



# Friends are the family we choose for ourselves

Een analyse naar het discours over de controversiële onderwerpen in de sitcom *Friends*

Naam  
Studentnummer  
Module  
Modulecode  
Begeleider  
Tweede lezer  
Deadline

Lisette van Putten  
362594  
Master Thesis Class Media Studies  
CH-4451  
Dr. Annemarie Kersten  
Dr. Marc Verboord  
vrijdag 21 juni 2013

## The One with All the Tables and Figures

### Tabellen

1.	Percentages kijkcijfers	pagina 20
2.	Kijkcijfers Top 10	pagina 21
3.	Prijzen en nominaties <i>Friends</i>	pagina 35
4.	Definities van discours	pagina 37
5.	Definities van discours analyse	pagina 38
6.	Deelvragen	pagina 39
7.	Stappenplan	pagina 42
8.	Pre-introductie en bijbehorende voorbeelden	pagina 61
9.	Introducties en bijbehorende voorbeelden	pagina 62
10.	Reacties en bijbehorende voorbeelden	pagina 64
11.	Afsluitingen en bijbehorende voorbeelden	pagina 67
12.	Grappen en bijbehorende voorbeelden	pagina 69
13.	Kenmerkend discours	pagina 74

### Figuren

1.	Interpretatiemogelijkheden	pagina 23
2.	Cirkel van beïnvloeding	pagina 28
3.	Interpretatie-ichthus	pagina 77

## The One Where the Third Time's a Charm – (Pilot)

Mijn vrolijke wekker gaat en ik stel het opstaan zo lang mogelijk uit. Elke dag van de afgelopen drie maanden worstel ik met opstartproblemen. Als ik eenmaal mijn bureau bereikt heb en mijn computer alle updates rustig verwerkt, herinner ik mezelf er opnieuw aan dat dit de derde en laatste keer is dat ik een scriptie schrijf. Driemaal in drie achtereenvolgende jaren is genoeg. Ik verzucht de eenzame dagen in mijn studeerkamer, de isolatie van mijn vrienden en afgesloten gedachteprocessen waar ik met steeds meer moeite bij kan komen.

Mijn overwerkte computer is volledig opgestart en ik zet de speciaal ontwikkelde playlist genaamd 'writing music' aan. De rustgevende melodieën van de pianomuziek van Ludovico Einaudi laten mijn vingers over het toetsenbord dansen, een ontspannende warming-up voor het echte werk begint. Een mail van mijn begeleider, Annemarie Kersten, geeft een helder overzicht van mijn werkzaamheden voor vandaag. De duidelijke aanwijzingen vertellen mij hoe ik mijn werk kan verbeteren. Ik typ rustig door alsof mijn toetsenbord is veranderd in een piano en ik de klanken maak die uit de boxen komen.

Mijn heerlijke vakantie zorgt er regelmatig voor dat mijn gedachtes afdwalen naar warme dagen, koele biertjes en veel gezelligheid. De geweldige tijd bij mijn zus, Patricia van Putten, heeft ervoor gezorgd dat ik helemaal kon opladen en met nieuwe energie de volgende fase van mijn onderzoek in kon. Ik roep mijn gedachtes tot de orde en verplicht ze na te denken over cultiverende mediaboodschappen vol standpunten over controversiële onderwerpen.

Mijn propvolle USB-stick maakt aan het eind van de dag weer net genoeg ruimte vrij om mijn nieuwe bevindingen op te slaan. Een tweede USB-stick, dropbox en een mailtje naar mezelf, moeten mij geruststellen dat ik de vele uren werk niet opeens kan verliezen. Daarnaast gaat er een mailtje naar mijn ouders, Jan van Putten en Sandra Geenen, die elk nieuw hoofdstuk, elke nieuwe paragraaf, zelfs elke nieuwe zin voor mij nakijken op spelling en begrip. Vaak zullen ze informatie herkennen, omdat ze regelmatig meedenken, meepraten en meediscussiëren met mijn soms chaotische gedachtegangen.

Mijn gespannen studievrienden hebben me de gehele dag met bemoedigende anekdotes op de hoogte gehouden van ieders frustratie, ieders twijfel en ieders voortgang. Mijn andere vrienden hebben me de gehele dag met aandachtvragende verzoeken op de hoogte gehouden van hun frustratie om af te spreken aangezien dat inmiddels al drie maanden geleden blijkt te zijn geweest. Wederom moet ik ze helaas teleurstellen en beterschap beloven. Te moe om nog een stap te verzetten stap ik in mijn bed en kan ik eindelijk ontspannen na een kalmerende knuffel van mijn lieve vriend, Michael Nascimento.

*Bedankt voor de aanmoediging, het begrip, de correcties en het geduld!*

## The One Where We Sum it All Up

Dit is een onderzoek gebaseerd op de aanname dat televisieprogramma's met hun verkondigde boodschappen de perceptie van de individuele werkelijkheid beïnvloeden, ongeacht de aanwezigheid van *audience agency*, waarmee het publiek de mate van beïnvloeding zelf kan controleren en doseren. Door middel van communicatie worden denkwijzen over idealen, normen en waarden gedeeld waardoor die individuele werkelijkheid betekenis krijgt. Met het bediscussiëren van die idealen, normen en waarden worden controversen bespreekbaar gemaakt. De mediaboodschappen die via televisieprogramma's worden verkondigd, vallen tevens onder een dergelijke communicatievorm. Aan de hand van een discours analyse is onderzocht op welke kenmerkende wijze controversiële onderwerpen worden besproken in de sitcom *Friends*. De geselecteerde gesprekken zijn onderverdeeld in de volgende facetten: de introductie, het gesprek, de afsluiting en de gemaakte grappen. Binnen elk facet zijn aan de hand van vergelijkingen overeenkomsten of juist opvallende verschillen aan het licht gekomen. Overkoepelend is er gekeken naar de uitgedragen standpunten over de besproken controversiële onderwerpen. Een belangrijk kenmerk van een sitcom zijn grappen. Dit kenmerk komt tevens terug in het specifieke discours van het bespreken van controversiële onderwerpen. Andere kenmerken zijn vragen, herhalen en het creëren van een disbalans. Doordat het onderzoek focust op de transcripten, waarbij beeld en geluid buiten beschouwing gelaten worden, is het mogelijk om dieper in te gaan op het specifieke discours.

**Kernwoorden:** televisie – sitcom – discours – grappen – ideologie – controverse – moraliteit

## The One with the Index

<b>The One with All the Tables and Figures</b>	<b>2</b>
<b>The One Where the Third Time's a Charm – (Pilot)</b>	<b>3</b>
<b>The One Where We Sum it All Up</b>	<b>4</b>
<b>The One with the Index</b>	<b>5</b>
<b>1. The One Where it All Began</b>	<b>7</b>
1.1. The One with the Social Construction of Reality	8
1.2. The One Where We Watch and Get Affected	10
1.3. The One About What Matters	10
<b>2. The One with All the Theories</b>	<b>13</b>
2.1. The One with the Cultivated Society	14
2.1.1. <i>The One About Our Morals</i>	17
2.2. The One Where We All Watch Television	20
2.3. The One Where We All Love Sitcoms	24
2.3.1. <i>The One with Too Many Jokes</i>	26
2.4. The One Where We Put it All Together	28
<b>3. The One Where We Became <i>Friends</i></b>	<b>30</b>
3.1. The One Where We Explain the Concept	30
3.2. The One Where We Meet Every Friend	31
3.2.1. <i>The One with Chandler Bing</i>	31
3.2.2. <i>The One with Phoebe Buffay</i>	31
3.2.3. <i>The One with Monica Geller</i>	32
3.2.4. <i>The One with Ross Geller</i>	32
3.2.5. <i>The One with Rachel Green</i>	33
3.2.6. <i>The One with Joey Tribbiani</i>	34
3.3. The One with the Popularity	34
3.4. The One with Previous Research	35
<b>4. The One with the BIG “How”</b>	<b>38</b>
4.1. The One with the Special Discourse	38
4.2. The One with All the Questions	40
4.3. The One Where We Take it Step by Step	41

4.3.1.	<i>The One with the Material</i>	41
4.3.2.	<i>The One Where We Take All the Steps</i>	42
<b>5.</b>	<b>The One with the Big Revelations</b>	<b>45</b>
5.1.	The One with the Clear Messages	45
5.1.1.	<i>The One with All the Money</i>	46
5.1.2.	<i>The One Where We Get a Divorce</i>	48
5.1.3.	<i>The One with Homosexuality</i>	49
5.1.4.	<i>The One Where There's a Surrogate</i>	51
5.1.5.	<i>The One with Fertility</i>	52
5.1.6.	<i>The One with the Sperm Donor</i>	53
5.1.7.	<i>The One Where We Adopt</i>	55
5.1.8.	<i>The One with the Bastards</i>	56
5.1.9.	<i>The One with the Age Difference</i>	57
5.1.10.	<i>The One with Mr. Bing</i>	58
5.1.11.	<i>The One Where We Lie</i>	60
5.2.	The One with the Introductions	61
5.3.	The One with the Conversations	65
5.4.	The One with the Different Endings	68
5.5.	The One Where it's All a Big Joke	69
5.6.	The One Where Other Things Stand Out	72
<b>6.</b>	<b>The One Where it All Ends</b>	<b>75</b>
6.1.	The One Where Everyone Finds Out	75
6.2.	The One About What Could Have Been	78
	<b>The One with All the Literature</b>	<b>81</b>
	<b>The One with the Appendix</b>	<b>85</b>

## 1. The One Where it All Began

*'So no one told you, life was gonna be this way'*

I'll be there – The Rembrandts

Dit is de eerste zin van de theme song van de populaire sitcom *Friends*; een serie waarin grappen centraal staan, terwijl de dagelijkse bezigheden van zes vrienden worden uitgespeeld. Aan die eerste zin, waarmee elke aflevering herkenbaar wordt gestart, kan echter al een serieuze betekenis worden gegeven, namelijk dat niemand wordt voorbereid op de loop van het leven. Achter een vrolijke aanzet voor een uptempo nummer blijkt een diepere, sociologische betekenis te zitten. Ieders individuele levensloop is namelijk afhankelijk van persoonlijke en aangeleerde perspectieven. De sitcom zelf draagt met de diversiteit aan scènes, teksten en grappen tevens boodschappen uit die het publiek mogelijk beïnvloeden. 'Humor often touches upon social and moral boundaries' (Kuipers, 2006, p. 10). Met grappen, die als een vorm van communicatie gezien kunnen worden (Kuipers, 2006), worden tevens sociale issues en morele grenzen aangekaart. In de sitcom *Friends* worden die issues ook benoemd, waarmee levenslessen worden uitgedragen en perspectieven worden gedeeld. Op welke manier dat precies plaatsvindt, zal in een analyse naar het discours over de controversiële onderwerpen in de sitcom *Friends* nader worden onderzocht. Met behulp van deze analyse zal er antwoord worden gegeven op de onderzoeksvraag: *Welk discours is kenmerkend voor het bespreken van controversiële onderwerpen in de sitcom 'Friends'?*

Ieders perceptie van sociale issues en morele kwesties wordt onder andere ontwikkeld door communicatie, maar bepaalde levenslessen blijven niet verteld en niet gehoord. Er zijn onderwerpen waar niet of nauwelijks over wordt gesproken, omdat deze in strijd zijn met een ideologie. Een ideologie is een stelsel van waarden, normen en cognities, die doorgaans een gesloten totaliteit veronderstellen (Oosthoeks Encyclopedie, 1968). Op die manier worden bijvoorbeeld wereldvisies vastgelegd in een ideologie, waarin onder andere bepaald is hoe goed en kwaad/slecht zich tot elkaar verhouden. Wanneer een onderwerp in strijd is met een ideologie wordt het een controversie genoemd (Van Dale, 1992). Een controversie kan dus in sommige gevallen worden verzwegen vanwege die tegenstrijdigheid met een ideologie.

Verzwijgen is echter geen optie voor het verspreiden van ideologieën, ideeën en perspectieven. Communicatie is een belangrijk onderdeel dat zorgt voor de nodige verspreiding. Door middel van een interactie tussen twee individuen kunnen meningen worden uitgewisseld. Op die manier geven ze betekenis aan de werkelijkheid om zich heen. In de volgende paragraaf wordt nader toegelicht op welke manier die betekenisgeving

plaatsvindt. Uiteindelijk worden aan de hand van meerdere interacties visies ontwikkeld en verspreid. Voor die verspreiding zijn ook andere communicatiestromen nodig. Naast de persoonlijke interactie tussen mensen spelen ook de media een belangrijke rol in niet alleen het verkondigen van ideologieën, maar ook beproeven en veranderen. Een voorbeeld van een belangrijk medium is de televisie. 'Social change does occur, ideological values do shift, and television is part of this movement' (Fiske, 1986, p.45). Fiske zegt hiermee dat televisie deel uitmaakt van de veranderingen in de normen en waarden die gehanteerd worden in een samenleving. Hierdoor kan gesteld worden dat televisie invloed uitoefent op sociale ontwikkelingen en daarmee dus een belangrijke rol bekleedt.

De betekenis van boodschappen die in televisieprogramma's wordt verkondigd, krijgt hierdoor een bepaalde ideologische waarde. Deze boodschappen zitten verborgen in alle soorten televisieprogramma's, zoals het nieuws, soaps, sitcoms en zelfs in die eerste zin van de themesong van de sitcom *Friends*. Niet alleen de theme song maar ook in de sitcom zelf worden ideologische boodschappen uitgedragen, ondanks het contrast tussen de ernst van de boodschap en de luchtigheid door grappen. Grappen maken is dus een manier om te communiceren en communicatie is van belang voor verspreiding en verspreiding zorgt voor betekenisgeving.

### 1.1. The One with the Social Construction of Reality

Die onderlinge wisselwerking tussen communicatie, verspreiding en betekenisgeving zorgt ervoor dat mensen in de maatschappij een werkelijkheid creëren. Deze creatie gebeurt onder andere aan de hand van sociale interactie. Dit principe is door Berger en Luckmann (1966) vastgelegd in de theorie van de sociaal geconstrueerde werkelijkheid. Het houdt in dat interactie door middel van, bijvoorbeeld, het uitwisselen van kennis met behulp van taal, ervoor kan zorgen dat betekenis wordt gegeven aan de sociale en culturele omgeving. Als er wordt gesproken over een werkelijkheid is deze voor iedereen verschillend. Er is slechts de individuele perceptie van de werkelijkheid. Nergens kan een eenduidige visie op de werkelijkheid worden vastgelegd. Er worden echter meerdere pogingen toe gedaan. Dit gebeurt bijvoorbeeld door het vastleggen van sociale en culturele afspraken. Met behulp van het onderling uitwisselen en verder verspreiden van deze afspraken kunnen verschillende mensen mogelijk er een zelfde betekenis aan geven. Volgens Tennekes (1990) betreft dat veelal alledaagse zaken, waarvan veel mensen ervan uitgaan dat het "gewoon" is, maar ook deze zaken maken onderdeel uit van een cultuur.

Een cultuur biedt een ontwerp waar naar geleefd wordt (Macionis & Plummer, 2012). Dit ontwerp bestaat uit diverse elementen die de cultuur vormen. Volgens Macionis en Plummer (2012) maken symbolen, taal, normen, waarden en materiele culturele goederen onderdeel uit van een cultuur. Taal is eigenlijk het belangrijkste communicatiesysteem van



de mensheid (Berger & Luckmann, 1966). Naast communiceren kunnen de elementen binnen een cultuur met behulp van taal besproken worden en betekenissen krijgen. Op deze manier is het mogelijk om cultuur over te dragen van generatie op generatie (Macionis & Plummer, 2012). Tennekes (1990) verklaart hiermee het belang van het bestuderen van taal. De grammaticale structuur zorgt er namelijk voor dat de sociale en culturele omgeving aan de hand van woorden wordt vormgegeven. Door het bestuderen van een discours kan er worden gekeken naar de wijze waarop betekenis wordt gegeven aan die sociale werkelijkheid.

Taal dient dus als communicatievorm om culturele afspraken te verspreiden. Deze verspreiding vindt mogelijk plaats vanuit diverse, sociale instituten (Macionis & Plummer, 2012), zoals de overheid, de kerk, de school en het gezin. Deze instituten besluiten wat volgens hun de juiste culturele normen en waarden zijn. Zo wordt er bijvoorbeeld binnen de opvoeding door ouders aan kinderen geleerd welke wijze van handelen volgens hun correct is. Ouders kunnen deze kennis onder andere hebben toegeëigend via hun eigen opvoeding. Er zijn echter ook andere factoren die voor de beïnvloeding zorgen en bijdragen aan de constructie van ieders werkelijkheid. Er zullen toch overeenkomsten zijn binnen die werkelijkheden, omdat kennis gedeeld wordt door de instituten en de sociale interactie. Mensen praten niet alleen over hun normen en waarden, maar ze laten vooral in hun doen en laten zien welke normen en waarden zij hanteren en belangrijk vinden.

De werkelijkheid verschilt dus per individu. Meerdere mensen kunnen tegelijkertijd dezelfde vaas bekijken, maar geen van allen hebben hetzelfde perspectief. Toch zorgt sociale interactie ervoor dat meerdere individuen samen dezelfde ideeën delen over de omgeving waarbinnen zij existieren. Wanneer de mensen met elkaar praten over hun perspectief over de vaas kan er mogelijk een beter beeld gecreëerd worden van de vaas. Het zorgt namelijk dat alle kanten van de vaas bij iedereen bekend zijn en er een veelzijdigere representatie van ontstaat door de interactie. De vaas is een tastbaar voorwerp, maar het kan bijvoorbeeld ook wanneer meerdere mensen hun visie op zinloos geweld ventileren. Het ventileren en uitdragen van visies is dan relevant voor het construeren van een gezamenlijke ideologie. Die ideologie geeft aan op welke manier er naar de wereld wordt gekeken. Ideologieën kunnen dus erg verschillen, maar brengen mensen met dezelfde ideeën dichter bij elkaar. Daarbij is het tevens mogelijk dat ideologieën overlappen, elkaar aanvullen of tegenspreken. Wanneer de visies over de gehanteerde normen en waarden niet overeenkomen, dan spreken de ideologieën elkaar tegen. Met controversie wordt die tegenstrijdigheid benoemd. Die laat zien dat er niet per definitie kan worden gesteld dat iets goed of fout is. Volgens het liberalisme is bijvoorbeeld de gelijkheid tussen mannen en vrouwen erg belangrijk, omdat van de vrijheid van elk individu uit wordt gegaan. Dit wordt binnen het conservatisme anders gezien, omdat deze visie bijvoorbeeld de traditie van de

werkende mannen tegenover de niet-werkende vrouwen hanteert. Bepaalde visies kunnen dus binnen sommige ideologieën als controversieel worden gezien. Door het bespreekbaar maken van controversiële onderwerpen wordt interactie gestimuleerd, waarmee er mogelijk een gezamenlijke werkelijkheid kan worden gecreëerd.

## 1.2. The One Where We Watch and Get Affected

Het bespreekbaar maken van controversiële onderwerpen kan onder andere worden bewerkstelligd door middel van televisieprogramma's. De televisie is een massamedium met een groot bereik, waar veel gebruik van wordt gemaakt. Dit is terug te zien in de cijfers van het CBS, die aangeven hoeveel uur er gemiddeld per week door een huishouden televisie wordt gekeken in Nederland. Deze gegevens zijn afkomstig uit een onderzoek uit 2008 en worden verder besproken in paragraaf 2.2. Daarna hebben er diverse technologische ontwikkelingen plaatsgevonden die het mediagebruik van de mensen uit de maatschappij heeft doen veranderen. Eén van die ontwikkelingen wordt in hetzelfde onderzoek reeds aangekaart en dat is de exponentiele groei met betrekking tot het televisie kijken via internet. Dit maakt het mogelijk om via andere toestellen en op eigen gekozen tijdstippen televisie te kijken. In 2005 was het nog 26% van de bevolking, die via internet televisie kon kijken. In 2008 was dit al uitgegroeid tot 52%. Televisie kijken is dus erg populair, of dit nu tijdens de reguliere uitzending op het ouderwetse toestel of via terugkijkmogelijkheden op het internet of de mobiele telefoon wordt gedaan.

Op deze manier heeft de invloed van televisie zich nog verder uitgebreid dan Fiske (1986) met zijn ideeën over 'sociale veranderingen' en 'verschuivingen in ideologische waarden' in de jaren '80 had kunnen bedenken. Desondanks blijkt zijn visie stand te houden wanneer er onderzoek wordt gedaan naar het huidige mediagebruik van een samenleving. De wijze waarop hij al aangaf hoe invloedrijk het medium kon zijn, vormt veelal de basis voor verder onderzoek naar televisie. Een ander perspectief dat nimmer ontbreekt in onderzoeken met betrekking tot de invloed van televisie is afkomstig van Gerbner. In zijn cultivatietheorie ligt de nadruk op de betekenisgeving van de sociale en culturele omgeving aan de hand van de mediaboodschappen die verkondigd worden via de televisie.

## 1.3. The One About what Matters

Die betekenisgeving kan dus onder andere worden bewerkstelligd door het kijken naar televisieprogramma's. In een programma worden aan de hand van verhalen boodschappen overgebracht. Ondanks dat een verhaal veel specifiek en ingezoomd is dan het dagelijkse leven, brengen die verhalen belangrijke boodschappen over (Berger, 1997). Elk programma heeft zijn eigen manier van verhalen vertellen. In een soap wordt op een andere manier een

verhaal verteld dan in een videoclip, maar ook in een journaal wordt een verhaal verteld. De actuele informatie die feitelijk wordt gebracht in een journaal, wordt middels een verhaallijn verteld. Alle verhalen uit televisieprogramma's verkondigen informatie die het publiek mogelijk aan het denken zet. Op deze manier kan er bewustzijn worden gecreëerd over die specifieke, controversiële onderwerpen.

'Jokes are used to relieve the anxiety caused by repressed, unwelcome or taboo meanings' (Freud, zoals genoemd door Fiske, 1986, p.398). Volgens Freud is het mogelijk om door het maken van grappen taboes te doorbreken, omdat ze bespreekbaar worden gemaakt en de druk weg wordt genomen. Een taboe is een onderwerp waar niet vrij over gesproken wordt, omdat het net als een controversie, in tegenspraak is met de dominante ideologie. Het maken van een grap zorgt er dan voor dat het onderwerp wat meer lucht krijgt, waardoor het onderwerp als minder beladen ervaren kan worden. In de televisiewereld wordt in het genre sitcom veel gebruik gemaakt van grappen, wat een aparte manier van communiceren is (Kuipers, 2006). In sitcoms kunnen mogelijkerwijs controversiële onderwerpen bespreekbaar worden gemaakt, omdat met grappen de sociale druk die de onderwerpen beklemmen weggenomen kunnen worden. Maar hoe wordt er in een sitcom gepraat over controversiële onderwerpen en hoe worden grappen toegepast in die gesprekken?

In dit onderzoek zal de nadruk worden gelegd op de wijze waarop controversiële onderwerpen worden besproken in een sitcom. Aangezien er wordt aangenomen dat de televisie een institutionele rol vertegenwoordigt, is het maatschappelijk relevant te onderzoeken op welke wijze die controversiële onderwerpen aanbod komen. Met behulp van de gesprekken worden er diverse visies en perspectieven uitgedragen. Deze boodschappen zijn dus mogelijk een onderdeel van het betekenisgeven aan de sociale en culturele omgeving. Deze morele inhoud van televisieprogramma's en het genre sitcom in het bijzonder zijn tot op heden weinig onderzocht (Krijnen & Meijer, 2005; Attalah, 2010). Attalah (2010) geeft een mogelijke verklaring voor het gebrek aan onderzoek, namelijk het tekort aan sociaal belang. Een sitcom zou namelijk weinig sociale invloeden teweegbrengen en wordt daarom niet als volwaardig gezien.

In gerelateerd onderzoek afkomstig van Krijnen en Meijer (2005) is gekeken naar de weergave van moraliteit in primetime televisieprogramma's en de mogelijke morele paniek veroorzaakt door die programma's. Volgens hun is het onterecht dat er wordt verondersteld dat televisieprogramma's zorgen voor onrust in de maatschappij over de bijgebrachte normen en waarden bij een individu. Televisieboodschappen zorgen er namelijk voor dat de maatschappij verrijkt wordt met morele kennis (Krijnen & Meijer, 2005). De populaire televisieprogramma's beschikken over een groot bereik en maken onderwerpen juist bespreekbaar op een begrijpelijke en behapbare manier. Met het onderzoek naar de

controversiële onderwerpen die worden besproken in de sitcom *Friends* zal er gerefereerd worden aan een klein onderdeel van het onderzoek van Krijnen en Meijer (2005). Er wordt namelijk gekeken naar het bespreekbaar maken van die onderwerpen en dan specifiek de wijze waarop dat gebeurt. Krijnen en Meijer (2005) onderzochten primetime televisieprogramma's met verschillende genres, maar in het huidige onderzoek ligt de focus op één programma en één genre. Ondanks de kleinschaligheid zal het onderzoek inzicht bieden in een mogelijk kenmerkend discours in gesprekken over controversiële onderwerpen in de serie *Friends*. Daarnaast zorgt het voor een wetenschappelijk verrijking met betrekking tot het bediscussiëren van idealen binnen de populaire cultuur.

Het onderzoek zal verder worden toegelicht en uitgebreid in de volgende hoofdstukken. Allereerst zullen in het volgende hoofdstuk de fundamentele perspectieven en concepten kritisch worden besproken. In hoofdstuk 3 wordt nader toegelicht waarom er is gekozen om de sitcom *Friends* te onderzoeken. Daarna worden de onderzoeksmethoden gespecificeerd, waardoor het duidelijk wordt welke onderzoeksvragen er beantwoord dienen te worden en op welke wijze de analyse zal worden uitgevoerd. Vervolgens worden de resultaten besproken, welke naderhand zullen worden gekoppeld aan de eerder uiteengezette theorieën aan de hand waarvan gegronde conclusies kunnen worden getrokken.

## 2. The One with All the Theories

De werkelijkheid die mensen dagelijks ervaren wordt gecreëerd aan de hand van sociale interacties. Op deze manier worden meningen, perspectieven en idealen gedeeld, waardoor er een betekenis wordt gegeven aan de omgeving van elk individu. In deze analyse ligt de focus op het delen van die meningen, perspectieven en idealen via het medium televisie. Televisie is een medium, waar veel mensen in de westerse wereld dagelijks gebruik van maken. Het is mogelijk bewust te kiezen naar welk programma er wordt gekeken of er wordt willekeurig een zender opgezet zonder aandachtig het programma te volgen. Desondanks is het in beide gevallen mogelijk dat de informatie die via de programma's wordt aangeboden wordt verwerkt en opgeslagen. Er bestaan diverse theorieën over de wijze waarop die informatie die via de televisie worden uitgezonden invloed uitoefent op de publieken die er naar kijken. Allereerst spreekt Gerbner (Fiske & Hartley, 1978) van rechtstreekse beïnvloeding of directe effecten. De informatie die is opgenomen in de vele mediaboodschappen zorgen dan veelal voor een beïnvloeding van de perceptie van de sociale werkelijkheid. Daarentegen wordt beweerd dat de mensen uit het publiek wel degelijk beschikken over een vrije wil en zelf kunnen bepalen welke informatie ze geloven (Evans, 2008). Dit zelf reguleren in hoeverre informatie essentieel kan worden geacht, wordt *audience agency* genoemd. Het beoordelen van de verstrekte informatie gebeurt onder andere aan de hand van reeds opgedane, aangeleerde kennis. Aan de hand van de constructie van de werkelijkheid van een individu wordt die kennis over normen, waarden en morele kwesties gedeeld. In dit onderzoek wordt gekeken naar de wijze waarop die moraliteit terug te vinden is in het genre sitcoms. Dit genre valt onder populaire cultuur waarvan beweerd wordt dat het geen maatschappelijk belang bekleedt (Attalah, 2010). Toch geven Krijnen en Meijer (2005) aan dat er wel degelijk sprake is van een maatschappelijk belang als het om populaire cultuur gaat.

