënten” wordt gemaakt als rijst en varkensvlees.

Ook niet opgenomen in dit lijstje zijn gerechten die neigen naar de restaurantkeuken als “Sint-Jakobsnootjes met duxelle” en “wildragout” in aflevering 8 en 10. Ook aflevering 9 beschouwen we niet als dagelijkse kost omdat het om patisserie gaat. De rest van de afleveringen zien we als dagelijkse kost. Van deze wordt er in drie van de 14 gerechten expliciet verwezen naar het gezin. In aflevering 2 maakt Jeroen Meus “ribbekes” voor vier, wat we kunnen zien als een standaardgezin van twee volwassenen en twee kinderen.

In aflevering 1 en 11 kookt Jeroen Meus voor zichzelf. Citaat aflevering 1: “*Perfect voor ne maandagavond, zwaar weekend gehad, geen zin om te koken.*” Jeroen verwijst hier naar het leven van ‘The New Lad’ lijkt ons. Eveneens bij aflevering 11, citaat: “*Voor als u nog aan’t genieten bent van nen ongelooflijke kater [...]*”.

Bij vijf van de 14 gerechten verwijst Jeroen Meus expliciet naar het koken voor gasten. Zo bij aflevering 4, citaat: “*Wilt u dat nog gastronomischer, voor gasten in het weekend?*” Zo ook bij aflevering 5 en 7. Citaat aflevering 7: “*Das ne klassieker op ’t einde van een trouwfeest e.*” In aflevering 9 maakt Jeroen gebakjes voor bij de koffie. Aflevering 10 draait rond het Kerstfeest. Citaat: “*Als da geen Kerstmaal is, dan weet k het ni ze.*”

Bij zeven van de 14 gerechten werkt Jeroen Meus met seizoensgebonden ingrediënten. Dit in de afleveringen 2 (kool), 3 (schelvis) 5 (vol au vent), 6 (konijn), 7 (uien), 8 (champignons, knolselder, coquille), 12 (spruiten, aardappelen).

Bij vijf van de 14 gerechten werkt hij met streekproducten. Zo werkt hij met varkensvlees, een product waar België bekend om staat, in aflevering 1 en 2. In de langere uitzendingen op zondag gaat hij ook steeds op bezoek bij de producent van het streekproduct. Zo is dit in aflevering 6 bij de producent van het bier “Special Belge” en bij aflevering 12 bij de producent van spruiten. In aflevering 7 komt OXO aan bod, een bouillon die bij iedere Vlaamse grootmoeder in de keukenkast staat. Daarom rekenen we deze ook hierbij.

Opvallend is dat Jeroen bij zes van de 14 gerechten exotische ingrediënten als chilipeper, gefermenteerde garnalenpasta, ketsjap manis, panko en dergelijke gebruikt (anderen zijn terug te vinden in de leesfiches). Hoewel hij pretendeert de dagelijkse keuken voor te schotelen. Hij grijpt vaak terug naar authentieke gerechten maar wil de culinaire horizon van de Vlaming duidelijk uitbreiden en hem iets bijleren. Hij vermeldt ook telkens waar je deze producten kan kopen.

Materiaalgebruik

Een zeer belangrijk punt in onze analyse is het keukenmateriaal dat Jeroen Meus gebruikt. Hiermee maakt hij onrechtstreeks verwijzingen naar de huiselijke of professionele keuken. Zo gebruikt hij bij 13 van de 14 gerechten professioneel keukenmateriaal. Bij alle gerechten wordt ook huiselijk keukenmateriaal gebruikt. Wanneer we spreken over professioneel keukenmateriaal bedoelen we veelal het gebruik van zijn chefmes. In aflevering 2 maakt hij ook gebruik van een mandoline, in aflevering 3 van een fileermes en een pot van het merk Creuset (een zeer gerenommeerd, professioneel en duur keukenmerk). Deze laatste komt ook voor in aflevering 4. In aflevering 5 van een siliconenbakmatje en een dresseerring. In het tweede deel van aflevering 6 gebruikt hij zelfs een salamander, dat is een grillapparaat dat veelal in de restaurantkeuken gebruikt wordt.

Bij aflevering 9 wordt er een KitchenAid gebruikt, een zeer dure keukenrobot met een kostenplaatje tussen de 400 en de 600 euro. Met deze keukenapparaten verwijst hij dus duidelijk naar de restaurantkeukens. Jeroen Meus hanteert bijna steeds zijn chef- of demi-chefmes, dit laatste is wat kleiner dan het eerste. Hiermee toont hij zijn behendigheid bij het hanteren van snijdtechnieken en verwijst hij naar zijn rol als 'professionele chef'.

5.3.4 Dialogen

(A)symmetrische dialogen, machtsverhoudingen en machtsrelaties

Bij dit onderdeel bekijken we of de dialogen in het programma symmetrisch of asymmetrisch verlopen. Dit laatste komt het meeste voor. Jeroen Meus is de kok en tegelijkertijd de presentator van het programma. Hij wil het publiek iets bijleren, hij wil entertainen.

In drie afleveringen verschuift deze asymmetrie echter. Zo vertelt Jeroen Meus in aflevering 1 dat hij zijn gerecht leerde van Anita. Hij citeert Anita en doet alsof ze erbij is. We krijgen dus Jeroen Meus die kennis doorgeeft aan het publiek maar Anita die op haar beurt kennis heeft doorgegeven aan Jeroen Meus. Ook bij de twee langere zondagsafleveringen verschuift deze asymmetrie. In aflevering 6 leert Meus een klassiek gerecht aan de kijkers waar hij kennis over heeft. An, de bierbrouwster heeft echter meer kennis over bier en wil deze overbrengen aan Jeroen. Zo zijn de uitbaters van het frituur in Gent, in het tweede deel van aflevering 6 ook een voorbeeld van de vegetarische keuken voor Jeroen. Een laatste voorbeeld van een meer symmetrische dialoog komt voor in aflevering 12. Jeroen Meus is hier opnieuw niet de enige die kennis bezit.

Spruitjesteler Stijn weet duidelijk veel meer over het product dan Jeroen zelf. In het tweede deel van de aflevering komt vishandelaar Sven aan bod als kenner van zaken.

In alle andere afleveringen is er sprake van asymmetrische dialogen waarbij Jeroen Meus het centrale personage is in het programma en alle dialogen voert ten aanzien van het publiek. De machtsverhoudingen en machtsrelaties in “Dagelijkse Kost” lopen gelijk met de dialoogvorm. Zo vinden we in elke aflevering de machtsverhouding van Jeroen ten aanzien van de kijker behalve in aflevering 1, 6 en 12. Niet toevallig de afleveringen met een meer symmetrische dialoog/machtsverhouding.

Dominante vs. onderdanige taal

We onderzoeken eveneens de gehanteerde taalsoort van Jeroen Meus. Onder dominante taal verstaan we een taalgebruik waaruit blijkt dat Jeroen Meus zichzelf als de betere, de expert in zaken beschouwd. Kortom, de ‘ik-weet-beter-taal’. Onderdanige taal zien we dan weer als een taal waaruit blijkt dat Jeroen Meus het zelf ook niet zo goed weet, de ‘ik-probeer-ook-maar-wat-taal’.

We splitsen hier de zondagsafleveringen opnieuw op in twee delen. We tellen dus 14 afleveringen. Opvallend is dat in elke aflevering het dominante taalgebruik overheerst. We geven enkele voorbeelden: “*We gaan de look en de chili pletten en dat heeft een reden want dan komen alle smaken, geuren en aroma’s veel beter vrij*” (aflevering 1); “*Kijk zo eenvoudig is het*” (aflevering 2); “*Snijden in brunoise, hele fijne blokjes, doe dat thuis maar op uw gemakse e*” (aflevering 3); “*Aangezien jullie mijn wortelstoemp massaal hebben nagemaakt.*” (aflevering 4); “*Da vragen de mensen wel is, hoe lang da moet opstaan. Ik kan da ni zeggen, da moet gewoon goe zijn.*” (aflevering 6); “*Kijk met een takje bedoel ik zo...*” (aflevering 7); “*Nu gaan we de smeugheid bepalen...zo simpel*” (aflevering 12); hieruit blijkt dat Jeroen zich duidelijk opstelt als de dominante man, degene die het beter weet en die advies geeft aan diegenen met minder of geen ervaring.

We kunnen een eindeloze lijst van voorbeelden van dominant taalgebruik voorschotelen. Voor wie uitgebreide informatie wil, raden we aan de leesfiches in bijlage te raadplegen. Dit dominante taalgebruik sluit aan bij Jeroen’s rol als professionele chef maar ook bij die van ‘The New Lad’. Hierbij komt de identiteit van de tv-chef in zijn vrije tijd tot uiting. Hij kookt rustig en ziet er relaxed en cool uit maar hij weet het eigenlijk toch beter.

Er zijn echter ook enkele voorbeelden van onderdanig taalgebruik te vinden. Zo toont Jeroen in aflevering 1 aan dat hij zijn kennis heeft van Anita en dus op haar vertrouwt.

Andere voorbeelden zijn: *“Wete wa ik knal ze gewoon in mijne stoemp, waarom ni?”* (aflevering 4); *“K weet eigenlijk ni zo goed wat da is ne Special Belge.”* (aflevering 6 deel 1); *“We gaan da is gebruiken i.p.v. zout”* (aflevering 7), *“Dan gaan we nog een kruidentuiltje, of hoe zegde da, jeneverbes of vier, vijf.”* (aflevering 10), *“Heb ’k nu bijna alles?; we gaan beginnen met de courgette en de champignonnes, oei euh wortel, amai precies ook ne kater...”* (aflevering 11) en *“Seg kan da geen kwaad vo die spruiten? En hoeveel spuitjes zitten er nu zo aan, hoe noemde da, plant?”* (aflevering 12 deel 2). We tellen dus zeven van de 14 afleveringen waarin er onderdanig taalgebruik voorkomt. Dit lijkt behoorlijk maar belangrijk om weten is dat de lijst van het dominante taalgebruik in elke aflevering bijna of minstens dubbel zo lang is.