Deze diverse contradicties dienen als basis voor een voortdurend mediadebat. Dit debat gaat onder andere over de vraagstukken in hoeverre er sprake is van een media-effect of dat *audience agency* de overhand heeft en of populaire cultuur een maatschappelijke bijdrage levert aan de ontwikkeling van de individuele zienswijze. Deze vraagstukken worden in dit hoofdstuk aan de hand van bijhorende theorieën besproken. Door een kritische bespreking van de fundamentele theorieën wordt het onderzoek steeds specifieker afgebakend. Aan het eind van dit hoofdstuk zullen dan ook de onderzoeksvragen geformuleerd kunnen worden, die de richting en het doel helder zullen weergeven.

## 2.1. The One with the Cultivated Society

De cultivatietheorie is ontwikkeld door George Gerbner, die als professor in de communicatiewetenschappen aan de *Annenberg School of Communications* in Pennsylvania inzag dat televisie een grote rol ging spelen in de samenleving (Poecke, 1979). Het *Cultural Indicators Research Project* wat in 1986 door Gerbner werd gestart, zorgde voor inzichten over de invloed van televisie op publiek (Signorielli & Gerbner, 1995). Deze invloedrijke rol van televisie zorgde ervoor dat de televisie uitgroeide tot een opzichzelfstaand instituut. Steeds meer mensen beschikten over een televisie en dit aantal groeide exponentieel. 'Television penetrates every home' (Poecke, 1979, p. 7). Het medium werd op deze manier beschikbaar voor een breed publiek, voor de massa. De nieuwe generaties groeiden steeds vaker op met een televisie in huis en er werd aanzienlijk veel tijd besteed aan het gebruik van het medium. Volgens Gerbner spelen de verstrekte boodschappen via dit medium een actieve rol in de betekenisgeving van de sociale en culturele omgeving van diverse individuen (Fiske & Hartley, 1978). Volgens deze visie, die Gerbner vele jaren heeft beziggehouden, representeert de inhoud van het televisieboodschappensysteem de dieper gelegen maatschappelijke waarden (Fiske & Hartley, 1978). Door het massale van het fenomeen televisie, worden deze boodschappen op een snelle wijze over een groot en breed publiek verspreid (Poecke, 1979).

Om die boodschappen te analyseren zijn diverse onderdelen van belang. Hoe vaak wordt de boodschap aan het publiek getoond? Wat is de kern van de boodschap? Welke waardeoordelen worden er geveld in de boodschap? Welke betekenisgeving representeert de boodschap? Gerbner's cultivatietheorie legt de nadruk op de persoonlijke ontwikkeling van het publiek, die onder andere plaatsvindt door middel van het kijken naar televisieprogramma's. Gerbner beweert dat de frequentie waarmee een programma bekeken wordt invloed heeft op de mate waarin de boodschap doordringt bij het publiek. Deze frequentie is bij een televisieserie hoog, vanwege de lange looptijd. Een serie bevat namelijk meerdere afleveringen waarin de tijd wordt genomen om boodschappen te verkondigen. Een voorbeeld van beïnvloeding door frequente blootstelling is door Gerbner onderzocht met een analyse naar de verandering in de zienswijze van publieken van geweldadige televisieprogramma's. Allereerst dient opgemerkt te worden dat op televisie geweld en criminaliteit vaker weergegeven wordt dan dat het überhaupt in werkelijkheid voorkomt. Bij de mensen die deze programma's vaak en veel bekijken en de boodschappen op hun eigen wijze interpreteren, verandert de opvatting van de wereld. *Heavy viewers* zullen ten opzichte van *moderate* en *light viewers* eerder van mening zijn dat de meeste mensen niet te vertrouwen en egoïstisch zijn (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002). Ten opzichte van deze *heavy viewers* zal er, wanneer het programma eenmalig wordt bekeken,

weinig tot geen beïnvloeding in de opvatting van de wereld plaatsvinden. Het is echter wel mogelijk dat andere mensen die geen misdaadseries kijken dezelfde visie hebben als *heavy viewers* over de mensen en de wereld om hun heen. Er is dan geen sprake van een beïnvloeding via het televisieprogramma, maar zullen er andere factoren een rol hebben gespeeld in de ontwikkeling van deze visie. Dit is echter één van de onderzoeken waar Gerbner zich mee bezig heeft gehouden met het analyseren hoe televisieboodschappen in het algemeen invloed uitoefenen op de persoonlijke zienswijze van de werkelijkheid.

In het voortdurende debat over de invloed van televisiekijken is naast de cultivatietheorie tevens een ander relevant standpunt van belang bij het bespreken van beïnvloeding door middel van media, namelijk *audience agency*. Het is immers niet aannemelijk dat de informatie uit televisieprogramma's in haar volledigheid als waar wordt aangenomen en de zienswijze van het publiek compleet aanpast, zonder dat dit publiek zelf invloed heeft op wat ze wel of niet gelooft. Volgens onder andere Evans (2008) beschikt het publiek wel degelijk over het vermogen om af te wegen in hoeverre de informatie die verkondigd wordt in televisieprogramma's geloofwaardig is. De boodschappen worden zodoende op diverse wijzes "gelezen". Hall (1980) noemt het de *preferred reading* als de betekenis van de boodschap wordt gelezen zoals de zender het bedoeld heeft. Bij de *opposite reading* geeft het publiek juist de tegenovergestelde betekenis dan beoogd werd door de zender en de *negotiated reading* bevat van beide een beetje. Het publiek neemt dan de verstrekte informatie tot zich en trekt zelf conclusies. Dit neemt niet weg dat de boodschappen wel degelijk invloed hebben. 'Media influence what people think about and, to a lesser extent, how they understand the world' (Croteau, Hoynes & Milan, 2012, p. 236).

Er lijkt dus een spanningsveld te bestaan tussen *audience agency* en de cultiverende invloed van televisieboodschappen zoals Gerbner die omschrijft. Met de aanname dat invloed plaatsvindt ondanks dat de mate ervan betwist kan worden, neemt het belang van de betekenissen van de inhoud van de verkondigde informatie en de wijze waarop die verkondigd wordt toe. Volgens Fiske en Hartley (1978) zou de televisie een reële weergave moeten zijn van de werkelijkheid. Zoals reeds in het eerste hoofdstuk besproken, is de werkelijkheid persoonsgebonden. Het is dus niet mogelijk om voor iedereen en ten alle tijden de precieze weergave van de realiteit te construeren in televisieprogramma's, ondanks dat dit niet altijd het doel van de maker hoeft te zijn. Desondanks is er geen sprake van een precieze weergave van de realiteit en is beïnvloeding alsnog mogelijk door bijvoorbeeld een herkenbaar discours en/of identificatie met personages. Doordat het discours dat in een televisieprogramma gebruikt wordt, begrijpelijk is voor het publiek, wordt een boodschap eerder ontdekt en begrepen. Een voorbeeld van identificatie zonder exacte weergave van de werkelijkheid is duidelijk bij het genre science fiction. Hier komen in een onwerkelijke wereld

riendschaps- en liefdesrelaties voor waar het publiek zich mee kan identificeren.

Het is uiteraard van belang hoe nauwgezet een programma de werkelijkheid benadert. Dit zorgt er namelijk voor dat deze geloofwaardiger en vermakelijker wordt gevonden door het publiek (Fiske & Hartley, 1978). Volgens Fiske en Hartley is dit onder andere een reden voor de waardering van een programma. Een programma is dus populair wanneer de inhoud geloofwaardig en vermakelijk is. Volgens Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli en Shanahan (2002) geven populaire programma's een duidelijk beeld van de heersende dominante, culturele ideologieën. Hiermee worden dezelfde betekenissen over verschillende concepten bevestigd bij diverse publieken, waardoor er mogelijk een gedeelde mening ontstaat over deze concepten (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002). Er werd bijvoorbeeld geruime tijd gedacht dat homoseksualiteit een ziekte was. Deze informatie was toen geloofwaardig en maakte onderdeel uit van de dominante, culturele ideologie. Wanneer dit perspectief over homoseksualiteit in een populair televisieprogramma wordt verkondigd, wordt het verspreid over een groot aantal diverse publieken. Hierdoor is het mogelijk dat er bij een diversiteit aan mensen dezelfde mening over homoseksualiteit bestaat.

Het is echter niet zo dat de inhoud van de televisieprogramma's wordt bepaald door een heersende macht en de cultiverende invloed dus voornamelijk de dominante ideologie representeert. Het zijn ook de mensen uit de maatschappij zelf die bepalen wat er gezegd, getoond en besproken wordt in de media. Er is dus geen sprake van eenrichtingsverkeer, waar alle publieken dezelfde programma's moeten consumeren en de inhoud door één orgaan wordt aangeleverd. Deze wisselwerking begint onder andere bij de keuze die het publiek heeft door middel van de mogelijkheid persoonlijk af te kunnen stemmen op verschillende zenders met een groot en divers aanbod van programma's. Dit afstemmen is een individuele keuzemogelijkheid. Het aanbod wordt door diverse omroepen aangeboden. In Nederland zijn deze onderverdeeld in de publieke en de commerciële omroep. De commerciële omroep heeft als doel winst te maken en moet hiervoor inspelen op de behoeftes en wensen van het publiek. Dit wordt bij de publieke omroep ook gedaan, maar daarnaast zorgt de financiering voor invloed vanuit de maatschappij. De publieke omroep wordt namelijk gefinancierd door de overheid, die weer wordt gekozen door de mensen uit de maatschappij. Vanuit beide kanten is er dus sprake van beïnvloeding vanuit de maatschappij. 'Cultivation is thus part of a continual, dynamic, ongoing process of interaction among messages and contexts' (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002, p.24). Deze interactie zorgt volgens Gerbner et al. (2002) weer voor de cultivatie van de sociale realiteit onder de mensen in de maatschappij, zoals ook het geval is bij de sociale constructie van de werkelijkheid van Berger en Luckmann (1966).

De twee verschillende richtingen van beïnvloeding kunnen worden benaderd als het



kip-en-het-ei-verhaal. Welke vorm van invloed was er eerder of is dominanter? Een spanningsveld lijkt onvermijdelijk. Veranderingen in de samenleving zullen worden opgenomen in de mediaboodschappen van televisieprogramma's, maar controversiële boodschappen kunnen mogelijk ook veranderingen bewerkstelligen doordat ze verkondigd worden in dezelfde televisieprogramma's. Een voorbeeld hiervan is te vinden in een onderzoek van Avila-Saavedra naar de representatie van homoseksuelen in televisieseries zoals *Will & Grace* en *It's all relative*. Volgens Avila-Saavedra (2009) heeft de sitcom *Will & Grace* veel betekend voor de acceptatie van homoseksuelen. Het is in dit geval niet duidelijk of de toename van kennis over homoseksualiteit en de aanwezigheid van homoseksuelen in de samenleving ervoor heeft gezorgd dat homoseksuelen in televisieprogramma's zijn opgenomen, of dat de representatie van homoseksuelen in televisieprogramma's ervoor gezorgd heeft dat meer homoseksuelen hun gaardheid openbaar maken.

Het onderzoek naar het gebruikte discours voor controversiële onderwerpen in sitcoms biedt geen verduidelijking over de exacte wijze waarop de beïnvloeding plaatsvindt. Er wordt echter aangenomen dat er sprake is van beïnvloeding via programma's op de televisie met de wisselwerking tussen *audience agency* en cultivatie. De boodschappen die zijn opgenomen in televisieprogramma's zijn onderdeel van de interactie aan de hand waarvan mensen in de maatschappij betekenis kunnen geven aan de werkelijkheid. Maar wat is de inhoud van deze boodschappen dan eigenlijk precies?

### 2.1.1. *The One About Our Morals*

Gerbner stelt dat boodschappen die voornamelijk de dominante ideologieën verkondigen (Fiske & Hartley, 1978) zorgen voor een gemeenschappelijke opvatting over de realiteit onder verschillende publieken (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002). Krijnen en Meijer (2005) zijn het hier mee eens en stellen dat televisie praktisch altijd al een rol heeft gespeeld in 'public morality and specific concerns about it' (p. 353). Moraliteit betreft de maatschappelijk correcte wijze van handelen. Deze wijze is algemeen geaccepteerd binnen een gemeenschap door middel van ongeschreven regels, culturele normen en waarden. Dit normbesef of de moraliteit wordt volgens de cultuurietheorie negatief beïnvloed door overmatig televisiekijken, vooral van populaire programma's. Dit zal namelijk de afbreuk van familiale, burgerlijke en democratische waarden als gevolg hebben (Tavener, 2000), ook wel *moral panic* genoemd (Krijnen & Meijer, 2005). Deze morele paniek ontstaat mogelijk aan de hand van de inhoud van media gericht op sociale issues. Er is dan sprake van een perceptie over cultureel gedrag dat gezien wordt als een bedreiging voor de algemene moraliteit. Een voorbeeld ter verheldering van dit concept noemt Gamson (1998) in zijn

onderzoek naar de zichtbaarheid van LGBT's<sup>1</sup> in talkshows. Uit een kwalitatieve analyse aan de hand van onder andere interviews en focusgroepen blijkt dat de kijkers van talkshows, zoals *The Jerry Springer Show* of *Riki Lake*, bang zijn voor de gevolgen die de items over seksuele geaardheid mogelijk teweegbrengen. Er wordt gesteld dat privé zaken privé moeten blijven en op deze manier ook niet aanstootgevend kunnen zijn. Op deze manier worden met dit soort talkshows normen en waarden ter discussie gesteld. De onderwerpen, zoals seksuele geaardheid, zijn interessant vanwege de verschillen in meningen. De diversiteit aan meningen zorgt ervoor dat er sprake is van een controverse. Er is namelijk geen eenduidig oordeel over het onderwerp. Met behulp van televisieprogramma's, zoals talkshows, worden die controversiële onderwerpen onder de aandacht gebracht, ondanks dat dit mogelijk onrust met zich meebrengt.

Volgens Krijnen en Meijer (2005) is die onrust niet gerechtvaardigd, omdat die er alleen maar voor zorgt dat de culturele dichotomie in stand wordt gehouden. Bij de culturele dichotomie wordt er onderscheid gemaakt tussen elitecultuur en populaire cultuur. Dit onderscheid is een gevolg van de educatie van ideologische waarden (Tavener, 2000). Dit betekent dat specifieke educatie leidt tot een beter begrip van de wijze waarop de wereld in elkaar steekt, welke idealen er zijn en welke normen en waarden gehanteerd worden. Populaire cultuur zou afbreuk doen aan de morele verbeelding vanwege het vermakelijke aspect, waardoor normen, waarden en andere idealen niet overgebracht worden (Krijnen & Meijer, 2005). Overmatig consumeren van populaire cultuur zou dan reden zijn voor morele paniek, omdat daarmee de angst toeneemt voor de overname van slechte invloeden door consumenten die minder moreel ontwikkeld zijn. Hiermee wordt dus die culturele dichotomie in stand gehouden, waardoor onderzoek naar de 'intrinsic value of popular culture in critical and productive ways' wordt buitengesloten (Krijnen & Meijer, 2005, p. 371). Terwijl Krijnen en Meijer (2005) het belang van de populaire cultuur niet willen onderschuiven. Deze vorm van cultuur maakt juist sociale issues algemeen bespreekbaar en begrijpelijk voor de massa, vanwege de laagdrempeligheid en herkenbaarheid (Bielby & Bielby, 2004).

Onder populaire cultuur vallen onder andere popmuziek, commerciële films en televisie-amusement, zoals soaps, dramaseries, tekenfilms en sitcoms. Zij vertellen verhalen waarin sociale issues worden besproken. Zo wordt er bijvoorbeeld in de Nederlandse soap *Goede Tijden, Slechte Tijden* het verhaal verteld over een homoseksueel stel dat samen het bed deelt. Deze scene zorgde voor veel beroering op sociale media (*Homovrijscène GTST leidt tot veel commotie*, [www.nu.nl](http://www.nu.nl), 24-02-2011). In de tekenfilms van Disney worden levenslessen opgenomen in het sprookje dat verteld wordt. Zo kan er worden gesteld dat *Belle en het Beest* laat zien dat schoonheid van binnen zit ongeacht het uiterlijk. Nieuwere

---

<sup>1</sup> Lesbians, Gays, Bisexuals and Transgenders

tekenfilms van Disney die niet gebaseerd zijn op een sprookje leren hun kijkers tevens belangrijke lessen. In *Finding Nemo* blijft Marlin doorzetten om zijn zoon Nemo te vinden en slaagt hier uiteindelijk ook in. Daarmee wordt aangegeven dat doorzettingsvermogen een van de relevante eigenschappen is om doelen te bereiken. Deze voorbeelden laten zien dat de verhalen die verteld worden helpen bij het vormen van de morele verbeelding, ondanks dat ze onderdeel zijn van populaire cultuur (Krijnen & Meijer, 2005). Hierdoor blijkt dus dat aan de hand van populaire cultuur tevens moralen kunnen worden uitgedragen en er een vorm van positieve beïnvloeding via deze vorm van cultuur kan plaatsvinden. Dit betekent dat het onwaarschijnlijk is dat populaire cultuur dusdanig afbreuk doet aan de morele verbeelding.

Doordat het publiek zich vaak kan identificeren met de personages uit het verhaal hechten ze waarde aan de meningen en handelingen die erin voorkomen (Krijnen & Meijer, 2005). Die identificatie kan wellicht plaatsvinden doordat een personage in vergelijkbare situaties verkeert. Bepaalde relaties (familiaal, romantisch of vriendschappelijk) kunnen overeenkomen met de persoonlijke levenssfeer van het publiek. De wijzen waarop eventuele problematische situaties worden opgelost kunnen het publiek een voorbeeld geven. Ondanks de identificatie denkt Krijnen (2007) echter dat het publiek alsnog zelf over de mogelijkheid beschikt om te beslissen of de betekenisgeving die in het verhaal wordt geuit, overeenkomt met de persoonlijke realiteit. Het is dus aannemelijk dat door middel van de identificatie de moraliteit, die door de personages wordt uitgedragen, wordt herkend door het publiek. De morele verbeelding omvat de mogelijkheid om situaties te onderscheiden en te bepalen welke wijze van handelen moreel passend is. De boodschap komt over en wordt begrepen, maar wat ermee gedaan wordt is aan de persoon zelf.

De vertelde verhalen in de televisieprogramma's zorgen dus voor de ontwikkeling van de morele verbeelding, ondanks dat het medium televisie onder populaire cultuur valt. Die ontwikkeling kan mogelijk plaatsvinden doordat het publiek zich kan identificeren met een personage, doordat het verhaal herkenbaar is voor het publiek of doordat normen en waarden ter discussie worden gesteld waardoor het publiek aan het denken wordt gezet. Er is dan dus sprake van beïnvloeding aan de hand van de mediaboodschappen. De moralen van de verschillende verhalen zitten dus niet alleen verstopt in elitecultuur, maar zijn tevens in populaire culturele producten te vinden. Hierdoor speelt onder andere de televisie een belangrijke rol in publieke moraliteit (Krijnen & Meijer, 2005).

## 2.2. The One Where We All Watch Television

Een televisie is een toestel waarmee bewegend beeld en geluid ontvangen en bekeken kan worden. Door de aanwezigheid van de televisie in huishoudens heeft het zich ontwikkeld tot een massamedium, die mediaboodschappen overbrengt bij verschillende publieken. Naast het aantal aanwezige televisies per huishouden is het natuurlijk ook relevant hoe vaak en hoelang er naar gekeken wordt. Volgens het meest recent gevonden onderzoek van het CBS, zoals reeds vermeld in het eerste hoofdstuk, geeft de volgende tabel weer hoeveel uur er in 2008 gemiddeld per week er door een huishouden in Nederland naar de televisie werd gekeken.

**Tabel 1. Percentages kijkgedrag**

Meer dan 20 uur	30%
Tussen de 10 en 20 uur	37%
Tussen de 5 en 10 uur	19%
Tussen de 1 en 5 uur	11%
Minder dan 1 uur	3%

([www.cbs.nl](http://www.cbs.nl))

Naast het bekende televisietoestel wordt er tegenwoordig ook steeds vaker televisie gekeken via internet. Hierdoor is het mogelijk dat er op een computer, een laptop, een tablet of een mobiele telefoon naar televisieprogramma's kan worden gekeken. In 2005 was het slechts 26% van de bevolking, die via internet televisie kon kijken. In 2008 was dit al uitgegroeid tot 52%. Door deze nieuwe technologieën kan er op verschillende en meerdere plekken televisie gekeken worden en is het tevens mogelijk een uitzending terug te kijken wanneer je die gemist hebt. Dit zorgt er voor dat de *bedroom culture* verder ontwikkelt (Devereux, 2007), wat inhoudt dat de samenstelling van het gezin waarin er naar de televisie wordt gekeken verandert. De nieuwe mogelijkheden van televisie kijken zorgen onder andere voor een persoonlijke afstemming op programma's wanneer het individu dit het beste uitkomt. Hierdoor wordt er mogelijk minder gecommuniceerd over de boodschappen die via de televisie worden uitgedragen en de betekenis die hieraan gegeven kunnen worden.

Deze mediaboodschappen geven, net als andere communicatiestromen, betekenis aan de realiteit. Volgens Attalah (2010) geven mensen niet graag toe dat ze televisiekijken, laat staan hoeveel en welke programma's. Te vaak en/of een fout televisieprogramma kijken kan namelijk als maatschappelijk onverantwoord worden gezien (Attalah, 2010). Daarbij wordt er wel van uitgegaan dat de gekeken programma's daadwerkelijk iets kunnen zeggen over hun publieken. Attalah heeft een sterke mening over publieken die passief zouden zijn en zodoende beïnvloed zouden worden, zonder hier weerstand aan te kunnen bieden. Dit zou betekenen dat het kijken van een commercieel realityprogramma waarin entertainment de hoogste prioriteit heeft dusdanig beïnvloedt en afbreuk doet aan de morele verbeelding van het publiek.

Zoals reeds in de vorige subparagraaf over moraliteit is besproken wordt er in dit onderzoek niet vanuit gegaan dat populaire cultuur, zoals commerciële realityprogramma's,

afbreuk doet aan de morele verbeelding. Daarnaast wordt er tevens aangenomen dat het publiek wel degelijk beschikt over de keuze welke informatie wordt verwerkt (Krijnen, 2007). De actieve kijker is bewust bezig met de informatie die wordt verkregen via de televisie. Is het dan niet mogelijk dat die kijker zelf de mate kiest waarin die beïnvloeding plaatsvindt? Als er bijvoorbeeld een autobiografische documentaire over Michael Jackson wordt bekeken, kunnen er achteraf verschillende conclusies worden getrokken. De man is een steengoede artiest en verdient respect voor alle prestaties die hij heeft neergezet of dezelfde man is meerdere malen beschuldigd voor pedofiele praktijken en verdient totaal geen respect vanwege de onschuldige kinderen die hij heeft getraumatiseerd. De documentaire zal wel degelijk de kijker beïnvloeden, maar de mate waarin de informatie wordt aangenomen wordt mogelijk wel door de kijker zelf bepaald. Daarnaast is wellicht de frequentie en de duur van de blootstelling aan de informatie belangrijk, zoals Gerbner beweert. Als er meerdere malen in de documentaire wordt benadrukt hoe Michael Jackson kinderen uitnodigde op zijn landgoed en de kijker deze informatie ook via andere bronnen tot zich heeft genomen, wordt het mogelijk geloofwaardiger. Met dit voorbeeld wordt echter aangekaart dat de televisie slechts één factor van beïnvloeding is en andere factoren meespelen in de vorming van een mening.

Om terug te keren naar de actieve kijker is dus volgens Krijnen (2007) die passiviteit die Attalah benoemd niet aan de orde en maakt het publiek zelf wel degelijk actief keuzes tijdens het verwerken van de informatie die wordt vertoond op de televisie. Ze kiezen tenslotte ook zelf naar welke programma's ze kijken. Het kijkcijferoverzicht van maandag 4 maart 2013 geeft in de top tien een ranking van programma's zowel gericht op entertainment als informatieverstrekking.

**Tabel 2. Kijkcijfers Top 10**

**Kijkcijfers Top 10, maandag 4 maart 2013**

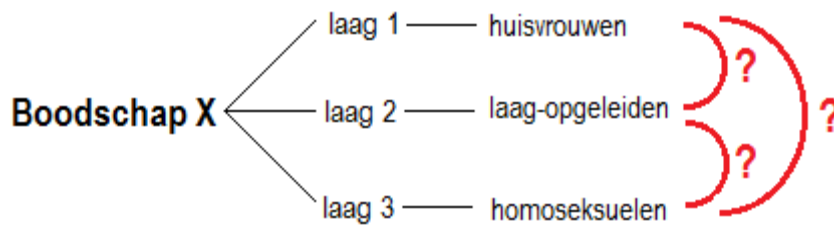
1	Radar	2.103.000
2	Memories	1.864.000
3	Journaal 20 uur	1.834.000
4	Goede Tijden Slechte Tijden	1.752.000
5	Schaep in Mokum	1.657.000
6	Half acht nieuws	1.344.000
7	Eenvandaag	1.229.000
8	Pauw en Witteman	1.200.000
9	Wereld draait door	1.700.000
10	Crime Scene Investigation	1.135.000

([www.kijkonderzoek.nl](http://www.kijkonderzoek.nl))

Deze kijkcijfers zeggen tegenwoordig veel minder over het kijkgedrag van het publiek dan voorheen. Door de nieuwe technologieën worden er ook op andere plekken programma's bekeken, bijvoorbeeld via het internet. Ondanks dat onderzoek van het CBS aangeeft dat het aantal huishoudens waar via internet televisie wordt gekeken nog altijd groeit (van 26% in 2005 naar 52% in 2008), worden deze kijkers niet meegeteld met het dagelijkse kijkcijferonderzoek. Daarnaast laat een onderzoek van het NLO (Nationaal Luister Onderzoek), NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia), SKO (Stichting KijkOnderzoek) en STIR (Stichting InternetReclame) zien dat het mediumgebruik in 2012 significant verschoven is naar andere apparaten waarop televisieprogramma's bekeken worden. Als er dan bijvoorbeeld wordt gekeken naar de website [www.uitzendinggemist.nl](http://www.uitzendinggemist.nl) dan zijn de meest teruggekeken programma's van bijvoorbeeld week 9 van 2013 amusementsprogramma's.

Televisie is, volgens Attalah (2010), een massamedium dat onder populaire cultuur geschaard kan worden. Populaire cultuur is voornamelijk vermakelijk, omdat het herkenbaar en behapbaar is (Bielby & Bielby, 2004). Er wordt gesteld dat populaire cultuur te simpel is om de geest te verrijken en daardoor mogelijk afbraak doet aan de morele verbeelding (Krijnen & Meijer, 2005). Zoals reeds besproken bleek deze veronderstelling niet aannemelijk, vanwege het grote bereik van populaire cultuur en de vertelde moralen in die culturele producten. Als er daarnaast alleen al naar de benaming wordt gekeken, wordt duidelijk dat dit "populairder" is dan de elititecultuur of alternatieve culturele stromingen. Dit betekent dat de populaire cultuur, die vaak via populaire media, zoals de televisie wordt geuit, domineert. Deze media bereiken een breed en divers publiek en genereren daarmee macht (Tavener, 2000) en populariteit (Fiske, 1987). Om dit brede publiek aan te spreken is het noodzakelijk dat er verschillende perspectieven worden weergegeven (Fiske, 1987). Door de boodschappen op verschillende manieren te verpakken zullen meerdere sociale groeperingen worden aangesproken en de boodschappen ontdekken en begrijpen.