5.3.5 Kennis

In dit onderdeel gaan we verder op het begrip van Pierre Bourdieu. Zoals reeds aangehaald in de literatuur kunnen volgens Bourdieu (1984) enkel mensen met genoeg culinair cultureel kapitaal onder invloed komen te staan van deze kookprogramma’s daar anderen deze programma’s niet kunnen of willen begrijpen (Bourdieu and Nice 1984; Adema, 2000; Hollows, 2003).

We onderscheiden hier recepten voor mensen met weinig kookervaring en recepten voor mensen met (meer) kookervaring. Voor elk van deze delen maken we opnieuw een onderverdeling tussen gerechten waarbij veel uitleg wordt gegeven bij elke stap van het proces of gerechten met weinig informatie. Vijf van de 14 gerechten zijn volgens ons gericht op mensen met weinig kookervaring. Van deze vijf wordt er bij vier gerechten veel informatie meegegeven en wordt elke stap uitgelegd. De meerderheid van de gerechten zijn gericht op mensen met meer culinaire kennis. Ze vragen wat meer techniek of bevatten niet alledaagse producten. Bij zeven van deze negen gerechten wordt er wel veel informatie meegegeven en wordt elke stap nauwkeurig omschreven. In totaal tellen we dus slechts drie gerechten waarbij er weinig info wordt gegeven bij de bereiding. Bij deze wordt wel verwezen naar de website waar alles nauwkeurig en stap voor stap wordt uitgelegd. We kunnen dus concluderen dat het cultureel culinair kapitaal nodig voor het kijken van het programma “Dagelijkse Kost” niet erg hoog hoeft te zijn. Bepaalde gerechten kunnen mensen met weinig kookervaring misschien wel afschrikken maar door de goede uitleg en de omschrijving van elke stap kunnen net kijkers met een lager culinair kapitaal hier wel degelijk iets van bijleren.

5.3.6 (Contrast)stereotypering

In onze analyse gaan we op zoek naar stereotypering. Welke stereotype of contraststereotiepe beweringen of uitspraken komen aan bod in het programma? We gaan na in hoeverre de man nog steeds in beeld komt als de professionele chef of als kok voor het gezin. Deze laatste is een rol die normaal gelinkt wordt aan vrouwen (zie boven). Verder gaan we na of we de rollen en gedragingen die we stereotiep aan mannen en vrouwen linken ook hier aan bod komen.

Aflevering 1: Jeroen verwijst hier naar het feit dat hij dit recept geleerd heeft van een vrouwelijke chef. Dit staat dus in schril contrast met zijn rol als 'The New Lad'.

Toch weerlegt hij deze contraststereotypering onmiddellijk door zijn benadrukking op de uitzonderlijkheid van vrouwelijke chefs. In aflevering 2 maakt hij een maaltijd klaar voor het gezin. Bij aflevering 3 legt hij zelfs de nadruk op de kinderen voor wie hij kookt. Hij maakt wel een veralgemening door te stellen dat alle kinderen geen vis lusten. In aflevering 4 haalt hij stereotypes boven als "*mannen en hun bier*", "*moeke heeft viskes gebakken*" en "*Belgen zijn sauseters e*". In het eerste deel van aflevering haalt hij de zeldzaamheid van de vrouwelijke brouwers aan. An zegt: "*Een bierke van 5% alcohol, perfect geschikt om 't konijn in klaar te maken en om der derna nog ne lekkere bij te drinken*", waarna Jeroen zegt: "*Kvind da fantastisch da een vrouw da tegen mij zegt.*" Uit aflevering 8 halen we het citaat: "*Zeg nooit da ne man geen twee dingen tegelijkertijd kan.*" In aflevering 9 maakt hij weer een contraststereotypering door patékes voor bij de koffie te maken. Dit is normaal meer gelinkt aan vrouwen en hun koffiekranjes.

In aflevering 10 kookt Jeroen voor de gasten op een familiefeest, hij hecht veel aandacht aan de Vlaamse traditie, aan samen zitten met Kerstmis, gezellig tafelen bij kerstmuziek. Het feit dat de man thuis kookt is contraststereotypering op zich maar sluit wel aan bij het stereotype voorbeeld van de identiteit als 'New Lad'. Ook aflevering 11 gaat verder op deze rol. Zo vertelt Jeroen dat mannen al eens een glaasje teveel drinken en een kater hebben de dag nadien. Hij benadrukt weer de typische Vlaamse traditie wanneer hij het heeft over het gaan eten op nieuwjaarsdag bij de grootouders. Een contraststereotypering hier is dat hij het vuur kuist met veel toewijding, terwijl dit een "vrouwentaak" is. In het eerste deel van aflevering 12 wordt de boerenstiel getoond bij spuitjesteler Stijn.