Door deze verschillende lagen in de boodschappen lijkt het mogelijk dat een boodschap meerdere verwante betekenissen bevat. De begrijpelijkheid van de betekenis van de boodschap wordt namelijk vereenvoudigd door de verschillende lagen. Dit zorgt ervoor dat diverse publieken die betekenis uit de boodschap opmaken. Normaal gesproken is het begrijpelijk dat polysemie – het bevatten van meerdere betekenissen – voor verwarring zorgt, omdat er dan diverse interpretatiemogelijkheden zijn. Dit wordt met onderstaand model verder toegelicht.



**Figuur 1. Interpretatiemogelijkheden**

Boodschap X wordt in een televisieprogramma op diverse manieren gebracht, namelijk inhoudelijke lagen 1, 2 en 3. Deze verschillende lagen zorgen ervoor dat meerdere sociale groeperingen bereikt worden. Dus de huisvrouwen worden bereikt door de manier waarop de boodschap wordt verteld in laag 1, de laag-opgeleiden door laag 2 en de homoseksuelen door laag 3. Maar zorgen die verschillende lagen ervoor dat de huisvrouwen hetzelfde uit de boodschap halen als de laag-opgeleiden en de homoseksuelen en vice versa? Volgens Fiske (1986) staat de veelvoudigheid aan betekenissen in relatie tot de dominante ideologie, waardoor de boodschap alsnog begrepen wordt en een breed publiek wordt bereikt. Deze ideologie is dan al in zekere zin bekend bij de verschillende publieken. Een ideologie heerst namelijk niet alleen binnen de boodschappen van televisieprogramma's, maar ook in andere communicatiestromen. De moraal van de boodschap is dan vaak al bekend, doordat via interacties, met televisie en andere communicatiestromen, de boodschappen gedeeld worden. Op deze manier wordt de werkelijkheid sociaal geconstrueerd en kan ieders besef over bepaalde moralen gelijk zijn.

Er wordt vaak televisie gekeken en voornamelijk naar amusementsprogramma's. De gevonden statistieken zijn echter onvolledig, omdat de laatste technologische ontwikkelingen nog niet zijn opgenomen in de methoden waarmee de kijkcijfers worden onderzocht. Desondanks kan er worden aangenomen dat entertainmentprogramma's goed bekeken worden, ookal verschilt het niet veel met actualiteitenprogramma's. Om populariteit te generen dient een programma een breed publiek aan te spreken, wat mogelijk is door boodschappen op verschillende manieren te verkondigen. De inhoud van de boodschappen draagt bij aan de ontwikkeling van de werkelijkheid, onder andere aan de hand van het bespreken van controversiële onderwerpen waardoor normen en waarden ter discussie worden gesteld. Voor het bekijken van de wijze waarop er over controversiële onderwerpen worden gesproken, is het dus relevant om rekening te houden met de diverse lagen van de boodschap en de meerdere mogelijke betekenissen.

### 2.3. The One Where We All Love Sitcoms

Sitcom staat voor *situation comedy*. Dit houdt in dat in een vaste situatie – bij een familie thuis, op kantoor of binnen een groep vrienden – diverse komische gebeurtenissen plaatsvinden. De sitcom is een onderdeel van het genre komedie (Mills, 2005). Het subgenre kenmerkt zich onder andere door die specifieke setting van personages binnen een vastgestelde situatie, zoals bijvoorbeeld familie, werk, vriendschap. De personages komen steeds samen in diezelfde situatie of omgeving. Dat is veelal de plek waar de komische taferelen zich afspelen. Een voorbeeld hiervan is de sitcom *Scrubs*. Deze serie speelt zich af in het ziekenhuis, *Sacred Heart*, waar zeven werknemers elkaar dagelijks treffen. De hiërarchie tussen de medewerkers is divers en speelt tevens een rol voor de onderlinge relaties. Het gehele medische aspect van de serie heeft een minder hoge prioriteit als bijvoorbeeld bij de dramaserie *Grey's Anatomy* of *Strong Medicine*. De nadruk ligt op algemenere thema's zoals vriendschap en liefde, die met behulp van de komische lading op een grappige manier uitgedragen worden.

Een ander kenmerk van sitcom is de aanwezigheid van publiek in de studio. Tijdens de opnames spelen de acteurs en actrices de scènes voor live publiek. De reacties van het publiek worden gemonteerd in de werkelijke aflevering die wordt uitgezonden. Er wordt dan gesproken van een lachband. De lach van het publiek versterkt de komische gebeurtenis van de scene, waardoor de boodschap waarschijnlijk beter overkomt. *Scrubs* is een voorbeeld van een sitcom waarbij dit kenmerk niet wordt gebruikt, daar worden grappen juist door middel van muzikale ondersteuning geaccentueerd.

Het doel van een sitcom is het vermaken van het publiek (Mills, 2005). Volgens Bielby en Bielby (2004) zorgt dit ervoor dat sitcoms populair zijn, omdat ze een vermakelijk aspect bezitten. Volgens Mills is dit aspect te verzekeren door de 'unexpected punchlines, surprising reversals of fortune, and unexpected farcical developments' (p.15). De onvoorspelbaarheid en de snel opeenvolgende grappen zijn dus onder andere punten waarop het vermaak van de aflevering bepaald wordt. Toch hebben sitcoms vaak ook doorlopende verhaallijnen, waardoor de verschillende afleveringen aan elkaar worden verbonden. Dit is mogelijk afhankelijk van het tijdsbesef waarbinnen een aflevering zich afspeelt. Eén aflevering beslaat namelijk geen lange tijdsperiodes, maar meestal gaat het om enkele dagen. In een aflevering worden komische gebeurtenissen verteld aan de hand van korte verhaaltjes, die aan het eind van de aflevering ook weer afgerond worden. De langere verhalen komen in meerdere afleveringen terug. Op deze manier worden onderlinge relaties duidelijker en personages verder uitgediept. In deze verhaallijnen is meestal meer drama te vinden en ze zijn vaak gerelateerd aan reële situaties. Ondanks dat komedie altijd als het tegenovergestelde van serieus wordt gezien, wordt in een sitcom niet alles grappig bedoeld (Mills, 2005). 'Yet



outside media, humour also has a relationship with seriousness which is symbiotic, but in which seriousness is clearly the dominant appropriate mode' (Mills, 2005, p. 21/22).

Sitcoms kunnen dus zeker serieuze boodschappen vertellen. Ze hebben echter niet als doel sociale veranderingen teweeg te brengen, maar beïnvloeden hun publieken wel op diverse manieren (Mills, 2005). Het genre wordt gebruikt om die veranderingen weer te geven, zoals bijvoorbeeld bij *Will & Grace* het geval is. In deze serie spelen twee homoseksuele personages de hoofdrol. Deze serie geeft dusdanig een betere representatie van alle mensen die zich in de maatschappij bevinden dan andere series. Hierdoor worden geen sociale groepen buiten beschouwing gelaten. Het is echter niet te achterhalen of de aanwezigheid van homoseksuelen in series ervoor heeft gezorgd dat er meer over gesproken wordt, of dat de homoseksuele personages een gevolg zijn van meer erkenning voor de diversiteit aan seksuele geaardheden. Ondanks de invloeden, zoals die van *Will & Grace*, is er niet veel onderzoek gedaan naar sitcoms met betrekking tot de populariteit in relatie met het ter discussie stellen van idealen. Volgens Attalah (2010) is dat vanwege de aanname dat er weinig sociaal belang bij zou zijn of omdat er sprake is van een structureel effect binnen de televisiewetenschappen. '... researchers have well internalized the rules of the institution of television, which itself devotes comparatively little effort to the promotion and product of sitcom, preferring instead to lavish its time and resources on other forms' (Attalah, 2010, p. 17).

Het subgenre sitcom wordt gezien als een ondergeschoven kindje en wordt niet genoeg onderzocht. Toch wordt het publiek middels diverse manieren beïnvloed door de inhoud van televisie, dus ook door de inhoud van sitcoms. Daarbij heeft een televisieserie, zoals een sitcom, een lange looptijd, waardoor de frequentie waarmee de serie bekeken wordt hoger is dan bijvoorbeeld bij een film. Hierdoor is het aannemelijk dat de beïnvloeding van de verkondigde boodschappen eerder plaatsvindt. De boodschappen die in sitcoms worden verkondigd zijn op hun beurt weer beïnvloed door sociale trends (Mills, 2005).

De boodschappen in een sitcom worden vaak herhaald. Een onderwerp kan in meerdere scenes worden uitgespeeld, met diverse grappen worden aangeduid en zelfs later in een serie nogmaals terugkomen. Daarnaast kan de herhaling van boodschappen tevens plaatsvinden tijdens het opnieuw uitzenden van de afleveringen, zoals bij populaire series als *Everybody loves Raymond*, *Seinfeld* en *That '70s Show*. Hierdoor worden boodschappen ook meerdere keren bekeken. Zoals Lisa Kudrow, de actrice die de rol van Phoebe Buffay speelt in *Friends*, zegt: 'Je kunt er uithalen wat je wil. En als je over vijf jaar de herhaling ziet, haal je er waarschijnlijk weer iets anders uit' (Wild, 1995, p. 150)

Door deze vele herhalingen is het onveranderde format van sitcom herkenbaar geworden. Het format bevat onder andere de duur van een aflevering, die rond de twintig minuten ligt. Een ander punt van herkenning is te vinden in de manier waarop er wordt

gesproken in de series. Het is reeds benoemd dat een sitcom zich kenmerkt door de grappen. Door deze grappen heeft het genre sitcom een eigen kenmerkende wijze van communiceren ontwikkeld. In een dramaserie of een tekenfilm wordt bijvoorbeeld anders gecommuniceerd dan in een sitcom. Het discours, zoals onder andere de wijze waarop er wordt gesproken en de woorden die worden gebruikt, van een sitcom bevat als belangrijk kenmerk de grappen. Deze volgen elkaar in rap tempo op, lopen in elkaar over en geven ook nog informatie om de scène te begrijpen.

De sitcom is dus een subgenre dat behoort tot het genre komedie. Deze vorm van fictie kenmerkt zich door de specifieke situatie waar de personages elke aflevering terugkeren en waar komische taferelen zich afspelen. Ondanks de humor is er in een sitcom wel degelijk ruimte voor een serieus aspect. Dit komt onder andere doordat er met de inhoud van de verhalen in sitcoms wordt ingespeeld op ontwikkelingen in de maatschappij. Dit sociaal belang moet ingezien en geaccepteerd worden en daarom dient er meer onderzoek te worden gedaan naar de inhoud van de mediaboodschappen in sitcoms met betrekking tot de sociale wetenschappen.

### 2.3.1. *The One with Too Many Jokes*

Het belangrijkste kenmerk van een sitcom zijn de vele grappen die erin voorkomen. In één scene komen meerdere grappen voor. Het komische aspect van een sitcom zit vooral in het gebruiken van veel grappen en het herhalen van sommigen. Eén grap is slechts een klein onderdeel van het genre, maar zeker niet irrelevant. Elke grap dient namelijk aanwezig te zijn om de scene te complementeren. Volgens Fiske (1987) is een grap een ‘collision of discourses’ (p. 87). Deze botsing heeft als doel een komisch effect te realiseren. De informatie die nodig is voor het begrijpen van een grap wordt dusdanig tactisch opgebouwd om tot de punchline te komen. In onderstaand voorbeeld is geprobeerd die opbouw weer te geven aan de hand van een willekeurig gekozen grap.

Vandaag ging ik even <u>lekker</u> een broodje halen bij de SubWay.	→ <i>situatieschets</i>
Kom ik <u>nog geen</u> 10 minuten later terug, staat een agent een bon uit te schrijven.	→ <i>tijdsbesef</i>
Dus ik zeg “Meneer agent, dat gaat zomaar niet”.	→ <i>herkenning</i>
Dus ik begin te schelden tegen die agent, geeft die me <u>gewoon nog</u> een bon.	→ <i>sympathie</i>
Na een tijdje schelden besef ik me dat het geen zin heeft...	→ <i>laatste stap tot clue</i>
Ik geeft het op en loop door naar mijn <u>eigen</u> auto om de hoek.	→ <i>punchline</i>
(Bron: <a href="http://www.onlinegrappen.nl">www.onlinegrappen.nl</a> )	

De punchline is de laatste toevoeging om de grap te volbrengen en af te maken. Vaak leidt de punchline tot een komisch effect – de lach van het publiek – maar het is ook mogelijk dat de grap niet aankomt. Wanneer dit het geval is, wordt het alsnog een grap genoemd (Mills, 2005). De intentie om met een goede punchline een grap te beëindigen is het belangrijkste.

Uiteraard is de inhoud en het effect niet geheel irrelevant en is het gewenste doel toch altijd de reactie van het publiek.

Naast de punchline die de grap uitluidt zijn er ook jablines. Jablines zijn onderdeel van de opbouw van de grap en beschikken over belangrijke informatie waarmee de grap wordt aangevuld (Norrick, 2010). Deze informatie zorgt ervoor dat het publiek dusdanig geïnformeerd is en dat de grap ook daadwerkelijk wordt begrepen. Een grap kan ontleed worden in de introductie (waar de grap begint), de jablines (die de grap van informatie voorzien) en de punchline (die de grap beëindigt). Verbale en non-verbale communicatie lijken hierbij beide een belangrijk onderdeel te zijn. Het gaat niet alleen om de taalkundige inhoud, dus wat er precies gezegd wordt, maar tevens over de wijze waarop deze inhoud wordt uitgesproken. De intonatie zorgt er onder andere voor dat bepaalde woorden worden benadrukt of extra kracht worden bijgezet. Hiermee wordt het verhaal verder aangekleed en ontstaat de grap. In het eerder genoemde voorbeeld is aan de hand van het onderstrepen van woorden geprobeerd aan te geven op welke wijze de grap meer jeu krijgt.

Uiteraard is die specifieke communicatie die gerelateerd is aan grappen ook cultuurgebonden, waardoor het mogelijk is dat grappen niet helemaal of helemaal niet begrepen worden. Het discours waarbinnen een grap is ontwikkeld, heeft een culturele, geografische en historische oorsprong (Mills, 2005). Het is dus onder andere afhankelijk van de afkomst van de grappenmaker en van het publiek zelf om een grap te begrijpen. Er kan bijvoorbeeld over Britse humor worden gezegd dat het gekenmerkt wordt door droge zelfspot. Dit wordt niet binnen elke cultuur als grappig gezien. Een grap kan dus niet universeel worden genoemd, omdat culturele achtergronden de culturele grenzen beïnvloeden, die met een grap vaak opgezocht worden (Kuipers, 2006).

Desondanks is er bij populaire sitcoms vaak sprake van distributies over de hele wereld. Dit betreft voornamelijk Amerikaanse sitcoms, waarmee het succes wellicht te verklaren valt aan de hand van culturele globalisering. De uitwisseling en vermenging van culturen naar aanleiding van groeiende relaties tussen landen, zorgt voor een toename van onderling begrip (Croteau, Hoynes en Milan, 2012). Amerika heeft een redelijke dominante positie wat betreft de wereldhandel, zo ook binnen de televisie- en filmindustrie (Bielby & Harrington, 2005). Doordat de westerse cultuur zich zodoende aanzienlijk over de wereld verspreidt is het mogelijk dat zelfs grappen als internationaal handelswaar kunnen fungeren. Dit neemt uiteraard niet weg dat de cultuur van het publiek belangrijk is voor het begrijpen van een grap.

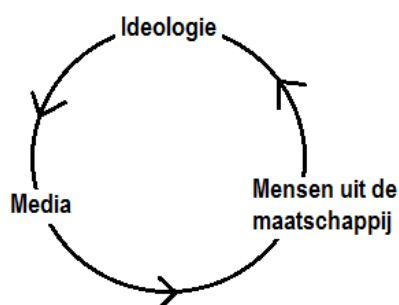
Bij een grap is taal dus van groot belang. De goede opbouw van een grap leidt echter niet altijd tot een komisch effect. Desalniettemin wordt er gesproken over een grap. De verbale en non-verbale communicatie die benut wordt bij een grap is verbonden aan culturele,

geografische en historische bronnen. Hierdoor wordt een grap niet overal op de wereld geestig gevonden. Toch is het mogelijk dat populaire sitcoms, voornamelijk Amerikaanse, internationaal succesvol zijn, wat wellicht herleid kan worden naar culturele globalisering.

#### 2.4. The One Where We Put it All Together

Voor het onderzoek naar de wijze waarop er gesproken wordt over controversiële onderwerpen in sitcoms wordt er aangenomen dat er sprake is van beïnvloeding door middel van de mediaboodschappen die in televisieprogramma's worden verkondigd. Volgens Gerbner is er sprake van een actieve rol van televisie in de betekenisgeving van de sociale en culturele omgeving van het publiek (Fiske & Hartley, 1978). Deze persoonlijke ontwikkeling is volgens Gerbner afhankelijk van de mate waarin er televisie wordt gekeken (Poecke, 1979). Er wordt echter uitgegaan van *audience agency*, waarbij het publiek zelf besluit welke informatie geloofwaardig wordt bevonden en wordt gebruikt voor de ontwikkeling van de persoonlijke visie.

Het is echter een interessante cirkelbeweging tussen die persoonlijke ontwikkeling en de dominante ideologie. De vorming van de ideologie wordt bepaald door de mensen uit de maatschappij. Daarnaast wordt deze ideologie verkondigd in mediaboodschappen en verzorgt zo de beïnvloeding van de individuele ontwikkeling. Ondertussen is de cirkel weer rond, omdat het individu onderdeel is van de maatschappij die aan de hand van ongeschreven regels vormgeeft aan de ideologie. Moraliteit is voor veel mensen uit de maatschappij dus herkenbaar in de mediaboodschappen. Via verhalen worden de moralen verteld, waardoor het publiek door identificatie met de personages of de situaties een herkenning beleeft. Hierdoor is het mogelijk dat het fictieve verhaal als voorbeeld fungeert voor de wijze waarop er in bepaalde situaties moet worden gehandeld.



Figuur 2. Cirkel van beïnvloeding

Het uitdragen van deze verhalen gebeurt onder andere via de televisie, dat een steeds populairder medium is geworden. Via dit populaire massamedium wordt een breed publiek bereikt. Met behulp van verschillende lagen in mediaboodschappen wordt ervoor gezorgd dat dit brede publiek tevens de boodschap herkent en begrijpt. Om een groot publiek daadwerkelijk te bereiken dient een programma gemakkelijk te zijn. De sitcom is een genre die hier ruimschoots aan voldoet. Een sitcom kenmerkt zich door de vele grappen die erin worden gemaakt. Desondanks is er ook een serieus aspect te bespeuren in het genre. Doordat een sitcom een weerspiegeling biedt van de sociale veranderingen in de maatschappij (Mills, 2005) is er wel degelijk sprake van een sociaal belang. Dit belang werd eerder niet ingezien en dat heeft er onder andere toegeleid dat er relatief weinig onderzoek is gedaan naar sitcoms (Attalah, 2010). Het is dus relevant dat er meer onderzoek wordt gedaan met betrekking tot het bediscussiëren van idealen binnen populaire cultuur, zoals bijvoorbeeld naar de wijze waarop er in sitcoms wordt gesproken over controversiële onderwerpen.

### 3. The One Where We Became Friends

Er is dus meer onderzoek nodig naar de inhoud van sitcoms met betrekking tot het bediscussiëren van idealen. Dit genre is erg populair en goed bekeken. De mediaboodschappen die de inhoud verzorgen zijn relevant voor de beïnvloeding van het publiek. Hiervoor is het belangrijk meer inzicht te bieden op de wijze waarop die boodschappen gebracht worden en daarvoor is meer onderzoek noodzakelijk. Voor dit onderzoek is gekozen voor de sitcom *Friends*. Het is echter essentieel te verklaren waarom juist deze sitcom een goede partij is voor het onderzoek. Daarom wordt de sitcom in dit hoofdstuk verder toegelicht. Hiervoor worden niet alleen de personages en het concept besproken, maar eveneens de populariteit van de serie en de eerdere onderzoeken naar het programma.

#### 3.1. The One Where We Explain the Concept

Vanaf 22 september 1994 was sitcom *Friends* van NBC (National Broadcasting Company), een Amerikaanse commerciële omroep, wekelijks op de televisie te volgen in de Verenigde Staten. Na tien seizoenen hebben de producenten Marta Kauffman en David Crane besloten ermee te stoppen, ongeacht of de acteurs er mee door hadden willen gaan. In alle seizoenen draait het om zes vrienden uit New York, die deels samenleven en samen diverse situaties meemaken, overwinnen en doorstaan. De drijfveer in alle situaties, of deze nu komisch of meer serieus van aard is, is de vriendschappelijke relatie tussen de personages. Vriendschap is de kern van het programma en wordt binnen diverse verhaallijnen vormgegeven. Deze vriendschappen worden verder vormgegeven door de doorlopende verhaallijnen in bijvoorbeeld familiale relaties, liefdesrelaties en in vriendschappelijke steun tijdens moeilijke beslissingen. Daarnaast worden de vriendschappen ook uitgespeeld met ruzies over verraad of geld, waar naderhand een oplossing voor wordt gezocht en de vriendschappelijke band wordt versterkt. De algemene strekking die steeds terugkeert is dat vrienden er voor elkaar zijn en steun bieden wanneer de ander dat nodig heeft. Het idee voor een dergelijk programma ontstond doordat de producenten Kauffman en Crane dachten aan het moment toen ze zelf net afgestudeerd waren en de toekomst één groot vraagteken was (2004, 'Friends' creator share show's beginnings, [www.nbcnews.com](http://www.nbcnews.com), bezocht op 11 maart 2013). Zoals Matthew Perry, die Chandler Bing speelt in de serie, aangeeft, gaat *Friends* over mensen die een bepaald punt in hun leven hebben bereikt waarop ze moeten gaan beslissen wat ze met hun leven gaan doen (Wild, 1995). Dit zorgde voor een interessant concept, omdat een dergelijk moment door meerdere mensen herkent zou worden. '... we [proberen] in de verhalen die we vertellen emotionele zaken te verwerken waarmee iedereen

zich kan identificeren', aldus Marta Kauffman (Wild, 1995, p. 26). Het idee werd gepitcht bij NBC en dat was een groot succes. De pilot mocht geproduceerd worden en de acteurs werden gecast.

### 3.2. The One Where We Meet Every Friend

Elk personage zal kort besproken worden om een beter beeld te krijgen van de inhoud van de serie en om de uiteindelijke resultaten begrijpelijk te maken. Voor de analyse zal er worden gerefereerd aan de hoofdpersonages en omdat het materiaal afkomstig is uit alle tien de seizoenen, zijn er meerdere verhaallijnen beschreven. Om het toch te kunnen volgen, wanneer de serie niet volledig bekend is zullen per personage de woon- en werksituatie en de familie- en liefdesrelaties worden genoemd. De informatie die is gebruikt om de personages te omschrijven is afkomstig uit de serie zelf.

#### 3.2.1. The One with Chandler Bing

Het personage Chandler Bing wordt gespeeld door Matthew Perry.

Chandler woont samen met Joey in hetzelfde gebouw als Monica en Rachel. Hij is werkzaam bij een multi-national op de afdeling *statistical analysis and data reconfiguration*. Dit is niet zijn favoriete dagelijkse bezigheid en daarom neemt hij uiteindelijk ontslag om in de reclamewereld te gaan werken. Hij komt uit een interessant gezin. Zijn



moeder is schrijfster van erotische boeken en zijn vader treedt op als drag queen in een show in Las Vegas. Zijn ouders zijn gescheiden toen Chandler nog jong was en hij verklaart zelf dat hij daardoor sarcastische grappen is gaan maken. Elke ongemakkelijke stilte wordt doorbroken door een grap. Dit is een terugkerende eigenschap van Chandler en wordt zelfs in een seizoen afgestraft wanneer het zijn goede voornemen is om geen grappen meer te maken ten kosten van anderen. Daarnaast is Chandler bekend om zijn ongelukkige acties met vrouwen. Zijn knipperlichtrelatie met Janice Litman is hier een goed voorbeeld van. Uiteindelijk ontstaat er een liefdesrelatie tussen Chandler en Monica. Zij trouwen uiteindelijk en proberen een gezin te stichten.

#### 3.2.2. The One with Phoebe Buffay



Het personage Phoebe Buffay wordt vertolkt door Lisa Kudrow. Phoebe is een eigenzinnig persoon met een goed hart. Ze is wellicht wat naïef te noemen, maar is zeker niet dom. In het begin van de series woont ze bij haar oma. In een aflevering met flashbacks is te zien dat ze daarvoor bij Monica woonde. Na het overlijden van haar oma blijft ze in het

appartement wonen, met een korte onderbreking als ze samen gaat wonen met Gary. Ze woont een tijdje samen met Rachel, nadat Monica en Chandler zijn gaan samenwonen in het appartement van Monica. Tijdens de serie is ze een masseuse en daarnaast een (slechte) zangeres die haar eigen nummers schrijft en begeleidt op de gitaar. Nadat haar moeder zelfmoord pleegde, leefde ze een tijd lang in de straten van New York waar ze leerde te overleven. Ze heeft een tweelingzus waar ze weinig tot geen contact mee heeft. Op gegeven moment is ze op zoek naar haar biologische vader (Frank), die ze uiteindelijk vindt samen met haar halfbroertje (Frank Jr.) en haar biologische moeder (Phoebe). Phoebe heeft nooit echt een serieuze relatie gehad, behalve met David, die haar verlaat voor een wetenschappelijk onderzoek in Minsk. Wanneer David terugkomt krijgen ze weer een relatie, maar uiteindelijk besluit ze toch te trouwen met Mike Hannigan.

### 3.2.3. *The One with Monica Geller*

Courtney Cox speelt het personage Monica Geller, ondanks dat ze eigenlijk gecast werd voor de rol van Rachel Green. Er wordt aan Monica gerefereerd door de andere personages als de moeder van de groep, 'the glue that holds everyone together'. Ze woont samen met Rachel in het oude appartement van haar oma, waar ze later gaat samenwonen met Chandler. Ze is een chef-kok van verschillende restaurants. Monica is perfectionistisch, competitief en ze heeft een obsessie voor schoonmaken. Ze is het zusje van Ross en zij hebben een hechte band. Vroeger had Monica te kampen met overgewicht, waar ze nog altijd tegen vecht. Ze heeft gedurende de eerste seizoenen wisselende relaties, maar krijgt uiteindelijk een serieuze relatie met de eenentwintig jaar oudere Richard Burke. Hij is ondanks het leeftijdsverschil stapelgek op Monica. Ze gaan uiteindelijk toch uitelkaar omdat hij geen kinderen wil en Monica wel. Als zij later met Chandler kinderen wil, is ze er dan ook kapot van als dat niet lukt. Uiteindelijk adopteren ze een tweeling en kunnen ze zo toch een gezin stichten.