Hij is hier de bevoorradener en zijn vrouw maakt het eten klaar. Waarop Jeroen reageert: “*k vind da kei schoon da symboliseert ons patrimonium en het seizoen*”. De muziek die gedraaid wordt gaat over “one” en symboliseert de eenheid van het gezin. Contrasterend is hier dat Jeroen achteraf de maaltijd voor het gezin bereidt en weer verwijst naar de kinderen. In het tweede deel wordt getoond hoe de vrouw van de vishandelaar in de keuken staat. Zij bekleedt hier echter wel de rol van chef en draagt ook professionele kledij.

5.3.7 Publieksperceptie

Omdat we streven naar een “thick description”³, dit is een zeer nauwkeurige en gedetailleerde analyse, onderzoeken we ook het taalgebruik alsnog de moeilijke woorden en de interactie met het publiek.

Taalgebruik en moeilijke woorden

We vinden vooral veel taalgebruik dat aansluit bij de identiteit van Jeroen als ‘The New Lad’ en dat ook erg gelijkend is op het taalgebruik van Jamie Oliver. Zo wordt er vaak dialect gebruikt maar ook Engelse woorden en zelf uitgevonden superlatieven die Jeroen een cool en relaxed imago schenken. Enkele voorbeelden “*da’s straffe jab dees*” en “*the real stuff*” (aflevering 1); “*da plekt*” (aflevering 2), “*een greuter potteke*” (aflevering 4), “*top*” en “*zalig e*” (aflevering 6 deel 2), “*kei goe*” en “*efkes proeve of da goe zit*” (aflevering 7), “*das dangerous e*” (aflevering 9), “*bingo*” en “*hangover food*” (aflevering 11), “*vollenbak*” (aflevering 12 deel 2).

Bij moeilijke woorden vinden we vooral woorden uit de Franse keuken. Die verwijzen naar de francocentraliteit en de hiërarchie in de keuken. Enkele voorbeelden: “*Bouquet garni*”, “*pocheren*” (aflevering 3), “*mise-en-place*” (aflevering 4), “*duxelle*” en “*emmenceren*” (aflevering 8), “*cocotte*” en “*singeren*” (beiden aflevering 10).

Interactie met publiek

Jeroen behoudt ook graag de interactie met zijn publiek. Hij spreekt vaak over wij en u bv. “*dat gaan we eerst*” en “*hebt u het graag toch wat minder*”, beiden uit aflevering 1;

³ De interpretatie van sociale interactie in een gegeven maatschappij in termen van de eigen normen en categorieën van die maatschappij. (Clifford Geertz, 1973)

“*ondertussen zegt u het met mij mee*” (aflevering 4) en “*t zou mij echt plezier doen moesten mensen thuis die menu klaarmaken*” (aflevering 10). Hij reikt ook alternatieven aan voor minder alledaagse ingrediënten als bijvoorbeeld “*als u geen panko in huis heeft, kan u da thuis ook met gewoon paneermeel doen e*” (aflevering 3). Hij verwijst ook naar de kinderen, de gasten, de vrienden van de kijker. Voorbeelden hiervan zijn “*die kleintjes e da kan u als mini-videokes doen voor gasten, als hapke e*” (aflevering 5) of “*misschien is da wel de ideale manier om kinderen vis te leren eten*” (aflevering 12 deel 2).

Ook de herkenbaarheid, hiermee bedoelen we de steeds terugkerende onderdelen per aflevering en de vormelijke kenmerken werpen we een blik toe.

Bij de terugkerende onderdelen zien we veelal de begingeneriek met sponsoring, het nemen van de ingrediënten uit de ijskast en de eindgeneriek met sponsoring. Soms zegt Jeroen na de begingeneriek “*vandaag gaan we [...]*”.

Bij de vormelijke kenmerken zien we de sponsoring, de begingeneriek, de uitleg van het gerecht, het nemen van de ingrediënten, het laatste beeld van het afgewerkte gerecht, de uitleg van de website (wordt niet altijd mondeling meegedeeld), de aankondiging van de mogelijkheid tot herbekijken van het programma en de reclame van sponsors verwerkt in de eindgeneriek. De baktijden worden ook steeds uit de bereiding geknipt.

5.3.8 Conclusie

Meus komt veelal op een vrij ontspannen manier in beeld, in vrijetijdskledij. In 9 van de 12 afleveringen bekleedt hij de rol van “The New Lad” maar in elke aflevering komt ook de rol van professionele chef naar boven. In 9 van de 12 afleveringen wordt koken dan ook voorgesteld als een ontspannende activiteit. Toch zijn er in negen afleveringen francocentrische elementen te vinden waardoor Meus onrechtstreeks verwijst naar de hiërarchie in de Franse restaurantkeuken en dus koken voorstelt als arbeid. In 13 van de 14 afleveringen gebruikt hij professioneel keukenmateriaal. Aan de hand van de rolbekleding, de benadering van het koken en het materiaalgebruik zoekt Meus dus een evenwicht tussen zijn professionele identiteit en zijn identiteit in zijn vrije tijd. In acht afleveringen gaat het hier om het format van edutainment, dit komt dus overeen met onze bevindingen in de literatuur.

Wat de gerechten betreft beschouwen we 10 van de 14 gerechten als dagelijkse kost. In drie hiervan wordt er expliciet verwezen naar het gezin, in vijf hiervan kookt Jeroen voor gasten.

Dit laatste verwijst weer naar de rol van “The New Lad” en komt overeen met de bevinding dat mannen vooral koken op feestjes en speciale gelegenheden (Cairns, Johnston et al. ; Adler 1981; Harnack, Story et al. 1998; Bove and Sobal 2006).

De dialogen verlopen, op drie afleveringen na, steeds assymetrisch. Jeroen is de expert en probeert het publiek iets bij te leren maar wel op een leuke manier (edutainment). In slechts drie van de 14 gerechten wordt er weinig info gegeven bij de bereiding, wel wordt hier dan verwezen naar de website, waar wel alles keurig op uitgelegd wordt.

Vele afleveringen bevatten stereotypingen maar opvallend is dat we ook contraststereotypingen terugvinden, die passen bij de rol van “The New Lad”, zoals de man die thuis kookt voor gasten. Een opmerkelijk voorbeeld is wel dat Jeroen aan het kuisen is, een taak die als “vrouwelijk” wordt aanzien. In het tweede deel van aflevering 12 komt er een vrouwelijke chef in beeld, dit zien we ook zelden op televisie.

Het taalgebruik van Jeroen sluit aan bij dat van “The New Lad”, hij wil het publiek entertainen en probeert zo veel mogelijk contact te leggen met de kijkers.

5.4 Kooklessen

We onderzoeken eveneens het aantal inschrijvingen in kooklessen in Vlaanderen. Hierbij maken we een opsplitsing tussen koksscholen en kleinschalige initiatieven die kooklessen geven.

5.4.1 *Koksscholen*

Bij het CVO van Aalst zien we voor de afdeling hotelbedrijf (hulpkok-kok-hulpkelner-kelner) een stijging van 529 mannen die zich inschreven in het schooljaar 2000-2001 en 521 vrouwen naar 843 mannen en 602 vrouwen die zich inschreven voor het schooljaar 2010-2011. De stijging bij de mannen ligt dus in verhouding veel hoger. Toch zijn er niet altijd meer mannen geweest die zich inschreven. Zo waren er in het schooljaar 2001-2002 587 vrouwen en 559 mannen. In 2006-2007 was het aantal inschrijvingen het hoogst met 1032 mannen en 726 vrouwen.

Voor de hotelschool van Antwerpen beschikken we over cijfers die zich specifiek richten op het gebied voeding. Onze vroegste cijfers dateren echter van 2003-2004 door een verandering in het inschrijvingssysteem van de school. In dit jaar schreven 284 mannen en 251 vrouwen zich in. Het aantal inschrijvingen stijgt hier elk jaar. Zo telde de school voor het schooljaar 2010-2011 977 mannen en 940 vrouwen die zich inschreven. Doorheen de jaren telt de school steeds meer mannelijke dan vrouwelijke cursisten.

Het CVO van Leuven telde voor het schooljaar 2000-2001 282 mannen en 156 vrouwen in hotelbedrijf (we beschikken niet over specifieke cijfers voor voeding).

Voor de lessen eenvoudig koken telde het 21 vrouwen en 15 mannen. In 2003 schoof deze verhouding op naar 32 mannen en 21 vrouwen. Ook deze school ziet elk jaar een stijging van het aantal cursisten. Voor opleidingen in het gebied voeding telde de school in 2010-2011 350 mannelijke en 247 vrouwelijke cursisten. Ook hier zijn er ook meer mannelijke cursisten.

In CVO Elishout schreven zich in 2003-2004 860 vrouwen in en 1456 mannen. Het jaar 2004-2005 telde met 1709 mannelijke en 1308 vrouwelijke cursisten, het grootste aantal inschrijvingen. In 2009-2010 werd de man-vrouw verhouding evenwichtiger met slechts 122 meer mannen. Voor het jaar 2010-2011 schreven er zich 1113 mannen in ten aanzien van 886 vrouwen.