### 3.2.4. *The One with Ross Geller*



Ross Geller wordt gespreeld door David Schwimmer. Ross woont altijd alleen op verschillende plekken. Tot hij tegenover het appartement van Monica komt te wonen en Rachel zwanger is van hem, dan besluiten ze samen te wonen zodat hij niets mist van zijn kind. Hij werkt als paleontoloog in een museum en gaat later ook les geven op de universiteit. Over zijn "saaie" beroep worden vaak grappen gemaakt, evenals over zijn vele scheidingen. Ross is de oudere broer van Monica en wordt door hun



ouders altijd opgehemeld, terwijl Monica niets goed kan doen in de ogen van haar moeder. In het begin is hij net gescheiden van Carol, omdat zij erachter komt dat ze eigenlijk lesbisch is. Na de scheiding blijkt Carol zwanger te zijn van hun zoon Ben. Daarna trouwt hij nog met de Engelse Emily, waarvan het huwelijk stuk loopt omdat zij denkt dat Ross nog gevoelens heeft voor Rachel. Met Rachel heeft hij gedurende de hele serie een knipperlichtrelatie. Hij is al sinds *highschool* verliefd op haar en het lijkt alsof die liefde altijd aanwezig is als hun wegen weer kruisen. Zij trouwen uiteindelijk in Las Vegas als ze heel erg dronken zijn en er de volgende ochtend ook niets meer van weten. Deze derde scheiding is het gevolg van een misverstand, omdat Ross eigenlijk wel verliefd is op Rachel, maar zij op dat moment niet verliefd is. Toch komen ze op een moment weer samen voor één nacht en raakt Rachel zwanger. Ze krijgen een dochter Emma en voeden haar op zonder bij elkaar te zijn. Aan het eind van het laatste seizoen komen ze uiteindelijk voorgoed (?) samen.

### 3.2.5. *The One with Rachel Green*

Jennifer Aniston is officieel gecast voor de rol van Monica Geller, maar wist de producenten ervan te overtuigen dat ze beter geschikt was voor de rol van Rachel Green. Rachel is een jeugdvriendin van Monica en zoekt haar op voor hulp als ze besluit niet te trouwen met Barry. Ze woont een hele tijd samen met Monica wanneer ze het verwende leventje achter zich laat en voor zichzelf gaat zorgen. Later woont ze samen met Phoebe, Joey en tijdens haar zwangerschap woont ze bij Ross. Ze werkt als bediende in het koffiehuis Central Perk waar de vrienden heel vaak samen komen. Dit werk doet ze erg slecht en ze besluit dat ze iets anders wil. Ze begint haar carrière in de mode, eerst als *dresser* en dan werkt ze zichzelf omhoog en wordt hoofd van de inkoopafdeling. Als ze in het laatste seizoen een baan aangeboden krijgt in Parijs, besluit ze te vertrekken, wat ze op het laatste moment (als ze al in het vliegtuig zit) toch besluit niet te doen. De ouders van Rachel besluiten op een gegeven moment uit elkaar te gaan, wat zij helemaal niet verwacht. Met haar twee zussen heeft ze geen sterke band. Rachel heeft veel verschillende relaties, waaronder een relatie met een klant, haar assistent en Joey. De lange knipperlichtrelatie met Ross doet haar uiteindelijk besluiten niet naar Parijs te gaan en samen met Ross voor hun dochter te zorgen.



### 3.2.6. *The One with Joey Tribbiani*



Matt Le Blanc vertolkt de rol van Joseph “Joey” Tribbiani. Joey woont samen met Chandler aan de overkant van het appartement van Monica en Rachel. Uiteindelijk woont hij daar samen met Rachel. Hij is een acteur die eigenlijk in alle seizoenen bezig is om door te breken. Een kort succes in *Days of our lives* mocht niet baten en zorgt ervoor dat Joey auditie na auditie doet en elk acteurbaantje aanpakt. Joey komt uit een gezin met zeven zussen. Als hij erachter komt dat zijn vader een minnares heeft, probeert hij de relatie van zijn ouders te repareren, ondanks dat Joey zelf veel vrouwen verslindt. Zijn bekendste versiertruc is de openingszin: “How you doin’?”. Hij is een echte womanizer, maar is eigenlijk op zoek naar echte liefde. Joey is een goede vriend en heeft zijn vrienden hoog zitten, net als eten. Als Italiaan is Joey groot liefhebber van lekker eten en kan hij ook geen eten delen. Dit wordt zelfs een keer benoemd in een scene waarin hij geen eten wil delen met Emma, de dochter van Rachel. Naarmate de seizoenen vorderen krijgt Joey steeds serieuzere relaties, totdat hij uiteindelijk verliefd wordt op Rachel. Zij beantwoordt zijn liefde op dat moment niet. Als Rachel later toch gevoelens voor Joey ontwikkelt, proberen ze een liefdesrelatie te beginnen, maar dat mag niet baten. Ze zijn beide van mening dat hun vriendschap te sterk is en de (vriendschappelijke) relatie met Ross alles nog ingewikkelder maakt.

### 3.3. *The One with the Popularity*

De personages en daarmee de verhaallijnen en relaties binnen de sitcom *Friends* zijn verduidelijkt, maar dit verklaart niet waarom specifiek deze sitcom geschikt is voor het onderzoek. Er zijn diverse succesvolle sitcoms, maar waarom is er gekozen voor *Friends*? De serie is een fenomeen dat cultureel veel invloed heeft gehad op diverse samenlevingen over de hele wereld (Kim, 1995, zoals genoemd door Tagliamonte & Roberts, 2005). De zes verschillende personages zorgen voor een breed scala aan persoonlijke kenmerken, ongemakkelijke situaties of lastige dilemma’s waarmee het publiek zich kan identificeren. Daarnaast hebben de haardracht van Rachel Green net als de versiertruc van Joey Tribbiani veel mensen geïnspireerd. Dit werd veelal via fansites besproken en verspreid. Deze vele fansites<sup>2</sup>, die in de tijd dat de serie draaide actief waren, worden nog steeds vollop geupdate en gebruikt. Zo wordt er bijvoorbeeld bijgehouden met welke projecten de acteurs en actrices op dit moment bezig zijn, wordt er gespeculeerd of er mogelijk een reünie zal komen waar alle *Friends* weer samen te zien zullen zijn en verder worden er constant herinneringen opgehaald. Deze herinneringen referen vaak aan de spraakmakende momenten van de

<sup>2</sup> zoals [www.Friendsfan.net](http://www.Friendsfan.net), [www.Friendsfansite.info](http://www.Friendsfansite.info), [www.fanpop.com/clubs/Friends](http://www.fanpop.com/clubs/Friends), [www.liveisabox.com/Friends](http://www.liveisabox.com/Friends)

show, zoals er op de Facebookpagina van *Friends* nog maandelijks berichten worden geplaatst waarin diverse scenes opnieuw worden aangehaald. Verder worden er op die sites nog steeds merchandise-artikelen aangeboden, die ook elke keer opnieuw vernieuwen. Nieuwe technologieën zorgen ervoor dat de serie steeds opnieuw onder de aandacht wordt gebracht. Zo zijn alle seizoenen opnieuw verschenen op Blu-Ray, waardoor de afleveringen in een betere beeld- en geluidskwaliteit te zien zijn.

Daarnaast is de serie uitermate goed bekeken. Volgens Tagliamonte en Roberts (2005) keken er in de Verenigde Staten gemiddeld 23,6 miljoen mensen per aflevering en is de laatste aflevering op de dag dat deze voor de eerste keer werd uitgezonden door 52,5 miljoen mensen bekeken. Dit laatste plaatst de sitcom in het rijtje van de best bekeken laatste afleveringen samen met *M\*A\*S\*H*, *Cheers* en *Seinfeld*.

Terwijl de afleveringen van de laatste seizoenen nog in de maak waren, werden de eerste seizoenen al over de wereld gedistribueerd. De sitcom werd onder andere uitgezonden in landen als Engeland, Nederland, Australië en Zweden. Hier bleef het succes van *Friends* niet onopgemerkt. Naast de vele prijzen die de sitcom won op de thuisbasis Amerika, werden er ook vele prijzen gewonnen in het buitenland<sup>3</sup>. De gewonnen prijzen refereren niet alleen aan de cast zelf, ook de schrijvers en make-upartisten en bekende gastspelers, zoals Bruce Willis, Brad Pitt, Reese Witherspoon en Christina Applegate wonnen verschillende prijzen. Vele prijzen zijn uitgereikt door deskundige jury's, maar daarnaast wint de sitcom ook People's Choice, Teens Choice en Kid's Choice Awards<sup>4</sup>. Deze prijzen worden door stemmen van het publiek toegewezen. Hieronder een opsomming van de statistische aantallen.

**Tabel 3. Prijzen en nominaties *Friends***

Totaal aantal Amerikaanse prijzen	47
Totaal aantal buitenlandse prijzen	11
Totaal aantal nominaties	158 <sup>5</sup>

### 3.4. The One with Previous Research

Ondanks dat de keuze voor de sitcom verduidelijkt is, dient er nog gepeild te worden in hoeverre er al onderzoek naar de sitcom is gedaan en waar de focus ligt van die onderzoeken. Er zijn uiteraard verschillende onderzoeken naar *Friends* gedaan. Zo is er door

<sup>3</sup> De Engelse BAFTA, de Nederlandse Zilveren TeleVizier-Tulp, De Australische Logie en de Zweedse Aftonbladet TV Prize ([www.imdb.com](http://www.imdb.com), bezocht op 11 maart 2013)

<sup>4</sup> [www.imdb.com](http://www.imdb.com), bezocht op 11 maart 2013

<sup>5</sup> [www.imdb.com](http://www.imdb.com), bezocht op 27 mei 2013

Chiou en Lee (2007) onderzoek gedaan naar de cross-culturele, communicatieve verschillen onder de kijkers van *Friends* uit Amerika, Japan en Taiwan. Dit is gedaan aan de hand van een inhoudsanalyse van de discussieforums van de verschillende landen. Met dit onderzoek wordt bekeken in hoeverre er sprake is van globalisering door middel van culturele invasie via buitenlandse televisieprogramma's. Dit verklaart de keuze voor de landen, omdat de sitcom Amerikaans is en Japan en Taiwan een oosterse cultuur hanteren. Uit het onderzoek blijkt dat er wel degelijk sprake is van globalisering en dat het sneller gebeurt dan wordt beweerd.

Verder keek Tiljander (2007) naar de non-verbale communicatie in *Friends* en het verschil tussen mannen en vrouwen met betrekking tot lichaamstaal. Aan de hand van observaties is er gekeken in hoeverre er sprake is van een gestereotypeerde sekseverschil in lichaamstaal met de nadruk op de positie van de benen. Het blijkt dat de positie van de benen inderdaad te refereren is aan de *gender role*<sup>6</sup> die personages uitdragen. Desondanks staat de positie van de benen vrijwel niet in relatie met de emotie van het gesprek die in de rest van de lichaamstaal beter is af te lezen.

Een ander onderzoek is meer gericht op de *intensifiers* in de sitcom en in hoeverre deze overeenkomt met het gebruik van *intensifiers* in een normaal gesprek. Een *intensifier* is het woord in de zin waar extra nadruk opgelegd wordt. Dit gebeurt in het Amerikaans Engels vaak, zowel in gesprekken die in het dagelijkse leven worden gevoerd, als in geregiseerde dialogen in televisieseries. Het onderzoek van Tagliamonte en Roberts (2005) wijst uit dat het taalgebruik op de televisie een reflectie is van de gesprekken in het dagelijks leven met betrekking tot de vorm, de frequentie en het patroon van het gebruik van *intensifiers*. Zij roepen tevens op voor meer onderzoek binnen de sociolinguïstiek.

Dat is waar dit onderzoek zich op zal richten, namelijk het discours dat wordt toegepast bij het bespreken van controversiële onderwerpen in sitcoms. Hiermee wordt er gericht op de verbale communicatie. De teksten die gebruikt zijn in de gesprekken over controversiële onderwerpen geven inzicht in de mogelijke kenmerken van het discours in die gesprekken binnen de sitcom *Friends*. Dat zorgt voor verduidelijking op welke wijze de normen, waarden en idealen ter discussie worden gesteld in die serie. Zoals Courtney Cox antwoordt op de vraag of zij wel eens over iemand heeft gehoord die geschokt raakte door iets in de serie: 'Ik heb vrienden in Alabama die wat geschokt waren toen de vrouw van Ross wegliep voor een andere vrouw. Ik zei ze: "Zijn jullie gek? Jullie burens maken waarschijnlijk precies hetzelfde mee" ... Ik denk dat we met de werkelijkheid werken. De onderwerpen zijn zo echt' (p. 147, Wild, 1995). Deze culturele invloed en de populariteit hebben er samen met een sterke persoonlijke interesse voor gezorgd dat de sitcom *Friends* is gekozen als case-

---

<sup>6</sup> 'The learning and performing of the socially accepted characteristics for a given sex' (p. 391 Macionis & Plummer, 2012)

study voor het onderzoek. De verdere invulling voor het onderzoek zal in het volgende hoofdstuk nader worden toegelicht aan de hand van de onderzoeksmethoden.

## 4. The One with the Big 'HOW'

Na het bespreken van alle fundamentele perspectieven, concepten en de case-study die gebruikt wordt, is het van belang toe te lichten op welke wijze het onderzoek gedaan zal worden. Het blijkt dat er meer onderzoek nodig is naar sitcoms met betrekking tot het bediscussiëren van idealen en normen en waarden, om het maatschappelijke belang van het genre te waarborgen. Dit biedt echter een breed scala aan onderzoeksmogelijkheden, waardoor specificering noodzakelijk is. Tijdens het bespreken van het genre sitcom en de bijbehorende kenmerken, zoals grappen werd duidelijk dat taal een relevant aspect is voor het uitdragen van mediaboodschappen. In dit hoofdstuk zal worden toegelicht welke onderzoeksmethode zal worden toegepast in de analyse en welke onderzoeksvragen daarmee beantwoord zullen worden.

### 4.1. The One with the Special Discourse

Binnen het onderzoek zal de focus liggen op taal. In hoofdstuk 2 is al duidelijk gemaakt dat taal een relevant aspect is met betrekking tot sitcoms en vooral de vele grappen die hierin voorkomen. Bij een grap wordt er gespeeld met tekst, woorden en zinnen, om een komische effect te creëren. Hierdoor is het mogelijk om grappen tevens als een manier van communiceren te bekijken (Kuipers, 2006). In de wetenschap zijn er verschillende disciplines die focussen op taal, omdat het de meest voorkomende wijze is waarop er gecommuniceerd wordt. Of dit nu gebeurt in de politieke wereld, door juristen of op televisie, taal is een relevante wijze van communicatie. Binnen de wetenschap zijn er meerdere definities te vinden van discours en discours analyse, waar taal centraal ligt.

**Tabel 4. Definities van discours**

	Discours
Devereux (2007)	Discours is een taal of representatiesysteem dat sociologisch ontwikkeld is om betekenis te geven en deze betekenissen over te kunnen brengen (p. 101).
Foucault (Macionis & Plummer, 2012)	Discours is een belichaming van ideeën en taal die vaak wordt ondersteund vanuit een instituut (p. 593).
Gilbert (2008)	Discours refereert aan de verbale interactie en geschreven taal.
Tonkiss (1998)	Discours is een talensysteem waarin terminologieën en specifieke kennis zijn opgenomen.

**Tabel 5. Definities van discours analyse**

	Discours analyse
Devereux (2007)	Bij discours analyse wordt er specifiek naar tekst gekeken. Dit kan

	geschreven en gesproken tekst inhouden, maar tevens visuele kenmerken, zoals non-verbale communicatie en geluid zoals het volume of tempo.
Macionis & Plummer (2012)	Een discours analyse is wetenschap geanalyseerd als een tekst.
Phillips & Hardy (2002)	Een discours analyse is een 'interrelated set of texts, and the practices of their production, dissemination, and reception, that brings an object into being.' (p. 3)

Dit fenomeen is door verschillende sociologen, zoals Gramsci, Fairclough en Foucault, onderzocht. Foucault (zoals genoemd door Macionis & Plummer, 2012) stelt dat discourses de belichaming van ideeën en taal zijn, die gelingeerd zijn aan diverse instituten. Deze instituten hebben hun eigen taal. Een voorbeeld hiervan is de analyse gerelateerd aan de medische wereld. Binnen deze branche wordt een medisch discours gebruikt. Dit bevat woorden en termen die binnen de branche veel gebruikt worden en door iedereen herkend. Het is echter mogelijk dat binnen dit medisch discours tevens sprake is van een onderverdeling. Wanneer er namelijk wordt gekeken naar de verticale en horizontale hiërarchieën zal daar verschil in termen worden gevonden. Op de afdeling Algemene Chirurgie zullen andere termen de prioriteit hebben dan bij de afdeling Dermatologie (horizontaal). Daarnaast zullen administratieve medewerkers uit een ziekenhuis ook andere woorden hanteren dan chirurgen of verpleegkundigen (verticaal). Al met al is dit een van de analyses van Foucault waarmee het fenomeen discours wordt beschreven. Foucault (1971) geeft aan dat er verschillende systemen zijn om controle uit te oefenen op een discours en het geheel af te bakenen. Het is natuurlijk mogelijk dat er sprake is van overlap tussen de diverse discourses binnen de medische wereld en zelfs bij zorginstellingen.

Bij het toepassen van een discours analyse zijn er dus ook diverse methoden. Volgens Phillips en Hardy (2002) wordt er bijvoorbeeld door middel van discours analyse gekeken naar de relatie tussen discours en de realiteit. Met behulp van een bepaald discours wordt er namelijk betekenis gegeven aan de werkelijkheid, dus in hoeverre bestaat er een realiteit zonder discours? Geen discours betekent geen betekenisgeving, waardoor er wellicht geen werkelijkheid geconstrueerd kan worden. Met woorden, zinnen en teksten worden er dan verbanden gelegd, waarmee fenomenen een betekenis krijgen. Om verder te specificeren hoe de analyse uitgevoerd gaat worden is het belangrijk om onderscheid te maken tussen tekst en context (Phillips & Hardy, 2002). In het onderzoek ligt de nadruk op de wijze waarop er in sitcom met behulp van tekst betekenis wordt geven aan controversiële onderwerpen, waardoor de context interpreteerbaar wordt. Volgens Phillips en Hardy (2002) valt dit soort onderzoek onder *Interpretive Structuralism*. Hierbij ligt de focus op de sociale context en de discours die dit ondersteunt (Phillips & Hardy, 2002). De verdere invulling van het onderzoek zal worden besproken in 4.3.2. waarin alle stappen van het onderzoek worden

doorlopen voor een overzichtelijk beeld van de analyse. Hiervoor is het nodig te bespreken welke vragen er met behulp van die analyse dienen te worden beantwoord.

#### 4.2. The One with All the Questions

Met het onderzoek zal er antwoord worden gegeven op de onderzoeksvragen die in deze paragraaf zullen worden toegelicht. Uit voorgaande informatie is al gebleken dat het onderzoek zich richt op de wijze waarop er in de sitcom gesproken wordt over controversiële onderwerpen. Dit heeft geleid tot de specifieke onderzoeksvraag; *Welk discours is kenmerkend voor het bespreken van controversiële onderwerpen in de sitcom Friends?* Het beantwoorden van deze onderzoeksvraag zal eenvoudiger worden gemaakt wanneer de vraag wordt onderverdeeld in deelvragen.

Voor de deelvragen is het gesprek waarin het controversiële onderwerp wordt besproken opgedeeld in verschillende facetten. Allereerst de introductie, wat staat voor het begin van het gesprek waarbij het onderwerp wordt aangesneden. Dit is een relevant onderdeel omdat hiermee de aandacht van het publiek naar het onderwerp getrokken wordt. Daarna volgt het gesprek zelf, waarin er sprake is van een over en weer reageren op elkaar betreffende het onderwerp. Uiteindelijk wordt het gesprek afgesloten en hiermee eindigt het bespreken van het onderwerp. Deze afsluiting is het laatste wat er over het onderwerp gezegd wordt en bepaalt wat het publiek bijblijft. De vierde deelvraag is gericht op een kenmerk van sitcom dat al uit de theorie is gebleken, namelijk grappen. De onderzoeksvraag is immers welk discours kenmerkend is en de theorie zegt dat dit grappen zijn. Het is daarom relevant om te kijken in hoeverre grappen daadwerkelijk een functie bekleden tijdens het bespreken van controversiële onderwerpen. Dan wordt er in de laatste deelvraag gekeken naar de standpunten die aan de hand van de facetten van het gesprek worden uitgedragen.

**Tabel 6. Deelvragen**

Deelvragen	
<b>Deelvraag 1.</b>	Op welke wijze wordt een controversieel onderwerp geïntroduceerd?
<b>Deelvraag 2.</b>	Hoe wordt er op elkaar gereageerd in de gesprekken over een controversieel onderwerp?
<b>Deelvraag 3.</b>	Op welke wijze wordt het gesprek over een controversieel onderwerp beëindigd?
<b>Deelvraag 4.</b>	Welke rol bekleden grappen tijdens het bespreken van controversiële onderwerpen?
<b>Deelvraag 5.</b>	Welke standpunt(en) word(t)(en) er uitgedragen in de gesprekken over controversiële onderwerpen?

De invulling van de analyse aan de hand van de onderzoeksvragen laat zien dat er voornamelijk wordt gefocust op de daadwerkelijke gesproken tekst, die voor de analyse is



uitgeschreven in transcripten. Zoals eerder is uitgelegd zijn er meerdere mogelijkheden binnen een discours analyse qua onderzoeksmethoden. Er is echter voor dit onderzoek gekozen de nadruk te leggen op de tekst. Hiermee wordt er dieper ingegaan op de specifieke uitspraken die worden gedaan met betrekking tot de controversiële onderwerpen. Middels deze diepgang kan er worden gekeken welk specifiek discours er wordt gehanteerd. Hierdoor wordt dus een duidelijk onderscheid gemaakt tussen tekst en context en worden de definities van Devereux (2007) gehanteerd. Discours wordt gezien als taal die sociologisch ontwikkeld is om betekenis te kunnen geven en bij een analyse hiervan wordt er specifiek naar tekst gekeken (Devereux, 2007), met binnen dit onderzoek de focus louter op de gesproken tekst.

### 4.3. The One Where We Take it Step by Step

In deze paragraaf zal worden besproken hoe de analyse er precies uit gaat zien. Dit gebeurt om stap voor stap door te nemen welke fases er doorlopen zullen worden voor volledige transparantie van het onderzoek. Hierdoor wordt het mogelijk gemaakt zo efficiënt mogelijk de analyse te volbrengen en daadwerkelijk te analyseren wat er beoogd wordt, om een hoge validiteit te waarborgen.

#### 4.3.1. *The One with the Material*

De data bestaan uit diverse afleveringen afkomstig uit de complete serie *Friends*, van 1994 tot 2004. Deze zijn geselecteerd op basis van de omschrijving van de aflevering. Wanneer in deze omschrijving een controversieel onderwerp voorkomt, valt deze aflevering binnen de selectie. Onder een controversieel onderwerp wordt een onderwerp gerekend waar sprake is van een controverse. Een controverse is een ideologische strijd (Van Dale, 1992). Voor het onderzoek betreft het dus onderwerpen waar verschillende meningen over bestaan, zoals bijvoorbeeld homoseksualiteit, scheiden of draagmoederschap. Deze onderwerpen zijn veelal in tegenspraak met een ideaal beeld. Dit beeld zou bijvoorbeeld kunnen zijn dat een man en een vrouw trouwen, kinderen krijgen en voor altijd samen blijven. Dit idee is in tegenspraak met de drie eerder genoemde voorbeelden van controversiele onderwerpen. Binnen het materiaal is er zodoende gelet op dit soort tegenstrijdigheden in de omschrijvingen van de afleveringen. Hieronder is een voorbeeld opgenomen van de omschrijving van de tweede aflevering in het eerste seizoen.

#### **S1E2. The One with the Sonogram at the End**

Ross komt erachter dat zijn lesbische ex-vrouw en haar vriendin in verwachting zijn van zijn kind!

In andere omschrijvingen is wellicht niet even gemakkelijk de controverse te herkennen als in

dit voorbeeld. Hiervoor is gebruik gemaakt van de persoonlijke kennis over de sitcom. Deze kennis heeft ervoor gezorgd dat de omschrijving voldoende informatie bood om de controversie toch te herkennen, zoals in het volgende voorbeeld.

#### **S4E11. The One with Phoebe's Uterus**

Phoebe's halfbroer Frank Jr. doet een verbazingwekkende aankondiging en tevens een verzoek aan Phoebe.

In dit geval zorgen de titel, de omschrijving en de kennis over de sitcom dat in deze afleveringen een controversieel onderwerp wordt besproken. Het verzoek van Frank Jr. is namelijk in hoeverre Phoebe bereid is als draagmoeder te fungeren voor zijn kinderen.

Sommige onderwerpen, zoals het draagmoederschap van Phoebe, worden over meerdere afleveringen uitgespreid en dan is er gekozen om maar één of twee afleveringen te selecteren. Binnen deze keuze valt sowieso de aflevering waarbinnen het onderwerp wordt geïntroduceerd. Dit heeft ertoe geleid dat er twintig afleveringen geselecteerd zijn. De duur van één aflevering is twintig minuten, daarmee komt het totaal aan analyse materiaal op 400 minuten. De geselecteerde afleveringen zijn terug te vinden in de bijlagen. De gehele aflevering wordt in de data opgenomen, ondanks dat er wellicht minder scènes aan het onderwerp zijn toegewijd. Het is mogelijk dat er in de andere scènes alsnog wordt gesproken over het onderwerp en dit dient niet over het hoofd te worden gezien. De analyse wordt gedaan aan de hand van de transcripten van de afleveringen, deze zijn afkomstig van <http://www.friendstranscripts.tk/> en op mogelijke fouten gecontroleerd. Uit de twintig geselecteerde afleveringen zijn in de analyse 82 gesprekken gefilterd, waarin een controversieel onderwerp wordt besproken. In sommige gevallen is de scène waarin het gesprek plaatsvindt opgeknipt, desondanks loopt het gesprek door en wordt het onderwerp niet steeds opnieuw geïntroduceerd. In dit geval wordt de opgeknipte scène als één gesprek gezien. Ook is het tegenovergestelde af en toe het geval. Dan is er sprake van één lange scène die achter elkaar doorloopt, maar wordt het controversiële onderwerp meerdere malen in nieuwe gesprekken geïntroduceerd. Deze gesprekken in dezelfde scène worden los van elkaar meegeteld.

#### **4.3.2. The One Where We Take All the Steps**

Bij dit onderzoek is er sprake van een kwalitatieve methode, dat betekent dat de focus ligt op de kwaliteit en wordt het materiaal dus grondig geanalyseerd. Hiervoor worden diverse stappen doorlopen om tot de kern van de data te komen en de onderzoeksvraag in alle volledigheid te kunnen beantwoorden. De stappen die er in het onderzoek zullen worden doorlopen zijn gebaseerd op de *Grounded Theory Approach*, waarvan Strauss en Glaser de grondleggers zijn (Bryman, 2008). Volgens Bryman (2008) zijn bij deze methode de data verzameling, de analyse, de theorie nauw met elkaar verbonden. Tijdens de gehele analyse wordt er tussen deze drie onderdelen teruggekoppeld in hoeverre alles nog in verhouding

met elkaar staat.

De analyse zal worden uitgevoerd aan de hand van vijf stappen. Om te beginnen is het noodzakelijk de relevante data te extraheren van de transcripten. Alle afleveringen zullen worden doorlopen om de gesprekken over controversiële onderwerpen eruit te halen. Dit gebeurt aan de hand van de verschillende facetten die corresponderen met de deelvragen, namelijk: - de introductie, de reacties, de afsluiting, de grappen en de zienswijze. Waarna het irrelevante materiaal uit de data wordt verwijderd. Dit bakent het te onderzoeken materiaal verder af om het overzicht te bewaren en verwarring te voorkomen. Daarna zal er worden begonnen aan de eerste fase van de *Grounded Theory Approach*, namelijk het open coderen. Aan de eerder afgebakende teksten worden nu codes toegekend. Op deze manier wordt de data gecodeerd aan de hand van categorieën die uit de data zelf worden gehaald. De teksten worden op deze manier opgedeeld in kleinere onderdelen die geïdentificeerd worden door onderlinge vergelijkingen (Corbin & Strauss, 1990). Wanneer dit gedaan is zal het axial coderen beginnen. Alle codes worden dan met elkaar vergeleken. Volgens Boeije (2002) biedt zo'n constante vergelijking een grondige analyse waarin de data onderling herhaaldelijk met elkaar vergeleken wordt. Wanneer alles met elkaar vergeleken is, kan er worden gekeken naar overeenkomsten of verschillen. Binnen de *Grounded Theory Approach* betreft het selectieve coderen (Corbin & Strauss, 1990). Er wordt nu doelgericht gezocht naar opvallende overeenkomsten of verschillen die iets zeggen over de data. Om alle bevindingen een betekenis te geven zal een terugkoppeling plaatsvinden naar de theorie, waarmee uiteindelijk een antwoord kan worden gegeven op de onderzoeksvraag. Dan zal het bekend zijn welk discours kenmerkend is voor het bespreken van controversiële onderwerpen in de sitcom *Friends*.

Om de analyse overzichtelijk weer te geven, staan de stappen opnieuw vermeld in het volgende stappenplan.

**Tabel 7. Stappenplan**

Stappenplan	
<b>Stap 1.</b>	Het gehele materiaal wordt voor de eerste keer doorlopen, om de gesprekken over controversiële onderwerpen te herkennen. Hierbij worden de introductie, de relevante reacties, de afsluiting, de bijbehorende grappen en de mogelijke standpunt(en) over het onderwerp herkend en gemarkeerd. De irrelevante scènes worden uit de data verwijderd.
<b>Stap 2.</b>	Het gereduceerde materiaal met alle relevante scènes en gesprekken worden voor de tweede keer doorlopen. Dit is de <i>open coderingsfase</i> en alle onderdelen worden voorzien van codes.
<b>Stap 3.</b>	Na de open codering wordt de <i>axial coderingsfase</i> uitgevoerd. Hierin worden de codes met elkaar vergeleken in de diverse facetten van de gesprekken, die corresponderen met de deelvragen: - Introductie, - Reacties, - Afsluiting, - Grappen. Daarna worden de mogelijke standpunten uit de contexten geïnterpreteerd.
<b>Stap 4.</b>	Deze vergelijkingen vinden constant plaats binnen de facetten en daarna wordt er gekeken naar

**Stap 5.**

opvallende overeenkomsten of verschillen.

Om betekenis te geven aan de gevonden codes en de vergelijkingen met eventuele overeenkomsten of verschillen wordt er een terugkoppeling gemaakt aan de theorie.

## 5. The One with the Big Revelations

Het is inmiddels duidelijk dat voor dit onderzoek aangenomen is dat televisie een belangrijke rol speelt in het overbrengen van boodschappen. De inhoud van de televisieprogramma's beïnvloeden de kijk op de wereld van het publiek, doordat deze sociaal geconstrueerd is. Door middel van sociale interactie via communicatiestromen worden ideeën, perspectieven en idealen met elkaar gedeeld waardoor een visie tot stand komt. Op deze manier wordt er door individuen betekenis gegeven aan hun eigen werkelijkheid en besluiten ze onder andere wat goed en slecht is. Eén van die communicatiestromen wordt dus via de televisie bewerkstelligd en in alle genres van televisieprogramma's zijn onderliggende boodschappen verborgen. Zo ook het genre sitcom, waar tot op heden weinig onderzoek naar gedaan is, vanwege de veronderstelling dat het genre geen maatschappelijk belang behartigt. Om deze redenen is er onderzoek gedaan naar het kenmerkend discours tijdens de gesprekken over controversiële onderwerpen in de sitcom *Friends*. Er is gekeken naar de wijze waarop die controversiële onderwerpen bespreekbaar zijn gemaakt in de serie.

In dit hoofdstuk wordt hier nader op in gegaan aan de hand van het bespreken van de resultaten. Deze resultaten worden besproken aan de hand van de onderzoeksvragen, die tevens beantwoord dienen te worden. Deze vragen corresponderen met de diverse facetten uit de gesprekken over controversiële onderwerpen. Zoals eerder al genoemd, zijn de gesprekken opgedeeld in diverse onderdelen om het gehele gesprek nauwkeurig onder de loep te nemen. Allereerst wordt de laatste deelvraag besproken waarin de verschillende controversiële onderwerpen met bijbehorende verhaallijnen en uitgedragen standpunten aan bod komen. Deze volgorde heeft te maken met het weergeven van een duidelijk overzicht van alle onderwerpen. Hierna zal aan de hand van de andere deelvragen worden besproken hoe de verschillende facetten dienst doen aan het uitdragen van die standpunten. Deze facetten zijn de introductie, het gesprek, de afsluiting en de grappen. Voorbeelden uit de data worden gebruikt om inzicht te geven hoe de resultaten tot stand zijn gekomen. Hierbij wordt dus één enkele zin of stuk scène uitgelicht om verder toe te lichten hoe het discours zorgt voor de interpretatie van een uitgedragen standpunt.

### 5.1. The One with the Clear Messages

In de serie *Friends* worden diverse controversiële onderwerpen besproken, die uit de afgebakende gesprekken zijn gefilterd. Aan de hand van de corresponderende verhaallijnen worden tevens verschillende standpunten uitgedragen over die onderwerpen. Aan elk onderwerp is in ieder geval één verhaallijn verbonden. Sommige onderwerpen worden meerdere keren in de gehele serie besproken in diverse verhaallijnen. Daarnaast wordt elk

onderwerp, elk verhaallijn in minstens één gesprek besproken. In bijna alle gevallen zijn er meerdere gesprekken waarin de standpunten worden uitgedragen. Deze standpunten kunnen tussen de personages verschillen, maar het is tevens mogelijk dat ze in overeenstemming zijn. De onderwerpen worden in de volgende subparagrafen in willekeurige volgorde besproken om antwoord te kunnen geven op de deelvraag; *Welke standpunt(en) word(t)(en) er uitgedragen in de gesprekken over controversiële onderwerpen?*

### 5.1.1. *The One with All the Money*

Uit de analyse is gebleken dat het onderwerp geld en in het bijzonder het verschil in salarissen een gevoelig onderwerp is. Dit onderwerp wordt in twee aparte verhaallijnen besproken. Als eerste betreft het een conflict tussen twee “kampen”. De vrienden raken verdeeld door de hoogte van hun salarissen en op die manier ook het te spenderen geld. Rachel, Phoebe en Joey verdienen aanzienlijk minder dan Ross, Chandler en Monica. Het bespreken van het onderwerp begint bij Rachel, die aftast in hoeverre de andere minder bedeeden hetzelfde idee hebben over haar dilemma. Op deze manier wordt er steun bij elkaar gezocht en bespreken ze wat ze moeten doen. Rachel, Phoebe en Joey concluderen dat er door de anderen geen rekening wordt gehouden met hun te spenderen budget. Toch komen ze tot het besluit dat ze er niets over zullen zeggen, omdat ze hun vriendschap met de anderen niet in gevaar willen brengen.

**PHOEBE:** Yes, yes, and it's, and we always have to go to, you know, someplace nice, you know? God, and it's not like we can say anything about it, 'cause, like this birthday thing, it's for Ross. (S2E5)

Dit standpunt wordt onder andere met de bovenstaande zin verwoord. Phoebe zegt dat er altijd (*'always'*) naar een chique aangelegenheid (*'someplace nice'*) uitgeweken moet (*'have to'*) worden wanneer ze met z'n allen een uitje maken. Dit duidt erop dat er geen rekening wordt gehouden met het te spenderen budget van de drie minder bedeelde vrienden. Desondanks wordt er stellig aangegeven dat ze niets kunnen zeggen (*'it's not like we can say anything'*) over hun dilemma, omdat ze hun vriendschap boven hun eigen financiële budget plaatsen (*'for Ross'*).

Op gegeven moment is het onvermijdelijk dat er over het gelddilemma gesproken wordt. Joey benoemt voorzichtig wat het probleem is. Dit reflecteert de schaamte over zijn financiële budget en daarbij ook de gevoeligheid van het onderwerp an sich. Ross, Chandler en Monica geven aan open te staan voor het bespreken van het dilemma van de anderen. Zij nemen hetzelfde standpunt in zonder het standpunt van de anderen te vragen.

**ROSS:** No, look, hey, it's my birthday, and the important thing is that we all be together. (S2E5)

Ross geeft aan dat hij het belangrijk (*'important thing'*) vindt dat ze allemaal samen zijn (*'we all be together'*). Hiermee lijkt iedereen het standpunt te delen en lijkt het dilemma uitgesproken.

Als Ross, Chandler en Monica een kostbaar uitje cadeau doen aan de anderen schiet dit bij hun in het verkeerde keelgat. Rachel, Phoebe en Joey voelen zich beledigd, omdat hiermee hun lage uitgave budget wordt bevestigd. Door deze nieuwe aanvaring tussen de personages laait de discussie opnieuw op. Nadat Monica probeert vast te houden aan het standpunt dat ze samen moeten zijn, verandert Rachel dat punt naar het niet altijd alles samen te hoeven doen.

**RACHEL:** What? Come on, you do what you want to do. Do we always have to do everything together? (S2E5)

Rachel verwoordt met bovenstaande zin het nieuwe standpunt. Het is niet noodzakelijk (*'have to'*) om altijd (*'always'*) alles (*'everything'*) samen (*'together'*) te doen. Hiermee wordt de verdeling in de twee "kampen" bevestigd en aangesterkt. Vriendschap wordt op dit moment ingedeeld aan de hand van wat iemand te spenderen heeft.

Na de discussie zijn alle zes vrienden weer samen en proberen ze elkaar weer terug te brengen tot het eerste standpunt dat vriendschap belangrijker is dan geld.

**PHOEBE:** We just have to really, really, really, not let stuff like money get--is that a hickey? (S2E5)

Phoebe probeert aan te geven dat geld geen (*'not'*) rol mag spelen. Door het herhalen van woorden (*'really, really, really'*) legt ze extra nadruk op de ernst van haar boodschap. Deze wordt echter afgezwakt, omdat ze zichzelf onderbreekt. Door deze onderbreking blijft het dilemma bestaan en wordt de discussie hervat. Geld blijft een rol spelen. Er wordt een nieuw standpunt ingenomen door Ross, Chandler en Monica waarin het plezier dat geld met zich meebrengt wordt benadrukt. Zij vinden dat ze zich niet hoeven te schamen voor hun hogere spenderingsbudget. De discussie wordt onderbroken door het ontslag van Monica. Dit ontslag symboliseert het terugdringen van haar spenderingsbudget. Het dilemma wordt losgelaten en iedereen troost Monica. Hiermee wordt het eerdere standpunt opnieuw uitgedragen, namelijk dat vriendschap belangrijker is dan geld. In de rest van de serie wordt hier niet meer over gesproken, ondanks dat de scheve verdelingen in salarissen blijft bestaan. Dit stelt dat er aan het standpunt van het belang van vriendschap wordt vastgehouden.

Een andere verhaallijn waarin het financiëringsplaatje van de vrienden wordt weergegeven, is wanneer Chandler en Monica geldproblemen hebben. Zij komen tot de conclusie dat ze meer geld uitgeven dan dat ze ontvangen. Ondanks dat Chandler geen vergoeding krijgt voor de stage die hij doet, vindt Monica het belangrijker dat hij iets doet dat hij leuk vindt.

**MONICA:** Oh, But you're finally doing something that you love! I can't ask you to give that up (S9E16)

Met deze uitspraak wordt uitgedragen dat het belangrijk is dat werk een leuke ('love') bezigheid moet zijn. Indien daarmee het uitgavebudget verandert, is dat de moeite waard ('can't... give that up'). Chandler en Monica zoeken apart van elkaar hulp bij Joey. Dit is gezien de vorige verhaallijn een interessante ontwikkeling, omdat Joey toen weinig verdiende en Chandler en Monica meer geld te besteden hadden. Er wordt benoemd dat het er over nagedacht moet worden wanneer het om geld uitlenen gaat. Hiermee wordt een vertrouwensband weergegeven tussen Monica en Joey en Chandler en Joey. Het liegen van Chandler en Monica tegen elkaar over hun lening zorgt voor een opeenstapeling van leugens, die uiteindelijk uitkomen. Hiermee wordt indirect toegespeeld op de aanname dat liegen geen goede oplossing is en dat het altijd weer uitkomt. Meer over het onderwerp liegen zal worden besproken in de subparagraaf 5.1.11.

Het algemene standpunt betreffende het onderwerp geld luidt dat geldproblemen of dilemma's die om geld gaan beter verzwegen kunnen worden. In bezit zijn van veel geld wordt namelijk gekoppeld aan een hoge status, wat correspondeert met een grote economische welvaart. Vandaar dat geldzaken veelal verzwegen worden. Wanneer er wel over gesproken wordt, is het mogelijk dat gesprekspartners gekwetst of beledigd worden. Het is namelijk beschamend om een laag bestedingsbudget toe te geven en het vermelden van een hoog bestedingsbudget kan als opscheppen overkomen. In de serie worden de geldissues oppervlakkig besproken en daarna achter het belang van vriendschap en eerlijkheid verscholen. Hierdoor wordt er geen concrete uitspraak gedaan over het bespreekbaar maken van persoonlijke bestedingsbudgetten.

### 5.1.2. *The One Where We Get a Divorce*

Het onderwerp scheiden komt meerdere malen terug in de gehele serie. Het personage Ross zorgt voor drie verhaallijnen, omdat hij in totaal drie keer scheidt. Als eerste wordt hij verlaten door Carol, vanwege haar verborgen homoseksualiteit. Deze scheiding valt hem zwaar, omdat hij niet gescheiden wilt zijn en al helemaal niet op zijn leeftijd.

**ROSS:** I don't want to be single, okay? I just... I just- I just wanna be married again! (S1E1)

**ROSS:** I'm divorced! I'm only 26 and I'm divorced! (S1E1)

Hij draagt het standpunt uit waarin hij benadrukt dat het erg is om gescheiden te zijn en vooral wanneer je jong bent. Hij wil niet ('don't') vrijgezel zijn en vraagt hierbij tevens bevestiging bij de andere vrienden ('okay'). In beide zinnen gebruikt Ross herhalingen om extra nadruk te leggen op zijn standpunt ('I just... I just-I just' en 'I'm divorced... I'm divorced'). Dit standpunt houdt in dat hij zichzelf te jong vindt ('only 26') om gescheiden te



zijn, waarmee hij aangeeft dat scheiden iets is voor ouderen.

Ross is later in de serie kort getrouwd met de Britse Emily, waardoor de teller op drie huwelijken staat als hij in een dronken bui in Las Vegas trouwt met Rachel. Ross en Rachel hebben geen intentie om getrouwd te blijven en willen hun huwelijk nietig verklaren. Ross haakt af omdat hij het beschamend vindt dat dit zijn derde huwelijk is dat niet werkt (*'another failed marriage'*).

**ROSS:** Look, all I know is I-I can't have another failed marriage! (S6E2)

Ross benadrukt dat het gaat om de mislukkingen van zijn huwelijken. Daarmee legt hij het probleem bij zichzelf, terwijl de verborgen geaardheid van zijn eerste vrouw niet aan hem ligt. Zijn standpunt over scheiden en de opvatting dat meerdere scheidingen niet kunnen, wordt bevestigd door zijn scheidingsadvocaat. Hij zegt dat het erg ongewoon is dat hij zoveel werk heeft aan één cliënt.

Phoebe probeert Ross uiteindelijk ervan te overtuigen dat het niet erg is om meerdere keren gescheiden te zijn. Haar standpunt benadrukt vooral dat het absurd (*'ridiculous'*) is dat Ross denkt dat zijn leven voorbij is met drie scheidingen. Ze benadrukt zijn positieve kanten die ze afzet tegen de drie stomme scheidingen (*'three stupid divorces'*). Ze noemt drie kwaliteiten van Ross (*'cute and smart and sweet'*), terwijl ze de drie scheidingen samen neemt. Hierdoor ontstaat er een disbalans tussen goed en "slecht", waarin het goede wint van het slechte.

**PHOEBE:** Ross, you're being ridiculous! Okay? You are cute and smart and sweet and that is much more important than three stupid divorces! (S6E2)

Het algemene standpunt dat wordt uitgedragen over het onderwerp bevat vooral de essentie dat meerdere keren scheiden ongewoon is. Dit refereert aan een traditioneel standpunt waarin trouwen wordt gezien als een eenmalige verbinding voor het leven tussen man en vrouw. Maatschappelijke ontwikkelingen hebben echter voor de mogelijkheid gezorgd deze verbintenis te ontbinden. Hierdoor is het in de moderne realiteit niet vreemd om huwelijken die niet werken of ongewenst zijn te beëindigen. Doordat het onderwerp gedurende de gehele serie met één en hetzelfde personage wordt uitgespeeld wordt het standpunt versterkt. Ross raakt geïsoleerd in zijn dilemma doordat hij er zwaar aan tilt, er vaak over gesproken wordt en er grappen over worden gemaakt.

### 5.1.3. *The One with Homosexuality*

In de serie komen diverse momenten voor waarop er aandacht wordt besteed aan homoseksualiteit. In de allereerste aflevering, in de eerste scène wordt verteld dat Ross gaat

scheiden, omdat zijn voormalige vrouw lesbisch blijkt te zijn. Bij het omschrijven van zijn ex-vrouw, Carol, worden vooral stereotyperende kenmerken genoemd.

**ROSS:** This was Carol's favorite beer. She always drank it out of the can, I should have known. (S1E1)

Ross geeft aan dat omdat Carol haar bier uit blik dronk (*'out off the can'*), hij had moeten weten (*'should have known'*) dat zij lesbisch was. Een dergelijke veronderstelling wordt tevens gedaan in de tweede verhaallijn, als er aan Chandler's seksuele geaardheid wordt getwijfeld. Hij probeert te achterhalen waar die twijfels bij anderen vandaan komen, maar komt er niet achter. Als hij aan Phoebe en Rachel vraagt of het aan zijn haar ligt, bevestigen zij dit (*'homosexual hair'*).

**PHOEBE:** Yeah, you have homosexual hair. (S1E8)

Deze veronderstellingen zijn redelijk absurd, omdat het betekent dat elke vrouw die bier uit blik drinkt lesbisch is en men aan het haar van iemand de seksuele geaardheid kan aflezen. Met behulp van deze grappen wordt het standpunt uitgedragen dat seksuele geaardheid niet aan bepaalde uiterlijke kenmerken of bepaald gedrag kan worden herkend.

Bij de verhaallijn van Chandler en zijn twijfels, benoemt hij zelf in geen van de gevallen letterlijk dat mensen denken dat hij homo is. Hij omschrijft het telkens op een andere manier, zonder het daadwerkelijk te benoemen. Hiermee wordt de controversie extra benadrukt, omdat het een reflectie is van het verzwijgen van homoseksualiteit in de maatschappij. Aan de hand van Chandlers vragen om de reden van de twijfels te achterhalen, wordt er nadruk gelegd op zijn onzekerheid, omdat hij niet weet wat hij met de informatie moet. Hij geeft aan dat hij niet homoseksueel is, maar wil wel achterhalen welke kenmerken van hem ervoor zorgen dat mensen dat denken. Hiermee spot hij ook met het idee dat dit soort kenmerken daadwerkelijk bestaan.

Ondanks dat Chandler hetero is, bemoedigt Ross hem door te stellen dat het niet erg is dat hij homo is.

**ROSS:** I love you man. And listen, man, if you wanna be gay, be gay. Doesn't matter to me. (S1E8)

Ross zijn uitdrukking begint met het benoemen van zijn liefde voor Chandler (*'I love you'*). Dit is minder gebruikelijk tussen twee hetero mannen, vooral wanneer één eventueel homoseksueel blijkt te zijn. Daarentegen zegt Ross dat het hem niet uit maakt (*'doesn't matter'*) als Chandler homo wil zijn (*'wanna be gay'*). Deze zin lijkt bemoedigend, maar het is apart dat ervan uit wordt gegaan dat iemand homo zou willen zijn. Dit insinueert dat iemand zijn seksuele geaardheid kan kiezen.

Deze laatste insinuatie zorgt voor een fluctuerend standpunt over homoseksualiteit in de serie. Er worden stereotyperende kenmerken gebruikt, waardoor deze worden bevestigd. De grappige wijze waarop deze kenmerken worden geuit, zorgt echter voor het afzwakken van die bevestiging. Hierdoor kan worden gesteld dat er geen specifieke kenmerken te koppelen zijn aan seksuele geaardheid, waarmee de vrijheid van seksualiteit wordt weergegeven. Die vrijheid krijgt extra nadruk, doordat er letterlijk benoemt wordt dat het niet erg is om homoseksueel te zijn. De fluctuatie zit echter in de wijze waarop deze letterlijke bewoording wordt uitgedragen. Er wordt namelijk geïmpliceerd dat iemand zelf kan kiezen voor zijn of haar seksuele geaardheid. Dit zou betekenen dat ieder individu hier zelf invloed op uit kan oefenen. Dit is één van meerdere visies over homoseksualiteit. Andere visies insinueren bijvoorbeeld dat het een ziekte is of het genetisch bepaald is. In de serie wordt het onderwerp besproken zonder een stellig standpunt uit te dragen.

#### 5.1.4. *The One Where There's a Surrogate*

Het onderwerp draagmoederschap wordt in de serie uitgedragen in de verhaallijn met Phoebe en haar halfbroertje Frank Jr. Hij kan met zijn kersverse vrouw Alice geen kinderen krijgen en vraagt aan Phoebe of zij als draagmoeder wil fungeren. Ondanks dat ze haar vragen om er goed over na te denken is Phoebe meteen enthousiast. Als ze dit aan de andere vrienden vertelt, reageren deze geschrokken. Phoebe is teleurgesteld omdat haar vrienden haar niet steunen in haar beslissing.

**JOEY:** No, Pheeb, listen, if you decide to do this, we'll be supportive like crazy. (S4E11)

**MONICA:** We just want you to think it through. (S4E11)

Joey stelt haar op haar gemak door aan te geven dat iedereen haar zeker zal steunen (*'supportive like crazy'*). Door de aanvulling 'like crazy' legt hij extra nadruk op de hoeveelheid steun die iedereen zal bieden. Monica legt daarbij uit waarom ze niet allemaal meteen enthousiast reageren en dat ze er alleen (*'just'*) voor willen zorgen dat Phoebe er goed over nadent (*'think it through'*). Hiermee nemen de vrienden een duidelijk standpunt in, waar het belangrijk is een vriend te steunen, maar tevens goed te adviseren.

Phoebe luistert naar haar vrienden en laat zich adviseren door haar biologische moeder. Uiteindelijk maakt Phoebe een weloverwogen besluit en is zich bewust (*'I know'*) van de consequenties. Haar standpunt verwoordt ze dan ook duidelijk.

**PHOEBE:** I know it's gonna be like a million times harder to give up a baby but, oh my God, it's gonna feel like a million times better, right? I wanna do this. (S4E11)

Ondanks dat het een moeilijke beslissing (*'hard[er]'*) is om te nemen, zal het een goed gevoel (*'feel good [better]'*) geven om de kinderen van haar halfbroertje te baren. De andere

scènes zijn vooral gericht op de informatieve kant van het draagmoederschap, waarmee de focus ligt op de hoge kosten en de lage slagingskans van IVF.

De beslissing voor draagmoederschap betreft altijd twee partijen, het stel dat geen kinderen kan krijgen en de draagmoeder. In de serie is er sprake van een familieband tussen de partijen, waardoor een irreëel beeld ontstaat. De situatie wordt hierdoor optimistischer benaderd dan wanneer er geen band tussen de partijen is. Ondanks dit specifieke perspectief draagt het onderwerp bij aan de weergave van de moderne realiteit waarin kinderloze stellen de mogelijkheid hebben hun kinderwens te vervullen met behulp van draagmoeders.

### 5.1.5. *The One with Fertility*

Chandler en Monica proberen kinderen te krijgen. Als dit na een jaar nog niet is gelukt, besluiten ze vruchtbaarheidstesten te laten doen. Chandler wil dit liever niet doen, omdat hij zich er voor schaamt. Monica probeert hem gerust te stellen door uit te leggen waarom ze die testen gaan doen.

**MONICA:** Honey, we've been trying to have a baby for over a year. I think it's a good idea to find out if everything's ok. Just a few routine tests. (S9E21)

Monica benadrukt het feit dat ze al een tijd (*'for over a year'*) proberen om kinderen te krijgen. De geruststelling wordt vooral bewoord door 'just', omdat het aangeeft dat het 'gewoon, enkel, alleen maar' om geroutineerde testen gaat. Deze testen zijn dus geheel gebruikelijk (*'routine'*) en niet om je voor te schamen. Het geruststellen gaat door wanneer Monica en Chandler in de vruchtbaarheidskliniek zitten te wachten tot ze geholpen worden.

**MONICA:** I know this is embarrassing, but nobody cares! No one here even knows you! (S9E21)

Monica bevestigt dat het inderdaad beschamend is (*'I know'* en *'embarrassing'*), maar benadrukt dat niemand hun daar kent (*'no one here even knows you'*). Hiermee geeft ze aan dat een ziekenhuis of kliniek veelal een vorm van anonimiteit waarborgt. Dit resulteert in het standpunt dat zij uitdraagt dat het ondanks de schaamte een goede beslissing is om de testen te doen.

Als er dan iemand, Janice, de kliniek in komt die ze beiden kennen, ontstaat er een ongemakkelijke situatie. Dit zorgt niet alleen voor een vorm van plaatsvervangende schaamte, maar het laat ook zien dat het gebruikelijk is. Janice zit in hetzelfde schuitje als Monica en Chandler. Ze bevindt zich in een vruchtbaarheidskliniek en komt bekenden tegen. De luchtigheid waarmee Janice over de plotselinge ontmoeting heen praat, laat zien dat zij de gangbaarheid van de testen geaccepteerd heeft. Het wordt dus niet ontkend dat het

beschamend is om de testen te ondergaan, maar de nadruk ligt vooral op het feit dat het heel normaal is. Als de uitslag eenmaal bekend is en Monica en Chandler onvruchtbaar blijken te zijn, wordt er naderhand in de gesprekken waarin vruchtbaarheid centraal staat voornamelijk informatief ingegaan op de overige mogelijkheden.

Met een bezoek aan de vruchbaarheidskliniek wordt geïnsinueerd dat er iets mis is, wat beschamend kan zijn. Hiermee wordt namelijk toegegeven dat onvruchtbaarheid mogelijk is. Mannen zouden hun vruchtbaarheid zien als een bewijs van hun mannelijkheid en de mogelijkheid hun familienaam door te geven. Voor vrouwen zou het krijgen van een kind hun vrouwelijkheid bevestigen. Het zijn onder andere deze aannames die de schaamte mogelijk verklaren. In de serie ligt de focus tijdens het bespreekbaar maken van vruchtbaarheid dan ook op het feit dat het beschamend is. Desondanks wordt er tevens benadrukt dat het tegenwoordig gebruikelijk is om testen te ondergaan wanneer het niet lukt om kinderen te krijgen.

#### 5.1.6. *The One with the Sperm Donor*

Spermadonorschap wordt aan de hand van twee aparte verhaallijnen in de serie onder de aandacht gebracht. In beide verhaallijnen is Monica het betrokken personage. Monica besluit op een moment als ze vrijgezel is dat ze een kind wil met de hulp van een spermadonor. Er wordt niet enthousiast op haar keuze gereageerd en vooral de nadruk gelegd dat bij het stichten van een gezin een vader (*'dad'*) belangrijk (*'forgetin' something*) is.