In de hotelschool van Koksijde schreven er zich in het schooljaar slechts 4 vrouwen en 8 mannen in voor kooklessen in het volwassenenonderwijs. Tot het schooljaar 2009-2010 zag de school hier een rechtlijnige stijging. In dit jaar schreven 23 vrouwen en 41 mannen zich in. Nog steeds bijna de helft meer mannen dan vrouwen dus. Opmerkelijk is dat het aantal inschrijvingen voor 2010-2011 opnieuw daalt naar 22 vrouwen en 29 mannen. De man-vrouw verhouding lijkt hierdoor echter meer in evenwicht te komen.

Voor hotelschool Spermalie beschikken we over cijfers startende in het jaar 2002-2003. In dit schooljaar telde de opleiding hotelbedrijf 123 mannen en 352 vrouwen, een toch wel opmerkelijk verschil. De laatste beschikbare cijfers zijn van 2007-2008. In dit schooljaar bedroeg het aantal mannelijke cursisten 1001 ten aanzien van 1692 vrouwelijke cursisten.

Opmerkelijk is dat het aantal vrouwen hier nog steeds het hoogst is en ook dat er een enorme stijging heeft plaats gevonden van het aantal inschrijvingen. Toch zijn er geen specifieke cijfers voor het studiegebied voeding.

In het CVO De Oranjerie van Diest zagen ze in het jaar 2007-2008 183 vrouwen en 152 mannen bij de cursisten. Er is geen eenduidige stijging te zien. In het schooljaar 2010-2011 namen er 193 vrouwen en 123 mannen deel aan de kooklessen. We zien hier zelfs een lichte daling van 335 naar 316 inschrijvingen. Het hoogste aantal bedroeg 351 inschrijvingen, dit was in het jaar 2008-2009. In deze school zijn er dus wel meer vrouwelijke cursisten.

Het CVO van Hasselt kon ons enkel cijfers meedelen van het jaar 2010-2011. In totaal schreven 155 mannen en 198 vrouwen zich reeds in.

5.4.2 Kleinschalige initiatieven

We willen eveneens nagaan of de man-vrouw verhouding in kleinschaligere initiatieven gelijkaardig verloopt met de kokschole. Wegens de korte tijdspanne bekijken we enkel de kleinschalige initiatieven in Antwerpen.

Jammer voor ons onderzoek is dat geen enkel initiatief gegevens hieromtrent registreerde. Om de kleinschalige initiatieven niet helemaal buiten beschouwing te laten, spraken we met hen over man-vrouw verhoudingen in kooklessen. Hieronder halen we de belangrijkste punten aan.

De KVLV heeft alleen vrouwelijke leden (bijna 107.000). Deze komen jaarlijks 50.000 keer samen rond verschillende thema's: sport en spel, crea en handwerk, bloemschikken, culinair, gezondheid, cultuur en reizen, relatievorming en opvoeding, natuur, land- en tuinbouw,... Bij het registreren van het aantal deelnemers wordt (logischerwijze) het geslacht niet mee opgevraagd. De KVLV kon ons wel een stijging van het aantal culinaire bijeenkomsten in Vlaanderen meedelen.

Werkjaar	Aantal samenkomsten Culinair	Opmerkingen
Sept 2005- Aug 2006	4178	
Sept 2006- Aug 2007	4092	
Sept 2007- Aug 2008	4346	
Sept 2008 – Aug 2009	4235	
Sept 2009- Dec 2010*	5663	* Activiteiten over 16 maanden wegens overschakeling van schooljaar naar kalenderjaar

Het voorbije jaar (2010) zijn er wel cursussen ‘Koken voor beginners’ en kookworkshops voor jongeren (in kader van jongerenproject) doorgegaan. In deze workshops waren er ook mannen aanwezig maar hiervan zijn geen verdere gegevens.

In het kader van het nieuwe beleidsplan (2011-2015) zal de KVLV in de komende periode aandacht besteden en werk maken van een gedifferentieerd aanbod voor verschillende doelgroepen (leden, niet-leden, mannen, jonge vrouwen, kinderen, gezinnen, allochtone vrouwen, geïnteresseerden, ...).

Cookaholic, een centrum voor kookworkshops dat recentelijk zijn deuren sloot, gaf aan dat de verhouding vrouwen/mannen ongeveer 70/30 was. Verder waren er van de 25 vrijgezellenavonden op een jaar slechts een 3-tal met mannen. Voor bedrijfsworkshops was het publiek veel gevarieerder.

“Food for foodies”, een kookcentrum dat zich specialiseert in exotische kooklessen, kon ons geen cijfers meedelen. Wel verklaarde de oprichtster Daphne Aalders meer interesse te merken van mannen. *“Doordat mannen doorgaans minder ervaring hebben, durven ze meer experimenteren”*, zegt Daphne. *“Vrouwen houden vast aan hun dagelijkse keuken”*. Ze merkt niet echt een enorme stijging in het aantal inschrijvingen door de hype in kookprogramma’s, wel denkt ze dat mensen sinds het programma “Mijn restaurant!” over het algemeen een bredere interesse hebben ontwikkeld voor het culinaire. Daphne zegt dat kijkers inderdaad iets kunnen leren van kookprogramma’s, niet zozeer het type “Mijn restaurant!” maar educatieve programma’s als “Dagelijkse kost” kunnen volgens haar wel mensen beter leren koken.