**ROSS:** Well, aren't you forgetin'something? What, what, what is uh, what is that guy's name? Dad! (S3E3)

Het standpunt dat Ross inneemt wordt door andere vrienden beaamd en verder nog letterlijk benoemd. Er wordt besproken dat het verwekken van kinderen met de hulp van een spermadonor tegen het ideale, het traditionele, het gebruikelijke ingaat.

**MONICA:** What?! Why? Why is this crazy? So this isn't the ideal way to something....  
**ROSS:** (*interrupting her*) Oh, it's not the ideal way... (S3E3)

Monica probeert de rest in te laten zien dat het geen raar idee is (*'why is this crazy'*), ondanks dat het misschien niet de ideale manier is (*'so this isn't the ideal way'*). Ze refereert daarbij aan de traditie dat een gezin bestaat uit een vader, een moeder en kinderen. In haar standpunt geeft ze aan dat een nieuwere, modernere samenstelling van een gezin ook mogelijk is. Ross haakt in op haar uitspraak over de ideale manier om een gezin te stichten en bevestigt zijn standpunt door aan te geven dat het juist geen optie is omdat het niet ideaal is (*'it's not the ideal way...'*), niet zoals het hoort.

Ondanks Monica haar stellige aanname om in haar eentje een gezin te stichten,

wordt ze toch omgepraat. Joey fantaseert (*'always pictured'*) met Monica over een mogelijke vriend voor haar, waarmee ze samen drie kinderen zou krijgen.

**JOEY:** I don't know, I just always pictured you ending up with one of those tall, smart blond guys, name like.. Hoyt. (S3E3)

Monica gaat mee in het fantaseren en bevestigt op die manier dat het traditionele gezin juist hetgeen is wat ze graag wilt. Haar standpunt verandert van een een-ouder-gezin naar het vasthouden aan de traditionele gezinssamenstelling.

De andere verhaallijn betreft Monica opnieuw, wanneer ze getrouwd is met Chandler en ze ontdekken dat ze onvruchtbaar zijn. Hun opties zijn op dat moment draagmoederschap, spermadonorschap of adoptie. Draagmoederschap wilt Monica niet, omdat ze graag zelf zwanger wilt zijn, dus ze exploreren de mogelijkheden voor spermadonorschap. Chandler's standpunt geeft aan dat hij moeite heeft met de anonimiteit die een spermabank waarborgt en er daardoor niets bekend is over de donor. Daarom neemt hij zijn collega Zach mee naar huis voor een ondervraging, omdat hij Zach geschikt acht als spermadonor. Monica ziet er van af, ze wil geen kinderen krijgen met een andere man dan Chandler.

**CHANDLER:** Thank God, because I don't wanna do this either. You know, I was just doing this because I thought that was what you wanted to do. You know, I'm the husband, I'm supposed to... bring the sperm. (S10E9)

Chandler is opgelucht, omdat hij eigenlijk niet van een spermadonor een kind zou willen. Hij handelt (*'I thought'*) vanuit het idee dat hij veronderstelde (*'supposed to'*) dat hij ervoor moest zorgen dat ze kinderen kunnen krijgen. Hij neemt dus het standpunt in dat je als man zorg draagt aan het verwekken van kinderen.

Het is opvallend dat in beide verhaallijnen de procedure niet wordt voortgezet. Er worden geen negatieve perspectieven benadrukt, aangezien alle opties en mogelijkheden worden besproken. Allereerst wordt een feministisch standpunt ingenomen, waarin wordt aangegeven dat een vrouw ook zonder man de keuze kan maken om een kind te krijgen. Een vrouw bepaalt dan zelf over de invulling van haar eigen leven. Dit standpunt wordt echter verworpen door het traditionele standpunt, waarin een man en een vrouw samen besluiten een kind te verwekken. In de serie wordt elke keer opnieuw teruggegrepen naar die traditionele wijze van het stichten van een gezin. Dit gebeurt zelfs wanneer het onmogelijk blijkt te zijn om als man en vrouw samen een kind te verwekken.

### 5.1.7. *The One Where We Adopt*

Zoals in de vorige subparagrafen reeds is genoemd, krijgen Chandler en Monica te kampen met de moeilijke situatie waarin ze beiden onvruchtbaar zijn. Uiteindelijk besluiten ze een baby te adopteren.

**CHANDLER:** Me too. I wanna find a baby that needs a home and I wanna raise it with you... (S9E22)

Chandler verwoordt het standpunt dat het belangrijk is dat er door adoptie voor wordt gezorgd dat kinderen die een thuis nodig hebben (*'needs a home'*) geholpen worden. Dit onderwerp gaat nog een stapje verder in de controverse van een traditionele gezinsformatie, namelijk het belang van de biologische ouders. Met dit standpunt en de verdere uitwerking van het onderwerp in de serie wordt aangegeven dat adoptie, wanneer biologische ouders niet in staat zijn voor hun kind te zorgen, een goede optie is. In de serie wordt er namelijk gekeken vanuit het perspectief van Chandler en Monica, de adoptieouders, en niet vanuit Erica, de biologische moeder.

Het is reeds uit andere onderwerpen gebleken dat Monica een sterke kinderwens heeft. Ze is dan ook vastberaden het intakegesprek voorafgaand aan de adoptie goed te laten verlopen. De verwoording van haar wens (*'gonna get'*) lijkt alsof ze iets gaat kopen bij de supermarkt, waarin haar volhardendheid duidelijk geuit wordt.

**MONICA:** ... I'm gonna get me... A BABY! (S10E9)

Deze sterke drang om een baby te adopteren blijkt ook wanneer Monica bereid is te liegen over wie ze daadwerkelijk is. Door middel van een fout van het adoptiebureau, heeft Erica het idee dat ze een ander stel voor zich heeft. Als Monica de fout niet wil rechtzetten en in de leugen door wilt gaan, stopt Chandler haar en wijst haar op haar fouten.

**CHANDLER:** Monica, I want a baby too, but this woman is giving away her child. She deserves to know who it's going to. (S10E9)

Chandler geeft hiermee het belang aan van de waarheid vertellen. Hij benadrukt dat hij ook (*'too'*) een grote kinderwens heeft. Desondanks staat Erica haar biologische kind af (*'giving away her child'*) en heeft daarom het recht (*'she deserves'*) om te weten naar wie haar kind daadwerkelijk gaat. Meer over liegen en de waarheid vertellen wordt besproken in subparagraaf 5.1.11.

In de serie ontbreekt het perspectief van de biologische moeder. De standpunten over adoptie komen voort uit het perspectief van de adoptieouders. Dit zorgt voor een onvolledige weergave van de realiteit over adoptie. Hierdoor wordt het vervullen van de kinderwens van

de adoptieouders benadrukt. Deze kinderwens wordt herhaaldelijk aangehaald in diverse controversiële onderwerpen. Het is mogelijk dat het belang van een kinderwens afkomstig is uit een sociaal wenselijk perspectief. Hierin wordt het verwekken van kinderen als een vereiste gezien. Los daarvan wordt er tevens aangegeven dat adoptie een positieve mogelijkheid is om kinderen te helpen en te steunen.

### 5.1.8. *The One with the Bastards*

Een ander controversieel onderwerp dat in de serie *Friends* wordt besproken is het opvoeden van bastaard kinderen. Dit zijn kinderen van ouders die niet getrouwd en/of samen zijn. Het is dus tevens in strijd met de traditie, waarin een man en vrouw trouwen, waarna ze kinderen krijgen en deze samen opvoeden. Het onderwerp wordt in twee verhaallijnen uitgespeeld en in beide verhalen speelt Ross een belangrijke rol. Als eerste wordt Ross vader, wanneer zijn lesbische ex-vrouw in verwachting blijkt te zijn. Hij moet erg wennen aan het idee en de situatie, maar realiseert zich dat het niet uitmaakt hoe het loopt, hij wordt vader.

**ROSS:** My way?! You-you think this is my way? Believe me, of all the ways I ever imagined this moment in my life being, this is not my way – y’know what? Uh, um, this is too hard. I’m not, I can’t do- (S10E9)

Ross blijft duidelijk worstelen met de situatie. Hierbij valt op dat de scheiding met Carol en haar zwangerschap daar vlak na veel los maakt bij hem. Tijdens de eerste echo uit hij zijn gevoel. Dit is niet de manier (*‘My way?!’, ‘this is my way?’* en *‘not my way’*) waarop hij zich had voorgesteld (*‘imagined’*) hoe zijn leven zou lopen. Het herhalen van *‘my way’* zorgt voor het benadrukken dat hij zijn toekomst echt anders had voorgesteld. Door de combinatie van *‘too hard’, ‘not’, ‘can’t’,* wordt duidelijk dat Ross het zwaar heeft en moeite heeft met de nieuwe, complexe situatie met zijn zwangere, lesbische ex-vrouw. Hij besluit dat het wellicht beter is als hij niet bij de echo aanwezig is, totdat de hartslag van zijn ongebooren kind hem doet realiseren dat hij overal bij wilt zijn. Het standpunt dat met deze verhaallijn wordt uitgedragen is de mogelijkheid dat dingen afwijken van traditie, zoals de gezinssamenstelling, maar het niet onmogelijk is om ervoor te zorgen dat het werkt.

In de andere verhaallijn is Rachel zwanger van Ross, maar zijn ze niet samen of getrouwd. De vader van Rachel houdt vast aan traditie en het belang van een huwelijk.

**DR. GREEN:** The wedding! There’s going to be a wedding. Young lady, don’t sit there and tell me my first grandchild is going to be a bastard! (*Rachel pauses*) Rachel Karen Green, tell me there is gonna be a wedding!! (S8E8)

Dr. Green verwoordt zijn standpunt zeer duidelijk en legt er extra nadruk op door vaak te herhalen dat hij verwacht dat er een bruiloft komt (*‘there’s going to be a wedding’*).



Daarnaast geeft hij zelfs letterlijk zijn angst aan, namelijk dat als er geen bruiloft komt, zijn eerste kleinkind een bastaard zal zijn (*'to be a bastard'*).

**DR. GREEN:** ... there's gonna be a wedding! ... That's unacceptable Rachel! What the hell does love have to do with it anyway?! There are more important things in a marriage other than love! ... (S8E8)

Op een ander moment gaat Dr. Green nog stellig door in het doordrukken van zijn standpunt, waarbij hij nog toevoegt dat een huwelijk niet alleen om liefde draait (*'more important things than love'*). Zijn standpunt wordt op deze manier extra nadruk gegeven dat het niet te accepteren (*'unacceptable'*) is dat Rachel kiest om niet te trouwen (*'there's gonna be a wedding'*).

Hiermee wordt een contrast weergegeven tussen een traditioneel ideaalbeeld en moderne realiteit, waarin Rachel kiest voor co-ouderschap<sup>7</sup>. Ross heeft namelijk aangeboden te trouwen en samen hun kind op te voeden. Het is echter Rachel die de keuze maakt hier niet in mee te gaan, omdat ze niet verliefd is op Ross (*'we are definitely not getting back together'*). Over deze keuze wordt verder geen oordeel geveld.

Wederom vormt het traditionele ideaalbeeld van het gezin de basis van deze controverse; een man en vrouw trouwen, waarna zij kinderen verwekken. Het tegenovergestelde hiervan wordt geuit in het feministisch standpunt, waarin vrijwillig wordt gekozen voor het opvoeden van een buitenechtelijk kind. Dit refereert aan de moderne realiteit waarin ouderschappen, zoals alleenstaand- en co-ouderschap voorkomen. In de serie wordt voornamelijk aangegeven dat de keuze voor alleenstaand ouderschap dapper is, omdat er tevens rekening wordt gehouden met de gevoelens van de ouders en niet alleen het kind en de traditionele gezinssamenstelling. Daarbij laten eerst Ross en daarna Rachel allebei zien dat het niet onmogelijk is om voor co-ouderschap te kiezen en het in sommige gevallen een onvermijdelijke (in het geval met Carol) of betere (geen liefde tussen Ross en Rachel) keuze is.

### 5.1.9. *The One with the Age Difference*

Een andere controverse die ter discussie wordt gesteld in de serie is het hebben van een liefdesrelatie met een groot leeftijdsverschil van 21 jaar. Monica wordt verliefd op een goede vriend van haar vader, Richard en begint een relatie met hem. Ze anticipeert op het oordeel van buitenstaanders, zoals haar broer Ross, door hem voor te bereiden op wat ze te zeggen heeft. Ze vraagt hem nadrukkelijk om niet te snel te oordelen. Ondanks dat hij inderdaad probeert positief te reageren is het merkbaar dat hij er moeite mee heeft door het herhalen

<sup>7</sup> Wanneer de ouders niet samen zijn, maar wel samen hun kind(eren) opvoeden.

van 'why'. Het leeftijdsverschil benoemt hij niet letterlijk, maar indirect door de relatie tussen Richard en zijn vader te benoemen (*'he's like a uh, brother to dad'*).

**ROSS:** Who's Richard Burke? Doc, Doctor Burke? You have a date with Doctor Burke? Why, why, why, should that bother me? I, I love that man, he's like a uh, brother tot dad. (S2E15)

Ross is duidelijk de enige binnen de vriendengroep die er problemen mee heeft. De rest steunt Monica in haar relatie met Richard. Desondanks is Ross nog redelijk overtuigd naarmate de relatie vordert en zijn andere buitenstanders minder enthousiast. Wanneer de vader van Monica jarig is, zijn zowel Monica als Richard aanwezig. Niemand op de verjaardag weet dat zij een relatie hebben, wel dat Richard een relatie heeft met een dame die in de twintig is. Er wordt redelijk denigrerend gesproken over de relatie. De oudere dames, waaronder Monica's moeder, hebben het standpunt dat jonger daten voor een man alleen maar lichamelijk kan zijn. Dit verwoorden ze door te spreken over een '20-year old twinkie' met het 'IQ of a napkin' bij wie alles 'still pointing up', waarmee ze het eigenlijk over Monica hebben. De oudere heren, waaronder Monica's vader, hanteren het standpunt dat jonger daten (*'own little speedster'*) voor een man onderdeel is van een midlife crisis (*'turned 50'*).

**MR. GELLER:** Look, I know what you're going through. When I turned 50 I got the Porsche. You... you got your own little speedster. (S2E16)

Als Monica besluit haar ouders in te lichten over haar relatie met Richard, geeft ze aan dat het de beste relatie is die ze ooit heeft gehad. Hiermee neemt ze het standpunt in dat leeftijd niet belangrijk is wanneer het om liefde gaat. Dit standpunt wordt naarmate de relatie vordert bevestigd. Totdat Monica's kinderwens toeneemt en het grote leeftijdsverschil een grote rol speelt in het beëindigen van hun relatie.

Het grote leeftijdsverschil in liefdesrelaties is een fenomeen dat onbegrensd voorkomt; zo is het niet gebonden aan tijd, cultuur of klasse. Ondanks het onbegrensde wordt het niet algemeen geaccepteerd. In de serie wordt uitgedragen dat de liefde belangrijker is dan het leeftijdsverschil afgezien van de, in eerst instatie, afkeurende houdingen.

### 5.1.10. *The One with Mr. Bing*

De vader van Chandler snijdt een interessant onderwerp aan. Hij treedt op als drag queen in een show in Las Vegas, maar ook buiten de show draagt hij vrouwenkleding, waardoor hij mogelijk een travestiet is. Daarnaast wordt het personage gespeeld door een vrouw, dus dit impliceert dat er mogelijk sprake is van transgenderisme. Ongeacht in welk hokje zijn vader wordt geplaatst, Chandler heeft sowieso moeite met de levensstijl die hij heeft gekozen. Dit

is de reden waarom Chandler hem niet uitnodigt voor zijn bruiloft. Als hij dit met Monica en Phoebe bespreekt, is hij de enige die het een gegronde reden vindt om zijn vader niet uit te nodigen. Phoebe laat blijken interesse te hebben in de fascinerende levensstijl, omdat ze aangeeft te willen ruilen van kennissenkring met Chandler, zodat ze zijn vader kan ontmoeten. Hiermee neem Phoebe het standpunt in dat een unieke, interessante levensstijl niet ontweken, maar juist omarmd moet worden.

Monica benadrukt het belang dat het om familie gaat en ongeacht wat voor kleding hij draagt, het zijn vader blijft.

**MONICA:** Hey, the point is that he was at every one of your swim meets and he was there cheering you one! Okay? That's a, that's a pretty great dad. (S7E22)

Ze geeft aan dat hij er altijd (*'every one'*) was (*'he was there'*) en dat het aantoont dat hij een goede vader is (*'pretty great dad'*). Haar standpunt betreft dat familie belangrijk is en daarom familieleden ook geaccepteerd moeten worden zoals ze zijn. Met dit perspectief overtuigt Monica Chandler om zijn vader uit te nodigen voor hun bruiloft.

**MR. GELLER:** What?! I've never seen one before! (S7E23)

**MR. GELLER:** I didn't even have a chance to act as though I'm okay with it! (S7E23)

Ondanks dat Chandler inmiddels zijn vader probeert te accepteren zoals hij is, zijn er buitenstaanders, zoals de ouders van Monica en de moeder van Chandler, die dat niet doen. Zij keuren de levensstijl van Mr. Bing af en laten dit ook duidelijk merken. Als de vader van Monica, Mr. Geller, Chandler's moeder ontmoet, vraagt hij zich af of zij die drag queen is. Dat Mr. Geller aangeeft dat hij er nog nooit één heeft gezien (*'never seen one'*) geeft weer dat hij over weinig kennis beschikt als het om drag queens gaat en dat het niet gebruikelijk is om er één te ontmoeten. Daarna zegt hij dat hij niet de mogelijkheid heeft gekregen 'to act as though I'm okay with it!'. 'To act' betekent optreden, doen alsof en daarmee zegt Mr. Geller eigenlijk dat hij het er juist niet mee eens is en het accepteert. Ook Mrs. Bing zegt duidelijk dat ze het ongepast vindt dat Mr. Bing een jurk draagt. Het standpunt dat de oudere generatie hanteert is dus vooral het standpunt dat het niet accepteerbaar is.

In de moderne realiteit is uniseks kleding inmiddels geaccepteerd. Dit betekent dat sommige kleding zowel door vrouwen als door mannen kan worden gedragen. Deze ontwikkeling zorgt er tevens voor dat het minder opvallend is wanneer vrouwen mannenkleding dragen. Daarentegen valt het dragen van vrouwenkleding door mannen wel op, vanwege vrouwspecifieke kleding, zoals rokken en jurken. Dit, eventueel in combinatie met make-up en vrouwelijke haarmode, wordt niet geaccepteerd. De verklaring hiervoor kan mogelijk liggen in sociologische redering dat geslacht gekoppeld is aan genderspecifieke rollen.

In de serie wordt uitgedragen dat acceptatie van iemand losstaat van kledingkeuze. De resolutie omtrent dit onderwerp is dat het wellicht een vreemde aangelegenheid is, omdat het onbekend is, maar het draait om de persoon zelf en niet hoe iemand eruit ziet. Tijdens de bruiloft van Monica en Chandler is de aanwezigheid van Mr. Bing volledig geaccepteerd en wordt het belang van familie opnieuw benadrukt.

#### 5.1.11. *The One Where We Lie*

Tot slot een alomvattend onderwerp dat in de gehele serie terugkomt en in deze analyse ook terug te vinden is met betrekking tot de gesprekken over controversiële onderwerpen. Het gaat om het verzwijgen van informatie voor de vrienden. Hiermee wordt de ernst van het onderwerp benadrukt, omdat het geaccentueerd wordt door het geheim houden. Iets mag bijvoorbeeld niet besproken worden, omdat het een controversie bevat. Dit onderwerp komt dus in diverse verhaallijnen terug, zoals de eerder besproken leugen van Monica over haar identiteit voor het adopteren van een baby.

Een ander moment wanneer er iets verzwegen wordt, is het geheime huwelijk tussen Ross en Rachel. Rachel weet niet dat Ross de scheiding niet door kon zetten, vanwege zijn schaamte om het aantal scheidingen die hij heeft ondergaan. Phoebe is de enige, naast Ross, die het weet en zegt niets tegen Rachel.

**PHOEBE:** Rachel is one of my closest friends. (pause) Although, being the only one who knows anything about this does make me feel special. Okay! (S6E2)

Phoebe geeft aan dat ze goed bevriend is met Rachel (*'closest friend[s]'*) en de pauze nadat ze dit heeft gezegd geeft aan dat ze afweegt waar haar prioriteit ligt. Ze kiest ervoor om niets te zeggen, omdat ze zich uniek en bijzonder voelt (*'make me feel special'*). Uiteindelijk neemt ze toch een ander standpunt in, waarin ze het belang benadrukt om de waarheid aan Rachel te vertellen.

Er is nog een ander moment waarop er wordt gevraagd een geheim te bewaren. Wanneer Chandler en Monica geldproblemen hebben vragen ze Joey voor hulp, zonder dat ze dat van elkaar weten en mogen weten.

**MONICA:** Listen...I need to know that what I'm about to ask you, will never get back to Chandler. (S9E16)

**CHANDLER:** Listen er..I need to ask you a favor but you can't tell Monica anything about it. (S9E16)

Zowel Monica als Chandler vragen Joey om te zwijgen over hun gesprek en geldafpraak (*'will never get back to Chandler'* en *'can't tell Monica'*). Hiermee hanteren zij het standpunt dat het beter is om niets te zeggen zodat de ander niet gekwetst raakt.

Het is een alomvattende norm dat liegen niet mag. Dit is opgenomen in diverse instituten, zoals de kerk, de wet, educatie en opvoeding. Hierdoor is het onacceptabel wanneer bekend wordt dat er een leugen is verteld. In de serie komen in alle drie de genoemde verhaallijnen de leugens alsnog boven water en raken er mensen gekwetst. Er wordt niet letterlijk gezegd dat liegen niet mag, maar de verhaallijnen wijzen uit dat het beter is om eerlijk te zijn en de waarheid te vertellen, omdat leugens uiteindelijk uitkomen en schade aanrichten.

Dit waren alle controversiële onderwerpen uit de serie *Friends* die in de analyse naar voren zijn gekomen. Het is opvallend dat in de meeste gevallen de controverse ook uitgespeeld wordt en verder in de verhaallijn wordt uitgewerkt. Zo is Phoebe daadwerkelijk de draagmoeder voor haar eigen neefje en nichtjes, kiezen Ross en Rachel voor co-ouderschap, doorgaat Ross inderdaad drie keer scheiden en adopteren Chandler en Monica een baby. Voor twee onderwerpen wordt er minder duidelijk ingestemd met de controverse. Bij homoseksualiteit is het niet dat Chandler homo blijkt te zijn, hij hier niet voor heeft gekozen en hiermee leert leven. Daarnaast wordt het onderwerp spermadonorschap ook niet verder uitgewerkt in een verhaallijn, anders zou Monica aan het eind van de serie een zevenjarig kind hebben. Deze onderwerpen worden echter niet negatief belicht en de controverse wordt wel degelijk besproken.

Aan de hand van de verhaallijnen zijn de standpunten weergegeven en met behulp van de voorbeelden is aangegeven op welke wijze de discours die standpunten uitdraagt. Nu wordt er gekeken op welke wijze de diverse facetten van de gesprekken, de introductie, de reacties, de afsluiting en de grappen, dienst doen aan het verwoorden van die standpunten, terwijl de andere vier deelvragen worden beantwoord.

## 5.2. The One with the Introductions

De introductie van een gesprek is belangrijk, omdat hiermee de aandacht van het publiek op het controversiële onderwerp wordt gevestigd. De manier waarop dit wordt gedaan, zorgt voor de focus van het gesprek. Daarnaast zet het de toon van de rest van het gesprek en geeft het aan wat er verwacht kan worden. Vandaar dat in deze analyse de deelvraag is opgenomen; *op welke wijze wordt een controversieel onderwerp geïntroduceerd?* Aan de hand van het open coderen zijn de diverse kenmerken van de introducties duidelijk geworden. Hierna heeft de axial codering, het onderling vergelijken van de introducties, opvallende overeenkomsten aan het licht gebracht en zijn de definitieve benamingen van de diverse categorieën tot stand gekomen.

Allereerst dient er een onderscheid te worden gemaakt in een pre-introductie en de introductie. Bij een pre-introductie begint het gesprek niet direct met het introduceren van het

controversiële onderwerp, maar worden er vooraf nog andere dingen besproken. Het doel hiervan is om het publiek te laten wennen aan de scène, de setting, de situatie en de aanwezige personages. Dit gebeurt in de meeste gevallen aan de hand van een luchtig praatje. In het eerste seizoen wordt er tevens extra achtergrondinformatie gegeven, die het publiek nodig heeft voor het begrijpen van de scène. Er zijn drie manieren van een pre-introductie, die aan de hand van een voorbeeld worden toegelicht.

**Tabel 8. Pre-introducties en bijbehorende voorbeelden**

Manier	Voorbeeld
Aansporen	"What's going on with you?"
Vorbereiden	"Big-brothery"
Lange aanloop	"Erottery"

Bij **aansporen** wordt er druk gezet op iemand om iets te vertellen. Degene die de druk zet heeft er zelf ook een belang bij dat het gezegd wordt. Zoals in het voorbeeld waar Monica haar broer aanspoort om haar ouders te vertellen over zijn zwangere, lesbische ex-vrouw (*'what's going on with you? Any stories?'* en *'to share'*). Haar belang hierbij is dat de focus op Ross wordt gericht.

**MONICA:** So, Ross, what's going on with you? Any stories? No news, no little anecdotes to share with the folks? (S1E2)

Met een pre-introductie is het tevens mogelijk om de gesprekspartners **voor** te **bereiden** op wat er komen gaat. Hiermee wordt de angst voor een eventueel oordeel verwoord. Daarbij wordt er voorzichtig omgegaan om de controversie, vanwege schaamte en/of het kwetsende of schokkende effect. Een voorbeeld hiervan is het moment waarop Monica op het punt staat Ross te vertellen over haar date met een 21-jaar oudere man. Zij vraagt hem te beloven (*'promise'*) niet te oordelen (*'judgemental'*).

**MONICA:** Alright, but I'm very excited about this OK, so you gotta promise you won't get all big-brothery and judgmental. (S2E15)

Met de **lange aanloop** wordt gerefereerd aan een langere pre-introductie waar de richting van het gesprek niet duidelijk wordt aangegeven. Hiermee wordt aangegeven dat het lastig is om over een controversie te beginnen, waardoor er eerst een ander onderwerp wordt besproken, om uiteindelijk toch het gesprek te starten. Een voorbeeld hiervan is wanneer Phoebe haar biologische moeder opzoekt voor advies over draagmoederschap te vragen.

Aan dit serieuze gesprek gaat een pre-introductie vooraf waarin het onderwerp (pottenbakken) irrelevant is.

Als er geen sprake is van een pre-introductie, wordt het controversiële onderwerp direct aan het begin van een scène geïntroduceerd. Dit gebeurt op drie verschillende manieren, met elk twee aparte vormen. Wederom zullen voorbeelden die manieren nader toelichten.

**Tabel 9. Introducties en bijbehorende voorbeelden**

Manier	Vorm	Voorbeeld
Direct	Vraag	"Annulment"
	Uitdrukking	"Embryos transferred"
Standpunt	Vraag	"Too much penis"
	Uitdrukking	"Only 26"
Grap	Vraag	"Bank"
	Uitdrukking	"Good hostess"

Bij de **directe** introductie is het meteen duidelijk wat het onderwerp van het gesprek is. Er wordt recht voor z'n raap verteld wat de focus van het gesprek is en welke richting het gesprek opgaat. Bij de **directe vraag** stelt een andere persoon dan het betreffende personage een vraag om meer informatie, uitleg of nieuws te verkrijgen over het onderwerp. Hieruit blijkt een vorm van interesse naar de situatie. Een voorbeeld is wanneer Phoebe aan Ross vraagt of hij zijn huwelijk met Rachel al nietig heeft doen verklaren. Het is meteen duidelijk waar het over gaat ('annulment') en dat Phoebe geïnteresseerd is ('?') in nieuwe informatie over de situatie.