6. Discussie en conclusie

Voor dit onderzoek maakten we gebruik van zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve onderzoeksmethode. Aan de hand van de CIM-cijfers gingen we na of er een stijging is van het aantal kookprogramma’s in de top 100 meest bekeken programma’s van 2000 t.e.m. 2009. We concluderen dat dit inderdaad het geval is. In 2000 staat er slechts één programma in de lijst. In 2001, 2002 2003 en 2004, 2005 en 2006 vinden we geen enkel kookprogramma terug in de top 100. In 2008 en 2009 staan er maar liefst drie kookprogramma’s in de top 100. De meest bekeken kookprogramma’s staan ook allemaal onder leiding van een Vlaamse mannelijke chef. Dit sluit aan bij de literatuur.

Om te kijken of kookprogramma's elementen bevatten die kunnen aanzetten tot een andere genderbeleving maakten we een kwalitatieve inhoudsanalyse. Positief aan dit onderzoek is dat we een grondige studie maakten van de beschikbare literatuur en dat we ook voorgaand gelijkaardig onderzoek in beschouwing namen. Zo werd de studie van Hertenweg (2007) als leidraad gebruikt voor het samenstellen van het codeboek om de vergelijkbaarheid van het onderzoek te verhogen. We analyseerden het kookprogramma "Dagelijkse kost", gepresenteerd door Jeroen Meus, dat elke werkdag en zondag wordt uitgezonden op één. We gaven een "thick description" van het programma.

Hiermee bedoelen we dat elk element zowel verbaal als visueel aan een kritische blik onderworpen werd. We kunnen hieruit besluiten dat Meus zich verhaalt op de rol van "The New Lad" net zoals Hollows (2003) terugvond bij Jamie Oliver. Dit komt overeen met de literatuurbevindingen (Cairns, Johnston et al. ; Adler 1981; Harnack, Story et al. 1998; Bove and Sobal 2006). Het format van het programma kunnen we beschouwen als hoofdzakelijk edutainment. In het merendeel van de afleveringen wordt koken dan ook afgebeeld als ontspanning. Bij 10 van de 14 afleveringen beschouwen we de gerechten als passende bij de dagelijkse voeding. In 13 van de 14 afleveringen gebruikt Meus professioneel keukenmateriaal. De dialogen en machtsrelaties verlopen veelal assymetrisch waarbij Meus zich als superieur ten aanzien van het publiek opstelt. Dominant taalgebruik is eveneens overheersend. In totaal tellen we slechts drie gerechten waarbij er weinig info wordt gegeven bij de bereiding. Het culinair cultureel kapitaal (Bourdieu en Nice, 1984) hoeft hier dus niet erg groot te zijn. In "Dagelijkse kost" vinden we zowel stereotyperingen als contraststereotyperingen terug en kunnen we hieromtrent geen eenduidige conclusie stellen. Verder hanteert Meus taalgebruik dat aansluit bij zijn rol van "The New Lad". Hij gebruikt vaak dialect of Engelse woorden om de kijker te entertainen. Opvallend is dat zijn taalgebruik toch heel wat francocentrische termen bevat en dat Meus dus onrechtstreeks verwijst naar de hiërarchische opbouw in de Franse keuken (Druckman, 2010). Meus houdt echter van interactie met het publiek en gooit alles in de strijd om de kijker te betrekken en aan het scherm te kluisteren. We gingen eveneens na of er een stijging is van het aantal inschrijvingen in koksscholen. In onze analyse betrokken we alle koksscholen van Vlaanderen die volwassenenonderwijs aanbieden en eveneens kleinschaligere initiatieven uit Antwerpen. Jammer voor ons onderzoek is dat niet alle scholen ons gegevens konden bezorgen. De kleinschalige initiatieven in Antwerpen houden geen gegevens bij van deelnemers. De koksscholen konden niet elk een overzicht geven van de afgelopen 10 jaar.

Ook maakten velen geen onderscheid tussen het gebied voeding en hotelbedrijf. Kelners worden in het laatste geval dus ook opgenomen in het lijstje van deelnemers. Dit zorgt ervoor dat deze gegevens moeilijk vergelijkbaar zijn. Wel stellen we een stijging vast in het aantal inschrijvingen, deze is niet lineair voor elke school.