**PHOEBE:** So? Did you get the annulment? (S6E2)

Bij de **directe uitdrukking** uit het betreffende personage in de vorm van een stelling informatie over een onderwerp en de situatie. Het doel van deze uitdrukking is dus de gesprekspartners informeren, zonder expliciet een reactie te verwachten. Dit doet Phoebe bijvoorbeeld wanneer ze vertelt dat ze naar de vruchtbaarheidsdokter gaat. Het is meteen duidelijk waar het over gaat ('*fertility doctor*') en wat er gaat gebeuren ('*if I'm ready*' en '*embryo transferred into my uterus*') en hier hoeft niet per se op gereageerd te worden.

**PHOEBE:** All right. I'm gonna go to the fertility doctor and um, see if I'm ready to have Frank and Alice's embryo transferred into my uterus. (S4E12)

Uit een introductie met een **standpunt** blijkt meteen welke mening of oordeel het personage heeft over het onderwerp. Als het standpunt in een **vraag** wordt geformuleerd is, ongeacht het idee achter een vraag om meer informatie te verkrijgen, reactie niet per se gewenst. Het oordeel zorgt ervoor dat er een retorische vraag gesteld wordt. Mrs. Bing stelt een retorische vraag (*'don't you have'*) aan Mr. Bing. Ze verwacht geen antwoord, omdat ze zelf al met het stellen van de vraag hem bevestigend beantwoord (*'too much penis to be wearing a dress like that'*).

**MRS. BING:** Don't you have a little too much penis to be wearing a dress like that? (S7E23)

Het standpunt kan tevens in de introductie met een **uitdrukking** uitgedragen worden. Hier is ook een mening of oordeel verwerkt in de stelling waaruit het onderwerp blijkt. Reactie is hierbij ook niet per se noodzakelijk, zoals de uitdrukking van Ross over zijn eerste scheiding. Hij vraagt niet naar de mening van anderen en verkondigt alleen zijn eigen conclusie over de situatie (*'I'm divorced'*) met ietwat verbazing (*'only'*).

**ROSS:** I'm divorced! I'm only 26 and I'm divorced! (S1E1)

De introductie van onderwerp kan daarnaast ook aan de hand van een **grap** plaatsvinden. In paragraaf 5.5 zal uitgebreider worden ingegaan op de algemene rol van grappen in de gesprekken over controversiële onderwerpen, maar bij de introductie zijn ze ook van belang. Met een grap wordt een contrast weergegeven tussen het serieuze van het onderwerp en het luchtige van een grap. Er kan een **grappige vraag** worden gesteld, waarbij er wel gevraagd wordt naar meer informatie, uitleg of nieuws over het onderwerp, maar dit tevens op een absurde manier wordt gedaan. Zo vraagt Joey op een gegeven moment aan Monica of ze naar de spermabank of een reguliere bank gaat. Dit is een ongebruikelijke vraag, zelfs wanneer bekend is dat Monica spermadonorschap overweegt. In de vraag wordt eerst de spermabank (*'sperm'*) genoemd en daarna de reguliere bank (*'regular'*) waardoor de focus en aandacht op het eerste wordt gevestigd. Het is wel duidelijk dat Joey interesse heeft (?) naar de situatie van Monica.

**JOEY:** Sperm or regular ? (S3E3)

Daarnaast is het mogelijk om aan de hand van een **grappige uitdrukking** het onderwerp te introduceren. Hiermee wordt er vooral gebruik gemaakt van zelfspot, wanneer het betreffende personage de uitdrukking verwoordt. Dit doet Monica wanneer ze te horen heeft gekregen dat ze onvruchtbaar is. Ze maakt een ongewone vergelijking (*'my uterus is an inhospitable environment'* en *'good hostess'*) en die absurditeit maakt de uitdrukking grappig.



Ze lijkt in gesprek met zichzelf en een reactie is niet noodzakelijk, maar maakt duidelijk waar het omgaat.

**MONICA:** Oh, I so can't believe this! My uterus is an inhospitable environment? I always tried so hard to be a good hostess! (S9E22)

Met behulp van de genoemde voorbeelden is een weergave geschetst van de wijze waarop een controversieel onderwerp wordt geïntroduceerd in de serie *Friends*. De introductie van het controversiële onderwerp geeft dus inzicht in de verwachting van het gesprek, zelf wanneer er een pre-introductie aan vooraf gaat. Het onderwerp wordt ingeleid, de focus wordt bepaald en de toon wordt gezet. Bij alle drie de manieren is het doel het onderwerp bekend te maken en nadruk te leggen op de ernst van de situatie. In de meeste gevallen wordt dit gedaan door het betreffende personage die het onderwerp met een doeltreffende uitspraak introduceert, waarbij geen misvattingen of misverstanden mogelijk zijn.

### 5.3. The One with the Conversations

Na de introductie van een controversieel onderwerp volgt het gesprek zelf, tenzij er alleen een duidelijk statement wordt gemaakt en er geen reactie op gegeven wordt. De reacties zijn dus van belang om een gesprek te vormen. Dit maakt het relevant voor de analyse antwoord te geven op de deelvraag; *hoe wordt er op elkaar gereageerd in de gesprekken over een controversieel onderwerp?* Zodat er meer inzicht wordt gecreëerd in het kenmerkende discours van die gesprekken in de serie *Friends*. Aan de hand van het vergelijken van alle gesprekken (axial coderen) is er gezocht naar opvallende overeenkomsten in de reacties op elkaar. Wederom is naderhand pas een duidelijke benaming van de verschillende categorieën ontstaan.

Er is gebleken dat het niet van belang is in welke combinatie de gesprekken worden gevoerd. Alle aanwezige personages participeren en dragen bij aan het gesprek. Daarbij is het betreffende personage altijd aanwezig bij het gesprek, met twee uitzonderingen waarin Monica en Rachel het onderwerp samen nogmaals bespreken. Verder is er gebleken dat er vier manieren zijn waarop het gesprek wordt gevormd.

**Tabel 10. Reacties en bijbehorende voorbeelden**

Manier	Voorbeeld
Bevragen	"Carol's pregnant"
Eensgezind	"Adoption"

Conflict	"Money difference" en "Las Vegas"
Overtuigen	"Three divorces"

Als eerste is het **bevragen** een manier waarop de vrienden elkaar aansporen om meer inzicht te geven over een situatie of onderwerp. In de meeste gevallen zijn deze vragen niet suggestief, omdat ze het betreffende personage stimuleren om zelf een mening of oordeel te ontwikkelen. Dit gebeurt bijvoorbeeld wanneer Ross erachter komt dat zijn lesbische ex-vrouw Carol zwanger is.

**RACHEL:** Well now, how how do you fit into this whole thing? (S1E2)

**MONICA:** What does she mean by 'involved'? (S1E2)

**RACHEL:** So what are you gonna do ? (S1E2)

Aan de hand van doorvragen ('?'), die gebaseerd zijn op de antwoorden die Ross geeft, wordt er geleid naar een eventueel eindoordeel. Het begint met een algemene vraag ('*how do you fit into this...?*'), daarna wordt er doorgevraagd aan de hand van Ross zijn antwoord ('*what does she mean...*'). Tot slot wordt Ross gestuurd om na te denken over wat zijn volgende stap wordt ('*what are you gonna do?*'). Het doel van doorvragen is voornamelijk het verkrijgen van nieuwe informatie en verdere uitleg over het onderwerp. Wanneer die informatie voor het betreffende personage nog niet bekend is, wordt hij of zij gestimuleerd om hierover na te denken.

Ten tweede is het mogelijk dat de vrienden tijdens een gesprek **eensgezind** zijn. In dit geval zijn ze het met elkaar eens en wordt deze overeenstemming aan de hand van het gesprek bevestigd. Dit is meestal het geval in een gesprek met z'n tweeën. Dit is niet geheel onlogisch, omdat met minder gesprekspartners de kans groter is dat er een overeenstemming bereikt wordt. Een voorbeeld waarbij die eensgezindheid duidelijk wordt verwoord is als Chandler en Monica samen besluiten dat ze een baby gaan adopteren. Dat hun ideeën met elkaar overeenkomen uitten ze door dezelfde zinnen/woorden te gebruiken ('*we're gonna be parents*' en '*gonna be great parents*'), waarmee ze hetzelfde gevoel uitdragen en hun keuze extra bevestigen.

**MONICA:** Oh my God, we're gonna be parents!

**CHANDLER:** We are gonna be great parents. (S9E22)

Ten derde kan tijdens het gesprek een **conflict** ontstaan. Er is dan sprake van een onenigheid tussen de vrienden, dat zich vertaalt in het uitten van tegenargumenten. Doordat die argumenten niet met elkaar overeenkomen worden er beledigende en kwetsende opmerkingen gemaakt. Zo ook tijdens de discussie over het verschil in het

spenderingsbudget van de vrienden. Chandler verontschuldigt zich over de situatie (*'I don't know what to say'* en *'I'm sorry'*), maar daarna neemt hij die verontschuldiging terug (*'we're not gonna feel guilty'*). Hierdoor wordt de dubbele verontschuldiging eerder weer ontkracht, waarna hij eindigt met een belediging van de anderen (*'we work really hard for it'*).

**CHANDLER:** I don't know what to say. I'm sorry that we make more money than you. But we're not gonna feel guilty about it. We work really hard for it. (S2E5)

Dit insinueert dat de anderen niet hard werken en het conflict laait verder op. Er wordt uiteindelijk geen eindconclusie getrokken over de genoemde argumenten over het dilemma. Dit maakt het voorbeeld over dit onderwerp specifiek, ondanks de verduidelijking van de verontschuldigungen en beledigingen.

Een ander voorbeeld waarin het conflict tot iets leidt, is de discussie tussen Chandler en Monica over het bezoeken van Chandlers vader in Las Vegas. Chandler geeft argumenten waarom hij niet wilt gaan en Monica argumenteert waarom het noodzakelijk is om wel te gaan (*'not fourteen anymore'*, *'let that stuff go'* en *'you're gonna regret it'*). Uiteindelijk overtuigt Monica Chandler met haar argumenten (*'Yeah okay'*).

**MONICA:** Chandler, you're not fourteen anymore. Okay? Maybe it's time that you let that stuff go. If your father's not at your wedding... you're gonna regret it for the rest of your life.

**CHANDLER:** Yeah o-okay... (S7E22)

Het vorige voorbeeld heeft de vierde manier waarop een gesprek gevormd wordt al ingeleid, namelijk het **overtuigen**. Bij het overtuigen is het van belang dat de andere vrienden meegaan in de mening of het oordeel van het personage dat de overtuigingen uitspreekt. Dit is niet noodzakelijk het gevolg van een discussie of conflict, zoals bij het vorige voorbeeld is weergegeven. Tijdens het gesprek is het noodzakelijk dat de ander zijn overtuiging aanpast. Dit gebeurt door middel van het belichten van de andere kant van het verhaal en daarmee het personage op z'n gemak stelt. Dit doet Phoebe bijvoorbeeld als Ross op het punt staat voor de derde keer te scheiden. Eerst stelt ze hem gerust (*'not that big a deal'*) en daarna noemt ze punten waarmee ze de situatie positief belicht (*'still have a life'* en *'go on dates'*).

**PHOEBE:** Ross, it's not that big a deal! So you'll been divorced three times, you'll still have a life, you'll go on dates... (S6E2)

Er zijn dus vier verschillende manieren waarop het gesprek over een controversieel onderwerp gevormd wordt. Bij alle vier de manieren is het doel het grondig en uitgebreid bespreken van dit onderwerp. Het maakt niet uit of dit gebeurt aan de hand van het stellen van vragen, het bevestigen van elkaars overeenstemming, het bediscussiëren van

standpunten of het overtuigen van elkaar. Er zit wel een verschil in het uitdragen van de standpunten omtrent de onderwerpen. Bij bevragen wordt het standpunt ontwikkeld door het beantwoorden van de vragen, terwijl er bij een overeenstemming het standpunt slechts verwoord wordt. Daarnaast zorgt een conflict voor het weergeven van verschillende standpunten en voorziet het overtuigen van een ander erin dat bepaalde standpunten boven andere worden geprefereerd.

#### 5.4. The One with the Different Endings

Het einde van een gesprek wordt aangegeven met een laatste opmerking of reactie die het controversiële onderwerp betreft. De manier waarop het gesprek afgesloten wordt, bepaalt hoe het bijblijft. Het is namelijk het laatste wat er over het onderwerp is gezegd. Vandaar dat er met behulp van de open codering naar kenmerken is gezocht bij alle afsluitingen van de gespreken. Door deze afsluitingen met elkaar te vergelijken is achterhaald welke overeenkomsten er zijn, om antwoord te kunnen geven op de deelvraag; *op welke wijze wordt het gesprek over een controversieel onderwerp beëindigd?* Uit die vergelijking is gebleken dat er twee verschillende manieren zijn om het gesprek af te sluiten.

Tabel 11. Afsluitingen en bijbehorende voorbeelden

Manier	Vorm	Voorbeeld
Grap	Geen toevoeging	"Ebola-virus"
	Toevoeging	"Five bucks"
Serieus		"Figure this out"

Zoals reeds genoemd zorgt een **grap** voor het contrast tussen de ernst van het onderwerp en de luchtigheid van de grappige opmerking. Bij een grappige afsluiting wordt er op het eind van het gesprek de zwaarte van het gesprek een beetje verlicht. Bij de grappige afsluitingen wordt er nog onderscheid gemaakt in hoeverre de grap informatie toevoegd aan het voorgaande gesprek. Wanneer de grap *niets toevoegt* aan het gesprek, betekent dat het onderwerp van de grap niets te maken heeft met het onderwerp van het gesprek. Zo'n grap wordt door Chandler gemaakt na een heftige discussie over het spenderingsbudget van de vrienden. Hij verandert het onderwerp (*'the ebola virus'*) om de richting van het gesprek te veranderen. Daarbij vraagt hij om reactie (*'huh?'*), maar omdat niemand reageert, blijft er een ongemakkelijke situatie heersen. Met het onderwerp probeert hij een nieuw gesprek aan te

breken en luchtig in te starten, terwijl het dilemma van de vrienden ietwat gerelativeerd wordt ('*gotta suck*') door de ernst van het nieuwe onderwerp.

**CHANDLER:** So, the ebola virus. That's gotta suck, huh? (S2E5)

Daarnaast is het tevens mogelijk dat de grap *wel* iets *toevoegt* aan de informatie die in het gesprek wordt verkondigd. Hiermee wordt het onderwerp extra benadrukt en kan een standpunt bevestigd of juist veranderd worden. Het voorbeeld hiervoor komt tevens uit de gesprekken over het gelddilemma. Wanneer aan het eind van een heftige discussie Monica ontslagen blijkt en haar spenderingsbudget van ruim naar krap is veranderd, stelt Joey voor haar rekening te betalen ('*let me get that*'). Met dit vriendschappelijke gebaar realiseert Joey dat ook hij over een krap budget beschikt en het geld van Chandler moet lenen ('*you've got five bucks?*'). Hiermee wordt het standpunt van het onderwerp onbetwist gelaten, want vriendschap is belangrijk en daarom stelt Joey voor te betalen, maar hij kan niet om het feit heen dat hij weinig te spenderen heeft.

**JOEY:** Let me get that. (to Chandler) You got five bucks? (S2E5)

Naast de grappige afsluitingen zijn er ook **serieuze** afsluitingen van gesprekken over controversiële onderwerpen gevonden in de analyse. Hiermee wordt de ernst van het onderwerp herhaald en daarmee extra benadrukt. Dit gebeurt bijvoorbeeld na het gesprek dat Monica en Chandler voeren nadat ze te horen hebben gekregen dat ze beiden onvruchtbaar zijn. Deze afsluiting wordt gekenmerkt door een eindoordeel ('*we're gonna figure this out*') en een overeenstemming ('*I know*'). De serieuze lading bij de afsluiting legt de nadruk op de gevoeligheid en complexiteit van het onderwerp.

**CHANDLER:** Well, we're gonna... we're gonna figure this out.

**MONICA:** I know. (S9E21)

Het afsluiten van een gesprek over een controversieel onderwerp gebeurt in de serie *Friends* op twee verschillende manieren. Allebei de manieren zorgen voor een extra krachtige afsluiting omtrent het onderwerp, zelfs wanneer een grappige afsluiting geen informatie toevoegt aan het gesprek zelf. De behoefte om de focus van het gesprek te verplaatsen, zorgt voor het uitlichten van de noodzaak uit het reeds gevoerde gesprek.

## 5.5. The One Where it's All a Big Joke

Eén van de belangrijkste kenmerken van een sitcom zijn de vele grappen die elkaar in rap tempo opvolgen. De grappen zijn in alle facetten terug te vinden. De grappen bij de

introdactie en en afsluiting zijn reeds besproken. Hieruit is gebleken dat grappen de absurditeit benoemen en een contrast tussen de ernst van het onderwerp en de luchtigheid van de grappige opmerking verwezenlijken. *Maar welke rol bekleden grappen tijdens het bespreken van controversiële onderwerpen?* Een grap wordt herkend aan de hand van de punchline (open codering) en deze punchline is gebruikt tijdens het vergelijken van de grappen (axial codering). Uit de analyse is gebleken dat grappen op vier manieren worden ingezet tijdens een gesprek over een controversieel onderwerp. In onderstaand schema betekent manifest dat de grap letterlijk de boodschap benoemt en duidelijk verwoordt. Latent betekent in deze context dat de boodschap van de grap niet vanzelfsprekend is.

Tabel 12. Grappen en bijbehorende voorbeelden

	Latent	Manifest
Niet over het onderwerp	"Ebola virus"	
Wel over het onderwerp	"Lesbian"	"Pearl necklace"
Wel over het onderwerp + oordeel		"Hope they get together"

Indien de grap **niet over het onderwerp** gaat en een **latente** boodschap bevat, is het op het eerste gezicht niet duidelijk waarom de grap gemaakt wordt. Het voorbeeld is reeds genoemd maar representeert deze vorm van een grap duidelijk. Chandler beëindigt een heftig gesprek over het spenderingsbudget van de vrienden met een grap over een totaal ander onderwerp (*the ebola virus*). Het doel hiervan is de richting van het gesprek te veranderen en daarmee de sfeer verbeteren. De belangrijkste rol die deze grap bekleedt, is het relativeren van de ernst van het dilemma. Er wordt gesproken over geldproblemen, maar het hebben van een ernstige ziekte, zoals het Ebola virus, relativeert de ernst van die problemen weer (*gotta suck, huh?*). Daarmee wordt dus de spanning rondom het gevoerde gesprek weggenomen.

**CHANDLER:** So, the ebola virus. That's gotta suck, huh? (S2E5)

Een grap kan tevens **wel over het onderwerp** gaan en een **latente** boodschap bevatten. Het is duidelijk waar de grap over gaat, maar op het eerste gezicht is het niet duidelijk waarom de grap gemaakt wordt. Zo zegt Chandler tijdens een gesprek over de scheiding tussen Ross en Carol, vanwege haar verborgen homoseksualiteit, dat hij af en toe (*sometimes*) wenst (*I wish*) dat hij lesbisch was (*I was a lesbian*). Dit is een absurde wens, omdat Chandler een man is en een lesbienne een vrouw betreft. De opmerking 'Did I say that out loud?' is de punchline van de grap. Hiermee geeft hij zelf aan dat het een absurde wens is

en relateert hij het probleem van Ross. Ross vindt het vervelend dat iedereen gefixeerd is op het feit dat Carol lesbisch is. Met Chandlers opmerking dat hij ook lesbisch wil zijn, neemt hij de fixatie op Carols seksuele geaardheid weg en kan Ross een ander onderwerp instarten.

**CHANDLER:** Sometimes I wish I was a lesbian... (*The rest stares at him.*) Did I say that out loud? (S1E1)

Verder is het mogelijk dat een grap **wel over het onderwerp gaat** en een **manifeste** boodschap uitdraagt. Het is bij deze soort grappen duidelijk waar het om gaat en waar het om draait. Deze heldere grap wordt bijvoorbeeld door Chandler gemaakt als hij gebeld wordt door zijn vader met een vraag (*'if he could borrow one of your pearl necklaces'*). Het onderwerp is meteen helder dat het gaat om zijn vader (*'my dad'*) en het feit dat hij zich kleedt als een vrouw (*'pearl necklaces'*). De boodschap met deze grap is dat Chandler er moeite mee heeft (*'a question you never have to ask'*). Hij benoemt de absurditeit van de vraag al zonder de vraag te stellen.

**CHANDLER:** Okay. Here's a question you never have to ask. My dad just called and wanted to know if he could borrow one of your pearl necklaces. (S7E23)

Daarnaast zijn er ook grappen die **over het onderwerp gaan**, een **manifeste** boodschap verwoorden en daarin tevens een **oordeel** uitdragen. Het is dus bekend waar het over gaat, waar het om draait en welk standpunt er verkondigd wordt. Een voorbeeld waarin zo'n grap wordt gemaakt, is de uitdrukking van Ross waarin hij benadrukt dat hij niet achter de relatie van zijn zusje Monica met de 21-jaar oudere Richard staat. Het gesprek ontstaat in hoeverre Monica aan haar ouders haar relatie zal openbaren. Ross geeft aan dat zijn ouders positief zullen reageren, omdat zij het altijd zo gewild hebben (*'hope they get together'*). Dit is een absurde aanname en met de extra nadruk 'would mind', door het herhalen van 'don't', geeft hij eigenlijk aan dat hij het **wel** weet dat zijn ouders het **wel erg** zouden vinden.

**ROSS:** I don't know, I don't think mom and dad would mind. Remember when you were 9 and Richard was 30, how dad used to say, 'God I hope they get together.' (S2E16)

De grappen spelen dus ook bij serieuze gesprekken in de serie *Friends* een belangrijke rol. Ze brengen een contrast tussen ernst en humor tot stand, waardoor er juist extra aandacht wordt gevestigd op dat serieuze onderwerp. De absurde opmerkingen vormen de grap en verheffen de boodschap in het gesprek ongemerkt naar een serieus niveau. De grappen die niet in de analyse naar voren zijn gekomen zijn grappen die niet over het onderwerp gaan, maar wel een manifeste boodschap hebben. Wanneer een grap niet over het onderwerp gaat, is het ook niet realistisch dat deze wel een duidelijke boodschap uitdraagt. Daarnaast

zijn ook de grappen die wel over het onderwerp gaan, met een latente boodschap en waarin een duidelijk oordeel wordt geveld niet teruggevonden in de analyse. Dit betekent niet dat het onmogelijk is een dergelijke grap te maken, deze vorm is echter niet in de analyse gevonden.

### 5.6. The One Where Other Things Stand Out

Tijdens het analyseren van de data en het beantwoorden van de vijf deelvragen is opgevallen dat elk personage meedoet met het bespreken van het serieuze, controversiële onderwerp. Het is wellicht mogelijk dat de gesprekken hoofdzakelijk door specifieke personages besproken zouden worden, maar dit is dus niet het geval. Uiteraard wordt er tijdens de gesprekken voor gezorgd dat de kenmerken van de personages herkenbaar zijn. Aan de hand van voorbeelden van drie van de zes personages zullen dergelijke kenmerken worden toegelicht.

Monica is bijvoorbeeld iemand die graag de controle houdt over het gesprek. Wanneer ze haar keuze voor spermadonorschap moet verdedigen, zorgt ze er dan ook voor dat zij het gesprek blijft leiden (*'still talking'*) en ze haar punt kan maken, zonder onderbroken te worden (*'still talking'*). Door aan te geven dat zij degene is die aan het woord is, dient de aandacht op haar gevestigd te worden. Door haar assertieve rol neemt zij duidelijk de leiding in het bespreekbaar maken en het aanwakkeren van de controverse.

**MONICA:** Lips moving, still talking (S3E3)

Rachel is juist iemand die gevoelig is en rekening houdt met anderen. Als de discussie over het gelddilemma op het punt staat uit te barsten, probeert ze dit alsnog te voorkomen (*'don't want to get into this right now'*). Ze voorziet op die manier de ernst van het onderwerp en benadrukt de kwetsbaarheid (*'it'll just make everyone uncomfortable'*). Ze staat niet voor haar eigen mening, maar geeft aan dat iedereen (*'everyone'*) beter af is als dit gesprek gestaakt wordt. Op deze manier stelt zij zich sociaal wenselijk op, omdat ze het belang van anderen voorop stelt en daarmee zichzelf wegcijfert.

**RACHEL:** Ok, look you guys, I really don't want to get into this right now. I think it'll just make everyone uncomfortable. (S2E5)

Joey heeft als kenmerk dat hij niet intelligent is en dat komt in diverse situaties tot uiting. Deze situaties zijn in de meeste gevallen grappig, maar het reflecteert dat het niet erg is wanneer er kennis ontbreekt over een onderwerp als ernaar gevraagd wordt. Joey laat



namelijk met een opmerking duidelijk weten dat hij niet precies begrijpt wat het inhoudt dat Phoebe als draagmoeder zal fungeren voor haar halfbroertje (*'having sex with your brother'*).

**JOEY:** You're really thinking about having sex with your brother. (S4E11)

Dit onderwerp komt later in de serie nogmaals terug. Dan wordt duidelijk dat hij nog steeds niet weet wat draagmoederschap (*'surrogacy'*) betekent. Ditmaal geeft hij zelf toe dat hij het niet weet (*'so, I don't have to learn what that means?'*).

**JOEY:** So you're ruling out surrogacy? (S9E22)

**JOEY:** So, I don't have to learn what that means? (S9E22)

In de meeste gevallen geeft Joey echter niet toe dat hij niet over de algemene kennis beschikt om het gesprek te volgen. Hiermee probeert hij te voorkomen dat hij als onwetend wordt gezien.

Elk personage heeft dus zijn of haar persoonlijke manier tijdens het bespreken van controversiële onderwerpen. Desondanks participeren ze allemaal in de gesprekken en is er in geen van de gevallen sprake van een gespreksleider, zelfs niet als Monica het woord heeft.

Naast de karaktereigenschappen is er één personage die een duidelijk perspectief uitdraagt over een controversieel onderwerp. Het gaat hier om Ross en het onderwerp scheiden. Doordat dit onderwerp gedurende de gehele serie meerdere malen terugkomt, wordt het duidelijk wat Ross er daadwerkelijk van vindt. Hij bespreekt in het begin vooral zijn behoefte om traditiegetrouw een eenmalige verbintenis aan te gaan met een vrouw. Zijn eerste scheiding doet die overtuiging teniet. Zijn volgende huwelijken zijn ook geen succes (*'my marriages didn't exactly work out'*), maar desondanks behoudt hij het standpunt dat hij veel waarde hecht (*'I love to be'*) aan een verbintenis met een vrouw (*'committed to another person'*). Deze verbintenis (*'commit[ted]{ment}'*) lijkt voor Ross van belang te zijn om zich te kunnen identificeren als persoon, omdat hij in de serie of getrouwd is of een relatie heeft of een vriendin zoekt. Hierdoor wordt het tevens duidelijk waarom hij het zo erg vindt om als gescheiden man door het leven te gaan.

**ROSS:** Look, I know my marriages didn't exactly work out. But I love to be that committed to another person... (S9E16)

Het bespreken van de resultaten van de analyse heeft een uitgebreid beeld gegeven over de manier hoe er in de serie *Friends* over controversiële onderwerpen wordt gesproken. Aan de

hand van voorbeelden zijn de verbindingen toegelicht en zijn overeenkomsten, maar ook opvallende verschillen, weergegeven. De theoretische betekenis van de resultaten zal in het volgende hoofdstuk worden besproken, waarna de hoofdvraag beantwoord kan worden.