Tot slot kunnen we volgens onze literatuurstudie, de CIM-cijfers en de inhoudsanalyse wel degelijk concluderen dat kookprogramma's een invloed kunnen hebben op genderbeleving. In het kader van bijkomend onderzoek lijkt het ons interessant de mening van Jeroen Meus zelf te vragen. Dit was door zijn drukke agenda, als gevolg van de enorme populariteit van het programma, helaas voor ons onderzoek niet mogelijk. Verder zouden diepte-interviews met de programmamakers ook zeer nuttige informatie kunnen opleveren. Belangrijk is ook om publieksonderzoek te doen en te peilen naar de mening van de kijker van het programma "Dagelijkse kost". Ook inhoudsanalyses en publieksonderzoek van andere kookprogramma's zouden hier tot meer duidelijkheid leiden. Er zou ook gepeild kunnen worden naar de motivatie van de deelnemers van de kooklessen. Spelen kookprogramma's hier een rol?

7. Bibliografie

- KS, Culinaire thema's overspoelen televisielandschap, in De Morgen. 2008
- Adler, T. (1981). "Making pancakes on Sunday: The male cook in family tradition." *Western Folklore* 40(1), 45-54.
- Aronson, E., D.Wilson, T., M.Akert, R., *Sociale psychologie, 5^e editie*, Amsterdam : Pearson education, 525p.
- Bourdieu, P., & Nice, R. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*, V.S.: Harvard University Press, 244p.
- Bove, C. & Sobal, J. (2006). Foodwork in newly married couples: Making family meals. *Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research* 9(1), 69-89.
- Brouns M. & Verloo (1995). M. Theoretische kaders. In Brouns M., Verloo M., Grünell M. (Eds.), *Vrouwenstudies in de jaren negentig*. (pp. 53-76). Bussum: Dick Countinho.
- Bugge, A. B. (2003). *Sociology of food: cooking as identity work*. Oslo: Norwegian University of Science and technology, 30p.
- Caraher, M., Lange, T. en Dixon, P. *The influence of TV and celebrity chefs on public attitudes and behaviour among the English public. Journal for the Study of Food and Society*, 2000. 4(1): p. 27-46
- Chan, C. (2002). From cooking soup to writing papers: A journey through gender, society and self. *Journal of International Women's Studies* 4(1), 93-106.
- Chao, P. (1998). TV Cook shows: Gendered Cooking. *Jump Cut*, 42, 19-27.
- Charles, N., Kerr M. (1988). *Women, food, and families*, Manchester: University Press, ND, 244p.
- Geertz, C. "Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture". In *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books, 1973. 3-30
- De Solier, I. (2005). TV dinners: Culinary television, education and distinction. *Continuum*, 19(4), 465-481.
- Druckman, C. (2010). Why Are There No Great Women Chefs?. *Gastronomica* 10(1), 24-31.
- Dyer, R. (2002). *The matter of images: essays on representation*, Routledge, 183p.
- Fürst, E. (1997). Cooking and femininity, *Women's Studies International Forum* 20(3), 441-449

- Gregory (S.). (2001). Gender roles and food in families. In: Mickie, L., Bowlby, S. & Gregory, S. (Eds). *Gender, Power and the Household* (p60). London: Palgrave.
- Harnack, L., Story, M. et al. (1998). Guess who's cooking? The role of men in meal planning, shopping, and preparation in US families. *Journal of the American Dietetic Association* 98(9), 995-1000.
- Hertenweg, D. (2007). Kookprogramma's op de Vlaamse televisie. De rol van gender in de publieksconstructie van mediaprofessionals van de kookprogramma's 'SOS Piet' en 'Lekker van bij Ons' onderzocht a.d.h.v. een kwalitatieve inhoudsanalyse en diepte-interviews', Scm, Vrije Universiteit Brussel
- Hollows, J. (2003). Oliver's Twist. *International journal of cultural studies* 6(2), 341-358
- Inness, S. (2001). Dinner roles: American women and culinary culture, University of Iowa Press.
- Inness, S. (2001). Dinner roles: American women and culinary culture, University of Iowa Press
- Kemmer, D. (2000). Tradition and change in domestic roles and food preparation. *Sociology* 34(2), 323-333
- Michielsens M.(1991) Vrouwen in de kijker. Hoe brengen TV1 en TV2 de vrouw in beeld? Brussel, Staatssecretaris Maatschappelijke Emancipatie, pp. 7-8
- Norris, J. Beer, sweat and 'cojones' (2006). The masculinization of cooking and the FoodTV Network. *Columbia Journal of American Studies*, 12(7),1-19
- Ray, K. (2007). Domesticating cuisine: food and aesthetics on American television. *Gastronomica* 7(1), 50-63.
- Strange, N. (2000). Perform, educate, entertain: Ingredients of the cookery programme genre. *Media studies: a reader*: 252p.
- Symons, M. (2000) *A history of cooks and cooking*. Chicago, University of Illinois Press, 2000, p.216.
- Widart, A. (2005) Kookprogramma's in evolutie: Inhoudsanalyse van de kookprogramma's uitgezonden op de Vlaamse en Waalse openbare zender van 1958 tot 2000. Brussel, VUB, 95p.