## 6. The One Where it All Ends

Het onderzoek is gebaseerd op de aanname dat televisieprogramma's met hun verkondigde boodschappen de perceptie van de individuele werkelijkheid beïnvloeden (Fiske & Hartley, 1978; Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli & Shanahan, 2002), ongeacht de aanwezigheid van *audience agency*, waarmee het publiek de mate van beïnvloeding zelf kan controleren en doseren (Evans, 2008). Dit gebeurt ook bij televisieseries die als doel hebben hun publiek te vermaken. Televisieseries hebben een langere looptijd, waardoor het publiek frequenter wordt blootgesteld aan de boodschappen die worden uitgedragen. Door die aangenomen beïnvloeding via televisie is het belang van de inhoud van de mediaboodschappen toegenomen. Met dit onderzoek is bekeken op welke wijze controversiële onderwerpen worden besproken in de serie *Friends*.

In het vorige hoofdstuk zijn de resultaten besproken, die uit de analyse zijn gebleken. Die resultaten zijn aan de hand van de deelvragen toegelicht, waarmee de hoofdvraag beantwoord kan worden. *Welk discours is kenmerkend voor het bespreken van controversiële onderwerpen in de sitcom 'Friends'?* Bij het beantwoorden van deze vraag en bijbehorende toelichting wordt er gerefereerd aan de geselecteerde gesprekken over controversiële onderwerpen uit de serie *Friends*. Ondanks de kleinschaligheid van het onderzoek en het feit dat slechts één persoon de analyse heeft uitgevoerd, zijn er interessante bevindingen gedaan, die sommige theorieën bevestigen en vragen plaatsen bij andere theorieën.

### 6.1. The One Where Everyone Finds Out

Concluderend kan worden gesteld dat er inderdaad een kenmerkend discours aanwezig is in de gesprekken over controversiële onderwerpen in de serie *Friends*. De resultaten hebben uitgewezen dat er vier belangrijke kenmerken te onderscheiden zijn voor dit specifieke discours.

**Tabel 13. Kenmerkend discours**

Grappen
Vragen
Herhalen
Disbalans

De theorie over sitcoms had reeds uitgewezen dat **grappen** een relevant kenmerk zijn binnen dit genre (Mills, 2005). Een sitcom zonder grappen bestaat niet. Dit leidde tot de vraag in hoeverre grappen ook dusdanig relevant zijn tijdens het bespreken van

controversiële onderwerpen. Volgens Mills (2005) zijn humor en serieuze zaken nauw met elkaar verbonden. Uit het onderzoek is inderdaad gebleken dat het discours zich kenmerkt door het overmatig gebruik van grappen. Door middel van absurditeit wordt het ongewone als normaal geprojecteerd (Avila-Saavedra, 2009). Hierdoor wordt het “normale”, het gebruikelijke ter discussie gesteld. In hoeverre kan er namelijk aangenomen worden dat het ongewone inderdaad ongewoon is en het gebruikelijke normaal gevonden wordt? Op deze wijze wordt het onderwerp gerelativeerd, omdat er rekening wordt gehouden met alle perspectieven omtrent het onderwerp.

De grappen zijn in alle facetten van het gesprek opgenomen en bekleden op die manier het gehele gesprek. De controversiële onderwerpen zijn voor het publiek herkenbaar, omdat deze reflecteren wat er speelt in de maatschappij. Die herkenning in combinatie met de vermakelijke grappen zorgt ervoor dat de onderwerpen op een pakkende manier bespreekbaar worden gemaakt. Deze aspecten zijn van belang voor het bereiken van een breed publiek en een bepaalde populariteit te behalen (Fiske, 1987; Tavener, 2000; Bielby & Bielby, 2004; Krijnen & Meijer, 2005). Dit grote bereik en die populariteit impliceren dat de onderwerpen en corresponderende boodschappen daadwerkelijk invloed uitoefenen op de diverse publieken, aangezien mediaboodschappen een actieve rol spelen in de betekenisgeving van de sociale en culturele werkelijkheid van individuen (Fiske & Hartley, 1978).

Een ander kenmerk voor het discours in de gesprekken van controversiële onderwerpen is de overdaad waarmee er **vragen** worden gesteld. Het stellen van vragen heeft meerdere functies. Het is mogelijk dat de vragen zorg dragen aan het verkrijgen van meer informatie. Hiermee wordt meer inzicht geboden in het onderwerp. Dit gebeurt aan de hand van topische vragen, waaronder ‘what’ en ‘why’. Hiermee wordt een onderwerp verkent met relevante informatie. Een andere functie is het vragen om bevestiging. Hiermee wordt een poging gedaan gesprekspartners te laten overeenstemmen met een overtuiging of standpunt. Deze vragen komen vooral aan het eind van een zin, zoals ‘right?’ en ‘ok?’. Daarnaast zorgen vragen voor een organisch gesprek, zodat het geen statische opsomming van informatie wordt, maar er reacties op elkaar gegeven worden.

Met behulp van alle vragen wordt tevens het publiek aangespoord om mee te denken, of wellicht komen de vragen overeen met hun eigen vragen over het onderwerp. Dit proces zorgt ervoor dat het publiek dichterbij de personages uit de serie komen te staan. Dit is onder andere een manier waarop identificatie kan worden bewerkstelligd. Het publiek vereenzelvigd zich met de personages uit de serie aan de hand van herkenbare situaties en overeenkomende dilemma’s (Krijnen & Meijer, 2005). Doordat *Friends* zes gelijkwaardige

hoofdpersonages hanteert (Wild, 1995), heeft het publiek meerdere kenmerken, situaties, relaties en/of dilemma's om zich mee te kunnen identificeren.

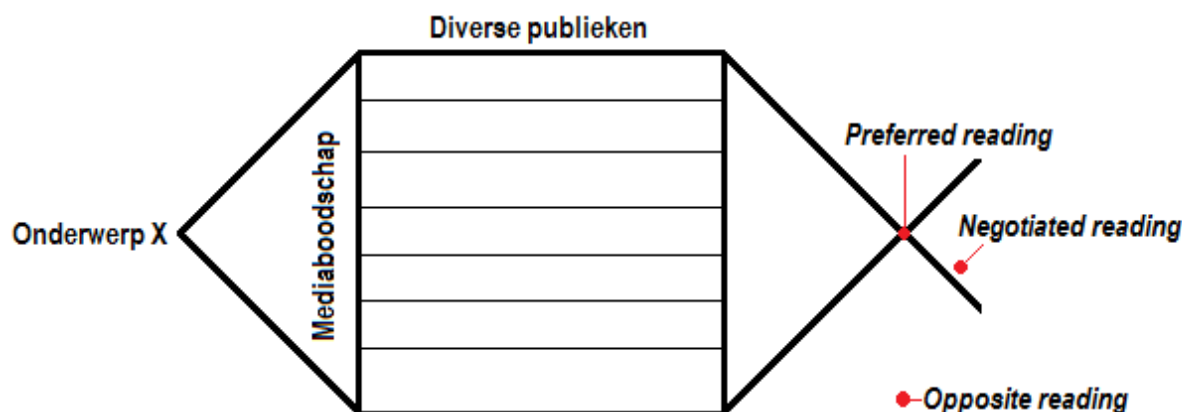
Verder is een belangrijk kenmerk in het discours van de gesprekken het **herhalen**. Door middel van herhalingen wordt er extra nadruk gelegd op het onderwerp. Dit gebeurt onder andere door het herhalen van ontkenningen, zoals 'can't', 'don't', 'won't'. Op deze manier wordt de complexiteit van een onderwerp belicht, omdat in veel van de gevallen er inderdaad tegen het ideaalbeeld wordt ingegaan met de controversie. Het meerdere malen gebruiken van ontkenningen geeft dan aan dat het lastig is om daar zomaar in mee te gaan of mee akkoord te zijn. Daarnaast worden tevens bijwoorden meerdere malen herhaald ('really, really, really'). Hiermee wordt iets gezegd over een deel van de rest van de zin en daar wordt op gefocust. In dit onderzoek bevat dat deel van de zin een mening of overtuiging waardoor een bepaald standpunt wordt uitgedragen en benadrukt.

Als laatste kenmerk wordt er in de gesprekken over controversiële onderwerpen veelal een **disbalans** gecreëerd. Deze disbalans ontstaat doordat positieve argumenten extra gewicht meekrijgen. Dit kan verwezenlijkt worden door bijvoorbeeld het herhalen van die bijwoorden, zoals in het vorige kenmerk is benoemd. Daarnaast ontstaat die disbalans ook als het aantal positieve argumenten hoger is dan het aantal argumenten waarmee het tegenovergestelde wordt benoemd. Door het extra benoemen van die positieve argumenten wordt daarop gefocust. Een voorbeeld hiervan is de overtuiging van Phoebe dat de drie scheidingen van Ross niet erg zijn. Zij noemt drie positieve kenmerken 'cute', 'smart' en 'sweet' tegenover slechts één minpunt, namelijk de drie scheidingen van Ross die ze samen als één punt telt.

Met de vier genoemde kenmerken worden de standpunten over de controversiële onderwerpen uitgedragen. Die standpunten worden uitgedragen en beïnvloeden het publiek in hun perspectief, mening, visie over die onderwerpen. Volgens Tavener (2000) is positieve beïnvloeding van producten uit populaire cultuur niet mogelijk, omdat de gemakelijkheid en laagdrempeligheid afbreuk doen aan de morele verbeelding. Zoals reeds is gebleken hebben Krijnen en Meijer (2005) hier een andere kijk op. Zij gaan ervan uit dat populaire cultuur zorgt dat moraliteit en normen en waarden, bespreekbaar worden gemaakt en dat onder een groot en divers publiek. Dit onderzoek bevestigt dat in de sitcom *Friends*, vallend onder populaire cultuur, controversiële onderwerpen aan bod komen en daarmee standpunten worden uitgedragen.

Wanneer de standpunten over onderwerp X worden verkondigd via een mediaboodschap met verschillende betekenislagen om diverse publieken te bereiken (Fiske, 1987), kunnen deze publieken de boodschap op hun eigen wijze interpreteren – *audience agency* (Evans, 2008). Dit kan aan de hand van de *preferred reading*, namelijk zoals de

betekenis van de mediaboodschap daadwerkelijk bedoeld is. Tevens is het mogelijk dat de publieken verder denken dan de *preferred reading* en een *negotiated reading* interpreteren en hiermee een overwogen betekenis aan de mediaboodschap toekennen. Daarentegen wordt met de *opposite reading* het tegenovergestelde geïnterpreteerd dan met de *preferred reading* (Hall, 1980). Zie onderstaand schema.



Figuur 3. Interpretatie-ichthus

Ondanks dat het niet de intentie van sitcoms is om specifieke ideeën over te brengen (Mills, 2005), wordt de aandacht toch gevestigd op de onderwerpen die spelen in de maatschappij, ongeacht of de boodschap positief of negatief is. Hierdoor lijkt het alsof in een sitcom de absurditeit, de humor en de grappen voor verwarring zorgen over wat de boodschap precies is, waardoor er juist tot nadenken wordt aangezet. Bij de sitcom *Friends* zorgen de grappen, de vragen, de herhalingen en de disbalans voor een verwarring, welke duidt op het bediscussiëren van de idealen, normen en waarden.

Het onderzoek wijst dus uit dat er een kenmerkende discours is, waarmee in de gesprekken over controversiële onderwerpen in de serie *Friends* idealen en normen en waarden ter discussie worden gesteld. Waar Attalah (2010) aangeeft dat sitcoms een ondergeschoven kindje zijn in sociaal-wetenschappelijk onderzoek, vanwege het gebrek aan maatschappelijk belang, laat dit onderzoek juist het tegendeel zien doordat in de serie *Friends* op een verhalende wijze diverse controversiële onderwerpen worden aangekaart. Deze onderwerpen worden bespreekbaar gemaakt waarmee de morele verbeelding ontwikkeld wordt. Die ontwikkeling heeft als gevolg dat morele onrust, veroorzaakt door het gebrek aan morele verbeelding, inderdaad onterecht is (Krijnen & Meijer, 2005).

## 6.2. The One About What Could Have Been

Het onderzoek naar een kenmerkend discours tijdens het bespreken van controversiële onderwerpen in de serie *Friends* heeft geleid tot nieuwe vragen. Deze vragen zullen

voorlopig onbeantwoord blijven, maar geven richting aan mogelijke verbeteringen van dit onderzoek en de mogelijkheden voor vervolgonderzoek. Er kan natuurlijk een breed scala aan vervolgonderzoek aangereikt worden, maar in deze paragraaf worden slechts de ideeën aangedragen die voortvloeien uit het reeds afgeronde onderzoek naar het kenmerkende discours in gesprekken over controversiële onderwerpen in de serie *Friends*.

In dit onderzoek is ingezoomd op de kenmerken van het discours tijdens gesprekken over controversiële onderwerpen. Deze specifieke focus heeft gezorgd voor een uitgebreide, diepe analyse. Het is echter belangrijk in hoeverre dat kenmerkende discours correspondeert met het algemeen discours dat in de hele serie *Friends* wordt toegepast. Het benadrukken van de onderwerpen aan de hand van herhalingen is bijvoorbeeld een kenmerk dat onderdeel is van het specifieke discours tijdens gesprekken over controversiële onderwerpen, maar wordt tevens in het onderzoek van Tagliamonte en Roberts (2005) naar de *intensifiers* in *Friends* benoemd. Dit onderzoek vergelijkt het discours van *Friends* met de gebruikelijke conversaties in het Amerikaans-Engels. Herhalingen komen in beide conversatievormen voor. Mogelijk vervolgonderzoek kan hier meer inzicht in bieden en nagaan of de kenmerken, die tot het specifieke discours voor gesprekken over controversiële onderwerpen behoren, wellicht meer of minder worden gebruikt in het algemeen gebruikte discours in *Friends*.

Een andere afbakening van het huidige onderzoek is de focus op de transcripten. Hierdoor worden beeld en geluid uitgesloten van het onderzoek. Zoals onderzoek van Tiljander (2007) naar de lichaamstaal van de personages van *Friends* uitwijst, speelt non-verbale communicatie een belangrijke rol in het overbrengen van boodschappen. Door die visuele aspecten kunnen de kennis over de gesprekken over controversiële onderwerpen verder uitbreiden. Bij visuele aspecten kan worden gedacht aan handelingen, attributen, kleding, maar ook cameraposities. Door het toevoegen van geluid aan de data kan de analyse worden uitgebreid met de intonatie van de personages, maar tevens het gebruik van soundeffects en achtergrondmuziek. Op deze manier is het mogelijk om te onderzoeken in hoeverre de emotie die in de teksten wordt gelegd en de sfeer die er wordt gecreëerd in een scène dienst doen aan het uitdragen van de boodschap betreffende het controversiële onderwerp. In vergelijking met het huidige onderzoek zou er dan kunnen worden gekeken in hoeverre de standpunten anders geïnterpreteerd kunnen worden door de toevoeging van beeld en/of geluid. Deze toevoeging zal namelijk zorgen voor meer informatie omtrent het onderwerp, de situatie en de focus, wat tot nieuwe inzichten kan leiden.

In het onderzoek is door één persoon onderzoek gedaan, waardoor de interpretatie van de gevonden standpunten subjectief is. Met behulp van een vervolgonderzoek naar de interpretatie van het publiek zal bekeken kunnen worden in hoeverre er overeenkomsten zijn

tussen de interpretaties. Aan de hand van interviews kan publiek worden gevraagd naar hun interpretatie van de boodschappen en de uitgedragen standpunten. Door het gebruik van interviews hebben respondenten meer vrijheid om te antwoorden dan bijvoorbeeld bij enquêtes. Daarnaast zorgen individuele interviews ervoor dat de respondenten niet beïnvloed worden door andere meningen, zoals bijvoorbeeld bij focusgroepen wel mogelijk is. Wanneer de interpretaties van het huidige onderzoek worden gehanteerd, kan het vervolgonderzoek uitwijzen in hoeverre *audience agency* plaatsvindt en het publiek zelf bepaalt welke betekenis zij uit een mediaboodschap filtert (Evans, 2008).

Een interessant aspect binnen deze mogelijkheid voor vervolgonderzoek zijn de culturele invloeden tijdens de interpretatie. In het huidige onderzoek is ervoor gekozen geen rekening te houden met de tijds- en standplaatsgebondenheid. *Friends* is een Amerikaanse serie uit een bepaald tijdsbeeld. De serie is op veel plekken in de wereld bekeken. Zoals het onderzoek van Chiou en Lee (2007) al focust op het cross-culturele aspect van *Friends*, kan het bevragen van respondenten met diverse culturele achtergronden meer inzicht bieden in de interpretatie van de gesprekken over controversiële onderwerpen. Deze diverse achtergronden zijn relevant voor het begrijpen van grappen (Kuipers, 2006). Het begrijpen van een grap is namelijk afhankelijk van de culturele grenzen, die bepaald worden door de culturele achtergronden (Kuipers, 2006).

Als laatste voorbeeld voor een vervolgonderzoek biedt het onderzoek aanleiding voor onderzoek naar andere populaire sitcoms. Zoals al benoemd, is de serie *Friends* afkomstig uit een bepaald tijdsbeeld, waarin diverse maatschappelijke ontwikkelingen hebben plaatsgevonden. Nieuwe sitcoms zullen hierdoor andere en nieuwe controversiële onderwerpen aankaarten. Er is inmiddels een groot aantal nieuwe sitcoms die de populariteit van *Friends* benaderen of misschien zelfs evenaren.

Het onderzoek heeft meer inzicht geboden in het kenmerkende discours in gesprekken over controversiële onderwerpen in *Friends*, waardoor het maatschappelijke belang van sitcoms niet meer ontkent kan worden. Meer onderzoek naar sitcoms met betrekking tot het ter discussie stellen van idealen en normen en waarden zal zorgen voor erkenning van dit belang. Controverses bespreken spoort aan tot het delen van verschillende ideeën, meningen en perspectieven. Deze interacties zorgen voor de betekenisgeving van de individuele werkelijkheid. Verschillende instituten dragen bij aan deze betekenisgeving. Zo ook *Friends*, want

*'Friends' is the family we choose for ourselves*



## The One with All the Literature

- 📖 Altheide, D., & Snow, R. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, CA and London: Sage
- 📖 Argyle, M., & Henderson, M. (1984). The Rule of *Friendship*. *Journal of Social and Personal Relationships*. 1. 211-236. doi: 10.1177/0265407584012005
- 📖 Attalah, P. (2010). Television Discourse and Situation Comedy. *Canadian Review of American Studies*. 40(1). 1-24. doi: 10.1353/crv.0.0055
- 📖 Avila-Saavedra, G. (2009). Nothing Queer about queer television: televised construction of gay masculinities. *Media Culture Society* (31) 5. doi: 10.1177/0163443708098243
- 📖 Berger, A.A. (1997). *Narratives in popular culture, media and everyday life*. Thousand Oaks, Californië: Sage Publications
- 📖 Berger, P., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality, a treatise in the sociology of knowledge*. Londen: Penguin Books Ltd.
- 📖 Boeije, H. (2002). A purposeful approach to the constant comparative method in the analysis of qualitative interviews. *Quality & Quantity*. 36(4). 391-409. doi: 10.1023/A:1020909529486
- 📖 Bielby, D., & Bielby, W. (2004). Audience aesthetics and popular culture. In Friedland, R., & Mohr, J. (red) *Matters of Culture: Cultural Sociology in Practice*. (pp. 295-317). Cambridge University Press
- 📖 Bielby, D., & Harrington, C. (2005). Opening America?: The Tenelovela-ization of U.S. Soap Operas. *Television & New Media*. 6. 383-399. doi: 10.1177/1527476405279861
- 📖 Bryman, A. (2008). *Social research methods (3rd red.)*. Oxford: Oxford University Press
- 📖 Chiou, J., & Lee, J. (2007). *What do they say about 'Friends'?*. National Chengchi University

- 📖 Corbin, J., & Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*. 13(1). 3-21
- 📖 Croteau, D., Hoynes, W., & Milan, S. (2012). *Media/Society, industries, images, and audiences (4<sup>th</sup> edition)*. California, US: Sage Publications, Inc.
- 📖 Devereux, E. (ed) (2007). *Media Studies: Key Issues & Debates*. Londen: Sage
- 📖 Evans, E.J. (2008). Character, audience agency and transmedia drama. *Media, Culture & Society*. 30. 197-213. doi: 10.1177/0163443707086861
- 📖 Fiske, J. (1986). Television: Polysemy and Popularity. *Critical Studies in Mass Communication*. 3. 391-408.
- 📖 Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London/New York: Routledge
- 📖 Fiske, J., & Hartley, J. (1978). *Reading Television*. London: Methuen
- 📖 Foucault, M. (1971). Orders of discourse. *Social Science Information*. 10. 7-30. doi: 10.1177/053901847101000201
- 📖 Gamson, J. (1998). Publicity Traps: Television Talk Shows and Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender Visibility. *Sexualities*. 11-41. doi: 10.1177/136346098001001002
- 📖 Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant, & D. Zillmann (red), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 43-67). Mahwah: Erlbaum
- 📖 Gilbert, N. (2008). *Researching social life*. London: Sage Publications Ltd
- 📖 Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. New York: Hutchinson.
- 📖 Hartley, J. (1999). *Uses of Television*. London en New York: Routledge
- 📖 Hartley, J. (2008). *Television Truths*. Oxford, UK: Blackwell Publishing Data
- 📖 Hawkins, G. (2001). The ethics of television. *International Journal of Cultural Studies*. 4. 412- 426. doi: 10.1177/136787790100400403

- 📖 Krijnen, T. (2007). *There is more(s) in television*. Academisch Proefschrift. Universiteit van Amsterdam
- 📖 Krijnen, T., & Costera Meijer, I. (2005). The moral imagination in primetime television. *International Journal of Cultural Studies*. 8 (3). 353-374. doi: 10.1177/1367877905055682
- 📖 Kuipers, G. (2006). *Good humor, bad taste: a sociology of the joke*. Berlin: Mouton de Gruyter
- 📖 Macionis, J. J., & Plummer, K. (2011). *Sociology, a global introduction*. (5 ed.). Essex, England: Pearsons Education LTD
- 📖 Mills, B. (2005). *Television Sitcom*. London: British Film Institute
- 📖 Norrick, N. (2010). Laughter before the punch line during the performance of narrative jokes in conversation. *Text & Talk*. 30(1). 75-95. doi: 10.1515/TEXT.2010.004
- 📖 Oosthoeks Encyclopedie (1968). Red. Griep, J.L. & Van Houtte, J.A. Utrecht: Oosthoek
- 📖 Philips, N. & Hardy, C. (2002). *Discourse Analysis, investigating processes of social construction*. California: Sage Publications, Inc.
- 📖 Poecke, L. (1979). Culturele indicatoren (III): Gerbner: het system is de boodschap. *Communicatie* 9. 1. 6-12
- 📖 Signorielli, N. & Gerbner, G. (1995). Violence on Television: The Cultural Indicators Project. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 39(2). 278-283
- 📖 Tagliamonte, S. & Roberts, C. (2005). So weird; So cool; So innovative: the use of intensifiers in the television series *FRIENDS*. *American Speech*. 80(3). 280-299
- 📖 Tavener, J. (2000). Media, morality, and madness: The Case against Sleaze TV. *Critical Studies in Media Communication*. 17(1). 63-85. doi: 10.1080/15295030009388376

- 📖 Tennekes, J. (1990). *De onbekende dimensie. Over cultuur, cultuurverschillen en macht*. Apeldoorn: Uitgeverij Maklu, 19 e.v.
- 📖 Tiljander, C. (2007). *Social gender norms in body language*. Karlstads Universitet
- 📖 Tonkiss, F. (1998). Analyzing discourse. In: Seale, C. (ed), *Researching Society and Culture*. (245-260). London: Sage
- 📖 Van Dale Groot woordenboek der Nederlandse taal (1992). Red. Geerts, G. & Heestermans, H. Van Dale Lexicografie bv: Utrecht/Antwerpen
- 📖 Wild, D. (1995). *Friends, de officiële cast*. 's Gravenhage: Uitgeverij BZZTôH bv

## The One with the Appendix

### Analysemateriaal

Seizoen 1		
#1	Aflevering 1. The One Where It All Began	Ross is <u>gescheiden</u> (de eerste keer), omdat zijn ex-vrouw lesbisch blijkt te zijn.
#2	Aflevering 2. The One with the Sonogram at the End	Ross zijn ex-vrouw blijkt zwanger te zijn en houdt het kind (een <u>bastaard</u> ).
#3	Aflevering 8. The One Where Nana Dies Twice	<i>Chandler</i> heeft bepaalde trekjes waardoor mensen denken dat hij <u>homo</u> is.
Seizoen 2		
#4	Aflevering 5. The One with Five Steaks and an Eggplant	Er komen spanningen tussen de groep vrienden over het verschil in <u>inkomen</u> .
#5	Aflevering 15. The One Where Ross and Rachel... You Know	<i>Monica</i> krijgt een relatie met een <u>oudere man</u> , die een vriend is van haar vader.
#6	Aflevering 16. The One Where Joey Moves Out	De ouders van <i>Monica</i> ontdekken haar relatie met Richard, de <u>oudere vriend</u> .
Seizoen 3		
#7	Aflevering 3. The One with the Jam	<i>Monica</i> overweegt via een <u>spermabank</u> zwanger te worden.
Seizoen 4		
#8	Aflevering 11. The One with Phoebe's Uterus	<i>Phoebe</i> wordt door haar halfbroer gevraagd om <u>draagmoeder</u> te worden.
#9	Aflevering 12. The One with the Embryos	<i>Phoebe</i> besluit <u>draagmoeder</u> te worden en ondergaat haar behandeling.
Seizoen 5		
#10	Aflevering 7. The One Where Ross Moves In	Ross gaat <u>scheiden</u> van Emily.
Seizoen 6		
#11	Aflevering 2. The One Where Ross Hugs Rachel	Ross wil <u>niet scheiden</u> van <i>Rachel</i> .
#12	Aflevering 3. The One with Ross's Denial	Ross liegt tegen <i>Rachel</i> over het feit dat ze nog steeds <u>getrouwd</u> zijn.
Seizoen 7		
#13	Aflevering 20. The One with Rachel's Big Kiss	<i>Rachel</i> heeft in college <u>gezoend met een meisje</u> , die dit glashard ontkent.
#14	Aflevering 22. The One with Chandler's Dad	<i>Chandler's</i> vader blijkt als <u>travestiet</u> te werken in Las Vegas.
#15	Aflevering 23. The One with Monica and Chandler's Wedding	<i>Chandler's</i> vader bezoekt het huwelijk van Monica en Chandler, <u>als een vrouw</u> .

Seizoen 8		
#16	Aflevering 8. The One with the Stripper	<i>Rachels vader reageert boos als hem duidelijk wordt dat zijn kleinzoon <u>een bastaard</u> wordt.</i>
Seizoen 9		
#17	Aflevering 16. The One with the Boob Job	<i>Monica en Chandler <u>lenen</u> apart van elkaar <u>geld</u> van Joey, zonder dat ze dit van elkaar weten.</i>
#18	Aflevering 21. The One with the Fertility Test	<i>Monica en Chandler kunnen <u>geen kinderen</u> krijgen en laten zich onderzoeken.</i>
#19	Aflevering 22. The One with the Donor	<i>Monica en Chandler zijn op zoek naar een <u>spermadonor</u>.</i>
Seizoen 10		
#20	Aflevering 9. The One with the Birth Mother	<i>Monica en Chandler ontmoeten een zwangere vrouw die haar ongeboren kind wil afstaan ter <u>adoptie</u>.</i>